

7年进博，让世界读懂中国经济之美

□新华社记者 韩洁 周蕊

相约上海，博览世界。自2018年以来，每年如期而至的进博会，成为中国与世界不变的约定。

行走在上海国家会展中心偌大的展馆中，密集亮相的“全球好物”引领消费新时尚，首发首展的各类新品映射绿色化、智能化新趋势，精彩纷呈的文化活动彰显文明因交流互鉴而多彩……

迈入第七届，越办越好的进博会，宛如一扇窗口，向世界传递中国坚持高水平开放决心的同时，也让世界近距离感受高质量发展的中国经济之美。

这份美，体现在中国百姓对高品质生活的追求——

从“共用一张桌子”到“拥有60平方米展位”，多年进博之旅助力磷虾油产品热销，让来自挪威的阿克海洋生物看到了中国市场的巨大潜力。

使用高科技材料、更舒适安全的防护服，来自马来西亚的猫山王鲜果榴莲，能应对重度装修污染的空气净化器，全新氢燃料动力汽车，分类更精细化的高档化妆品，更智能的数码设备、健身器械、家居用品……

本届进博会上，瞄准中国百姓衣食住行等方面消费新需求，各国参展商们使出浑身解数展示最具特色和竞争力的高品质产品，表达进一步拓展中国市场的强烈愿望。

今天的中国，伴随经济社会的快速发展，人民生活显著改善，对美好生活的向往更加强烈。一个鲜明变化是居民消费结构不断升级，人们愈发青睐科技和文化含量更高、品质更好、使用更便利的产品，更注重运动健康和精神生活。

超14亿人口、超4亿中等收入群体、超1.2万亿美元人均GDP、超47万亿元社会消费品零售总额……如此规模的中国大市场，谁都不想错过。透过进博会窗口，世界看到了中国百姓的生活之美，从中捕捉未来商机。

这份美，体现在中国产业结构的不断优化升级——

衡量经济发展有两把标尺，一把是总量，一把是结构。前者代表的是速度和规模，后者反映的是质量和效率。

今年进博会上，各种“高精尖”技术和产品吸引参观者驻足：

西门子能源带来以新型树脂作为材料的可回收风机叶片；力拓展示使用生物质和微波能代替焦煤的创新炼铁工艺；欧姆龙携乒乓球教练机器人上演精彩的人机对战……

更高端、更智能、更绿色，进口展品之变映射中国产业结构之变。

面对增长疲弱的世界经济，中国经济在应对挑战中前行，迈向高质量发展的步伐扎实有力——发展新质生产力成为共识，传统产业加快转型升级，战略性新兴产业蓬勃发展，未来产业有序布局，生物制造、商业航天、新材料、低空经济等正在成为新增长引擎。

这些新变化，是中国经济向“质”而行的生动写照。中国高质量发展为世界经济增长开启了一扇希望之门，也必将带来广阔新机遇。

这份美，体现在中国携手世界合作共赢的开放之姿——

本届进博会开幕前夕，欧盟对华电动汽车加征关税正式生效。顶着单边主义、保护主义的逆风逆流，中国通过进博会持续发出高水平开放的坚定声音，也为世界搭建了合作共赢的舞台。

第七届进博会吸引约3500家企业参展，其中世界500强和行业龙头企业数量达到297家，创历史新高。

今年，美国参展企业数量继续名列前茅。继去年美国政府首次设立官方展馆之后，美国食品与农业馆今年再次亮相，开馆首日签约额就超过去年总和。

从第一届开始，进博会一直积极为最不发达国家参展提供便利，今年邀请了37个最不发达国家参展并提供120余个免费展位。孟加拉国的黄麻手工艺品、赞比亚的蜂蜜、坦桑尼亚的腰果等特色产品得以漂洋过海，进入中国的千家万户。

经济全球化是历史大势，时代潮流。零和博弈，赢者通吃思维只会阻碍前进的脚步，坚持开放包容、合作共赢才能不断开辟发展新空间。

在进博会这个舞台上，我们看到一个个展台、一次次研讨、一场场签约，汇聚成跨越国界的经济合作大潮。它背靠中国经济大海，涤荡保护主义浊流，秉持互利共赢理念，为促进世界繁荣发展注入正能量。

1.5万亿元！冰雪经济“热”力无限

□新华社记者 严赋憬 胡旭

冰天雪地也是金山银山！万亿元冰雪产业带来“热”力无限。

立冬已至，冰雪运动热潮起。去雪场，脚踏雪板飞驰；在室内，感受冰上律动，冰雪运动正在各地上演速度与激情。

国务院办公厅日前印发《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》，提出8个方面24条举措，以冰雪运动为引领，推动冰雪经济成为新增长点。明确到2027年冰雪经济总规模达到1.2万亿元，到2030年冰雪经济总规模达到1.5万亿元。

冰雪运动的发展，能带来什么？2022年，北京冬奥会为世人呈现了一场精彩的冰雪体育盛会，留下“带动三亿人参与冰雪运动”成果。

上至白发苍苍的老人，下至稚嫩天真的儿童，冰雪运动从小众走向大众，参与人数范围大、场地设施覆盖广、赛事活动数量多、辐射带动作用强。

数据显示，全国居民冰雪运动参与人数超3亿人。冰雪运动拓宽了全民健身赛道，为健康中国建设注入新活力。3亿人的庞大群众基础，打开了冰

雪经济的广阔前景。近年，我国实施“南展西扩东进”战略，推动冰雪运动在全国普及发展，群众性冰雪赛事活动“一地一品”建设加快推进，“冷”资源正加速迸发出“热”效应。

冰雪运动的背后是什么？

国家发展改革委社会发展司负责人彭福伟表示，冰雪经济具有产业链条长、导流效应大、社会效益高的特点。推动冰雪“冷资源”转化为“热产业”，对拉动内需、促进就业、扩大消费等方面有积极作用。

——竞赛表演打造赛事经济。

近年来，多项国际冰雪赛事在中国成功举办，国际雪车联合会雪车和钢架雪车世界杯延庆站，中国杯世界花样滑冰大奖赛……对当地经济发展的带动作用明显。

以今年初举行的第十四届全国冬季运动会为例，据测算，在比赛期间，内蒙古呼伦贝尔实现了体育消费及其他消费共计320亿元。

今年以来，国家体育总局先后组织了“跟着赛事去旅行”，体育赛事景区、进街区、进商圈等一系列活动，进一步加力发展赛事经济。国家体育总局

体育经济司司长杨雪鸪表示，将引导各地举办形式多样、内容丰富的冰雪活动，更好地满足群众需要，释放赛事经济的潜力。

——冰雪旅游持续走热。

我国冰雪优质资源总量大、平均积雪深度高，适合发展冰雪旅游。去年的“尔滨”出圈仍让人历历在目，如今，各地优质冰雪旅游产品和线路吸引游客纷至沓来。

数据显示，2023至2024冰雪季，我国冰雪休闲旅游人数超过3.85亿人次，预计2024至2025冰雪季有望突破5亿人次。

新疆乌鲁木齐打造多样化产品，推出雪地骑行、雪地越野、冰雪民俗等产品；青海发挥自然禀赋优势，推出高原冰雪旅游……各地不断推动产品创新，建设冰雪旅游高质量目的地、加大冬季产品供给，将为冰雪旅游发展注入新动能。

——冰雪装备科技范十足。

冰雪装备器材是开展冰雪运动的基础，也是冰雪经济的重要组成。以5G、人工智能、虚拟现实等为代表的新技术，正成为推动冰雪装备器材高质量发展的强劲引擎，催生了很多新产品新模式。

VR模拟滑雪机能模拟真实滑雪场景，让人足不出户感受多彩、炫酷的滑雪体验；全碳纤维滑雪板等新材料应用推动产品轻量化、高强度，降低运动者体力消耗……科技装备的背后，是滑雪装备产业的快速发展。

据统计，我国已经形成15大类冰雪装备器材产品体系，基本覆盖了从头到脚、从个人到场地、从竞技竞赛到大众运动全产业链的冰雪装备器材，产业发展呈现新气象。

我国冰雪经济经过近年来的快速发展，已经具备了一定的基础。以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力，未来还有很大的发展潜力和空间。

国家发展改革委将进一步细化完善政策举措，推动冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展；文化和旅游部将指导各地因地制宜发展差异化、特色化冰雪旅游；北京推进冰雪文旅融合发展……从中央到地方，冰雪经济正迎来提档升级的机遇期。

未来，把握大众需求，不断创新供给，加快构建现代冰雪产业体系，万亿冰雪市场将“热”力无限。

中国冰雪，加油！



11月8日，在中国邮政四川省眉山市仁寿县邮件处理中心，工作人员在智能快递流水线上分拣快递邮件。“双十一”临近，全国各地生产企业开足马力、备足货源，物流企业腾仓扩容、增强运力，迎接“双十一”购物高峰。

新华社发

全国登记在册经营主体达1.88亿户

新华社北京11月8日电(记者 赵文君)市场监管总局统计，截至2024年9月30日，全国登记在册经营主体1.88亿户，较去年同期增长3.9%。其中，企业6020万户，个体工商户1.25亿户，同比分别增长6.1%、3.0%。

2024年前三季度，在一系列扩大内需、提振信心、促进民营经济发展、激发各类经营主体活力等政策措施的引领和带动下，我国经营主体内生动能持续增强，总量持续增加，经济高质量发展的基础不断巩固。

新设经营主体保持较好增长势头。前三季度，全国新设经营主体

2069.6万户。其中，新设企业662.2万户，新设个体工商户1402.4万户，新设农民专业合作社5万户，多种经营主体均呈现稳定增长势头。

区域经营主体发展均趋稳定。前三季度，东部新设经营主体920.3万户，中部新设557.4万户、西部新设456.8万户、东北部新设135.1万户。

三次产业结构进一步优化。前三季度，第一产业新设经营主体99.7万户、第二产业新设154万户、第三产业新设1815.9万户。前三季度新设“四新”经济企业239.3万户，占同期新设企业数量的36.1%。

为什么要完善人民军队领导管理体制机制

新华社北京11月8日电《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》提出：“完善人民军队领导管理体制机制。”这是深入实施改革强军战略、巩固拓展国防和军队改革成果、接续推进军队组织形态现代化的战略举措。对此，可以从3个方面来认识和把握。

第一，这是确保党对人民军队绝对领导的必然要求。党的十八大以来，我们着眼更好坚持党对人民军队的绝对领导、更好坚持人民军队的性质和宗旨、更好坚持人民军队的光荣传统和优良作风，改革军队领导管理体制，打破长期实行的总部体制、大军区体制、大陆军体制，重塑军委机关机构设置和职能配置，重塑军兵种和武警部队领导管理体制，重塑严密的权力运行制约和监督体系，构建起中央军委—军种—部队的领导管理体制，形成了军委管总、战区主战、军种主建新格局，确保军队最高领导权和指挥权集中于党中央、中央

军委。当前，世界百年未有之大变局加速演进，国际战略格局深刻变化，国家安全处于高承压、高风险期。越是面临复杂形势和艰巨任务，越要毫不动摇坚持党对人民军队的绝对领导，不断完善人民军队领导管理体制机制，巩固和扩大政治优势、组织优势、制度优势。在党领导人民军队的一整套制度体系中，军委主席负责制处于最高层次、居于统帅地位。实践充分证明，军委主席负责制贯彻得好，党对人民军队的绝对领导就有根本保证；贯彻不好，党对人民军队的绝对领导就会从根本上受到削弱。《决定》明确“健全贯彻军委主席负责制的制度机制”，就是要引导全军深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，并通过体制优化和制度安排，以更高标准、更严格要求贯彻军委主席负责制，更好坚持党对人民军队绝对领导的根本原则和制度。

第二，这是创新加强军队战略管理

的现实需要。优质高效的战略管理，需要与之相适应的领导管理体制机制来保障。现在，国防和军队建设任务繁重，军事系统运行的整体性、协同性、复杂性显著上升，必须不断优化体制、完善机制、理顺关系，助推国防和军队建设设高质量发展。军委机关是军队实施战略管理的主体力量，需要着眼加强战略谋划和宏观管理，进一步优化职能配置，更好发挥参谋机关、执行机关、服务机关作用。打好实现建军一百年奋斗目标攻坚战，时间紧、任务重，需要健全建装备统筹推进机制，成体系抓好国防和军队建设重大任务落实。决策咨询评估在现代管理中的分量越来越大，需要完善重大决策咨询评估机制，提高机制化、专业化、体系化水平，更好支撑科学决策、民主决策、依法决策。依法治军是我们党建军治军的基本方式，需要健全依法治军工作机制，完善中国特色军事法治体系，推动治军方式根本性转变，提高国防和军队

建设法治化水平。

第三，这是提高军队备战打仗能力的重要举措。军队是要准备打仗的，必须坚持全部精力向打仗聚焦、全部工作向打仗用力。应当着眼提高军队捍卫国家主权、安全、发展利益战略能力，完善军队领导管理体制机制，不断破解影响军事斗争准备的重点难点问题，消除战斗力建设的薄弱环节。习主席指出，科技是核心战斗力。党和国家机构改革，组建了中央科技委员会，重新组建科学技术部，完善了科技创新体系。应当根据党和国家战略布局，调整军事科研工作领导管理体制，把科技创新这个强大引擎全面发动起来，打造新质生产力和新质战斗力增长极。练兵备战是军队的主责主业，应当着眼为战斗力服务，持续完善作战战备、军事人力资源等领域配套政策制度，推动军队院校内涵式发展，实施军队企事业单位调整改革，不断解放和发展战斗力、解放和增强官兵活力。



学习消防知识 迎全国消防日

11月8日，在江苏省扬州市江都区大桥中心小学，学生在江都区消防救援大队队员指导下体验灭火。在全国消防日来临之际，各地举行丰富多彩的消防宣传教育活动，帮助人们学习消防知识，提升安全意识。新华社发

AI技术助力企业出海 外贸新业态跑出“加速度”

新华社北京11月8日电(记者 丁雅雯)海关总署发布的数据显示，今年前10月，我国外贸进出口总值同比增长5.2%。记者在采访中了解到，在保持平稳增长的同时，外贸新业态蓬勃发展，为外贸高质量发展注入强劲动能。

2024年前10个月，我国货物贸易进出口总值36.02万亿元，同比增长5.2%。其中，出口20.8万亿元，增长6.7%；进口15.22万亿元，增长3.2%。

海关总署统计分析司司长吕大良表示，前10月我国外贸平稳增长，规模持续扩大、结构不断优化，全年外贸质升量稳目标可望实现。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长朱克力认为，前10月，我国出口贸易展现出稳健的增长态势，这一数据展现了中国外贸的韧性与活力。

与此同时，我国外贸新业态活力显现，企业积极运用新技术新工具赋能外贸发展。

在近日闭幕的第136届广交会上，多家企业负责人化身“直播网红”，用多国语言卖力推广，向世界介绍中国产品。

“在展会上同步线上直播，能带来更多的品牌关注度和曝光量，我们准备了今年最新的热卖品及创新型产品在广交会的展台区及国际站的共享直播

间同步展示。”深圳市希之望科技有限公司总经理程墨说，该公司90%以上的订单都来自跨境电商平台。

此外，越来越多的外贸企业开始使用AI产品拓展生意。“AI提高了我们拓展客户的效率。我们在与一位客户的沟通中，根据AI生意助手提供的‘买家标签’，发现这位买家重视‘海运’和‘保修期’，于是我们主动出击，提出公司在加拿大有售后服务网点。这句话一说，隔着屏幕，我们都感觉到买家眼睛在发亮。”欧佩克机械设备有限公司总经理徐镜钱说，“未来的外贸离不开AI。”

“以新品上架为例，同样一个产品，标题不同可能就会有完全不同的引流效果，就算经验再丰富的业务员，在取标题的时候也会陷入惯性思维。”河北杭发科技有限公司联合创始人吕洪伟说，“我们这次新品上架，因为全方位启用AI，新品类的成长速度有点超乎意料，上线第一个月就完成了300万的销售额。”

阿里巴巴国际站总裁张阔此前在接受记者采访时表示，外贸正走向全面AI化，AI会重塑外贸的供需匹配和经营模式。“未来商品信息会被AI基于对买家更精准的洞察而重构。在此基础上，将有超过一半的线下商机通过AI来服务，而AI将能更好地满足买家的实时需求，掌握AI将会成为未来外贸企业的基本技能。”

充分体现发展和规范并重 ——解读《标准必要专利反垄断指引》

□新华社记者 赵文君

市场监管总局8日对外发布《标准必要专利反垄断指引》。什么是“标准必要专利”？指引的发布有什么意义，将发挥什么作用？记者采访了市场监管总局有关司负责人和相关专家。

在数字经济时代，技术标准化对于提高产品之间的互联互通性、促进国际国内贸易和推动经济发展有重要作用，技术标准中包含的必不可少和不可替代的专利被称为标准必要专利。

上海交通大学竞争法律与政策研究中心教授王先林说，标准必要专利实施许可关系到信息通信产业、汽车产业、消费电子产业等多个产业的创新发展，涉及到标准必要专利权人、标准实施者等众多主体的利益平衡，因而得到世界主要知识产权强国和有关国际组织的广泛关注。为平衡和协调涉及标准制定和实施过程中各方利益，国际标准组织、区域标准组织和一些发达国家标准机构都出台了相应的标准和专利政策。

清华大学法学院教授崔国斌说，进入万物互联和人工智能时代，各行各业都开始网络化，无线通信领域的专利权人自然也会向产业链上下游主张权利。比如，4G和5G通信标准的专利权人就开始向汽车终端主张专利权。在可预见的未来，很可能也会向联网的家用电器、办公设备等产品制造商提出专利许可要求。这意味着标准必要专利许可争议将在越来越多的行业出现。

市场监管总局有关局负责人介绍，市场监管总局针对无线通信、音视频等重点领域标准必要专利问题，开展系列座谈和调研，重点听取标准必要专利权人和标准实施方诉求，全面了解重点产业标准必要专利发展最新情况，深入分析存在的重点、难点问题，为指引研制工作夯实了实践基础。

指引积极回应标准必要专利领域市场竞争中的难点焦点问题，在转化运用成熟理论研究成果、吸收借鉴已有实

践经验的基础上，坚持市场化法治化国际化的基本方向，准确把握产业发展、技术创新和市场竞争规律，明确该领域适用反垄断法的基本框架，细化相关认定规则和考虑因素，注重将事前事中预防和事后惩戒处罚相结合，充分发挥反垄断监管执法的规范和引导作用。

标准必要专利问题涉及产业多方利益，指引较好地兼顾了标准必要专利权利人和标准实施方之间的利益关系，充分考虑双方发展需求，在制度规则设计上，坚持兼顾当前、着眼长远，依据反垄断法规定和公平合理无歧视原则，合理明确当事人的行为、私权和公益保护的边界，着力为各类经营者公平参与市场竞争提供制度保障。一方面，强调保护知识产权，维护标准必要专利权人获得合理创新收益，另一方面强调权利行使应当在合法范围内，有效规制滥用标准必要专利实施垄断行为，充分激发标准必要专利实施方的创新活力与动力。

指引坚持系统思维和全链条监管理念，明确标准必要专利领域反垄断监管执法事前事中事后规则，设立专章规定信息披露、许可承诺和善意谈判等鼓励经营者实施的良好行为实践，强化不公平高价等高风险竞争行为规制，并规定了“主动报告”“提醒敦促”“约谈整改”等事前事中监管工具，推动对标准必要专利领域反垄断监管方式的创新。

华东政法大学法学院助理教授宁度说，指引加强对标准制定组织、专利联营的管理或者运营主体、标准必要专利权人、标准实施方等多类行为主体的事前事中监管，防范标准必要专利领域的反垄断风险，有利于维护公平竞争市场秩序，促进高科技行业的创新发展，构建全面科学监管体系。

武汉大学知识产权与竞争法研究所教授宁立志说，指引的出台彰显了我国既严格保护知识产权，又充分保障公共利益的决心，为相关企业的创新活动提供了更确定的预期。