

稳步前进“越办越好”

——写在第五届进博会倒计时一个月之际

新华社记者 周蕊 潘洁

东海之滨，黄浦江畔。一个月后，全球首个以进口为主题的国家级博览会将再次在昵称“四叶草”的国家会展中心(上海)举行。年年如约的进博之约，是新时代中国不断扩大开放的生动缩影，“越办越好”的进博会，更是各国企业共享发展机遇、实现互利共赢的重要见证。

履约：从招商办展到服务保障，各环节力求“越办越好”

9月22日，上海市人大常委会表决通过《上海市服务办好中国国际进口博览会条例》，该条例于10月1日起施行。贯彻“越办越好”的总要求，条例对出入境便利化、知识产权保护、展品转为商品等热点议题给予明文规范。

“这是一次创制性立法，使第五届进博会冲刺阶段的各项筹办工作有法可依、有章可循，为持续推进进博会‘越办越好’打下坚实的制度基础，提供有力的法治保障。”上海市商务委副主任张国华评价说。

锚定“越办越好”的方向，各级政府、各类组织的链条全速运转起来：

招商办展“精准对接”。中国国际进口博览局副局长孙成海介绍，目前第五届进博会的企业商业展招商工作已经完成，世界500强和行业龙头企业超过280家。已组建包括国资委中央企业、国家卫健委和各地地方在内的39个政府交易团，增设3个行业交易团和60余个行业交易分团。

孙成海说，第五届进博会展览水平更高，“朋友圈”更大、专业性更强。全球高端时尚三巨头、十大医疗器械企业、十大药品企业、十大整车企业全部参展，40个“一带一路”沿线国家和13个RCEP成员国企业参展。同时，聚焦国家重点产业发展领域，在相关展区设立专区。

服务保障“落实落细”。9月21日，第五届中国国际进口博览会城市服务保障首场综合演练举行。在固化前四届进博会行之有效的机制和经验做法的基础上，上海聚焦“疫情要防住、展会要办好、服务要精细”，精益求精做好第五届进博会各项筹备工作。

溢出带动“持续放大”。9月29日，进博会“6天+365天”常年展示交易服务平台——虹桥品汇里，上海国际友城港正式揭幕。这一新平台既为进博会注入了国际友城的“新鲜血液”，又可享受进博会相关便利和优惠举措，探索国际友城合作新空间。

据统计，前四届进博会参展企业发布的新产品、新技术、新服务超过1500项，累计意向成交额达2700多亿美元。

商务部副部长盛秋平说，进博会在推动我国产业升级、有效改善国内供给、促进消费升级、服务构建新发展格局等方面发挥了积极作用。

“在充满不确定性的外部环境中，



这是国家会展中心(上海)周边的进博会主题绿化装饰(2021年10月5日摄)。新华社记者 方喆 摄



“新机遇，新平台，新动能”上海国际友城港开港仪式在上海举行。这是上海国际友城港商品展示区(2022年9月29日摄)。新华社记者 方喆 摄

第五届进博会明确将如期在线下举办，这种确定性让全世界确信了中国与世界共享发展的信心和决心。”进博会参展商联盟主席欧莱雅集团北亚及中国首席财务官庞必得说。

赴约：“头回客”变“常住客”，全球企业赴约

9月16日，第六届进博会的招商工作正式启动，数十家全球企业签约，提前相约“明年再来”。

“第四届进博会上，我们签约的合同达6亿元。”提前签约参展第六届进博会的蔡司大中华区总裁兼董事总经理福斯特说，中国是蔡司集团最大的单一市场，近年来，蔡司在中国取得了近20%的复合增长率，继在广州启动全球最大的健康视觉产业平台后，蔡司近期还将正式启动苏州凤栖项目，“我们对中国经济充满信心”。

相约“四叶草”，不见不散。数据显示，参展第五届进博会的世界500强和行业龙头企业回率近90%。从“头回客”到“回头客”，再到“常住客”，跨国企业为啥“来了又来”？

西门子医疗将带来5G移动急危重症介入救治单元“远征”的全球首展，欧莱雅将带来“手持居家染发神器”的亚洲首发，优衣库将进行全球顶级设计师合作系列的全球首秀……

强生全球资深副总裁、中国区主席宋为群说，前四届进博会，强生几乎每年都带着几十款首发首展新品亮相进博会，今年强生还将带来约40款“全球首秀”和“中国首秀”产品。

他们赴约的是合作交流的平台。在第五届进博会上，阿根廷将首次“组团”展示其智能工业领域的实力。阿根廷(上海)创新中心总经理金麟介绍，从首届进博会至今，创新中心服务的阿根廷中小企业数量、进口商品品种和进口规模等实现爆发式增长，双方还从经贸往来逐步扩展到文化艺术、农业科研等领域的交流。

“我们十分期待即将到来的进博首秀，这是我们扩大‘朋友圈’的好机会。”挪威海产局中国内地及香港地区总监童安睿介绍，海产局将带着8家挪威海产出口企业“组团”前来。

他们赴约的是中国市场的机遇。这两天，新西兰乳业企业组仕兰研发总

经理罗伊·范登克忙着申请中国签证，准备再次踏上“进博之旅”。

在第三届进博会时，罗伊·范登克曾不惜来回隔离28天前来参加进博会。今年他准备得更充分了，“要见哪些老朋友和新朋友，如何推介我们全球首发的新品，我每天都在准备，落地隔离期间的工作已经排得满满的。相信这次‘四叶草之旅’会满载而归。”

邀约：欢迎来中国做买卖，也欢迎来中国投资

一年一度，进博会不仅是全球经贸盛会，更助力中国经济高质量发展，展示出中国主动与世界市场相通、产业相融、创新相促、规则相联的决心。

在第五届进博会上，将首次设立“展商变投资商”展示区，进博会的展商可以在这里分享自己的中国故事。

将在“展商变投资商”展示区亮相的武田制药全球高级副总裁、武田中国总裁单洪说，自2018年首届进博会以来，武田制药已有9款创新产品在华获批。从进博会连续举办中窥见机遇，今年6月，武田制药将武田研发亚太总部落户上海浦东。

以进博会为圆心，更多经济高质量发展的动能加快汇聚。

推动“展品变商品”，长三角三省一市的进出口总额从2018年的11.1万亿元上升到2021年的14.1万亿元，占全国比重超过36%。

推动“展商变投资商”，今年前8个月，国家会展中心(上海)所在的虹桥国际中央商务区签约重点项目120个，意向投资额827.21亿元，较去年同期增长约60%；新开工项目35个，投资额358.85亿元。

清华大学中国发展规划研究院执行副院长董焜认为，首届进博会举办以来，我国通过开放促进自身加快制度建设、法规建设，不少支持进博会的创新政策纷纷落地并固化成为制度性的创新，进一步优化了营商环境，推动了经济高质量发展。

“得益于不断提升的营商环境，中国正在成为加速创新的‘试验场’。”进博会参展商勃林格殷格伦中国总裁兼首席执行官高齐飞介绍，今年8月，国家知识产权局对勃林格殷格伦自主研发的创新药品专利侵权案做出裁决，“我们感受到中国对保护知识产权、切实维护公平竞争市场秩序的高度重视，我们希望继续深耕中国市场。”

从进博会、服贸会、消博会到实施《区域全面经济伙伴关系协定》，缩减外资准入负面清单，中国高水平对外开放的脚步不停歇，用自身行动践行着支持经济全球化的诺言。

商务部对外贸易司司长李兴乾表示，商务部正与相关部门一起，持续推动扩大全球优质产品的进口，将重点做好扩大市场开放、创新进口促进平台、发挥展会的进口功能三项工作。(新华社上海10月5日电)

奋斗者正青春

以青春的奋斗致敬祖国

——记在本职岗位辛勤付出的青年

新华社记者 陈尚才 丁怡全 李杰

爱国之志，中华魂魄；奋斗之行，时代强音。新时代，青年人把爱国之情融于心化于行，立足岗位辛勤奉献付出，谱写了一曲青春奋斗的时代华章。

思乡，在蓝天之上

2016年，郑州姑娘王莹莹成为昆明航空有限公司的乘务员，刚跨出大学校门，她只身来到云南工作。“在很多人眼里，空姐是一份光鲜的工作，其实，要服务好乘客很不容易。”王莹莹说。

起飞前，对客舱进行安全检查，确保氧气瓶、灭火器、应急医疗箱等设备能正常使用；飞行过程中，除了送水送餐，还要随时准备处理各种突发状况；降落前，再次进行客舱安全检查，看机舱内是否有遗留物品……王莹莹用心做好每一个环节。

工作6年多，飞行时间超5000小时，王莹莹以优秀的表现，成为独当一面的乘务长。

今年中秋节，结束一天的飞行任务，王莹莹回到家已是夜里，坐在沙发上，她给自己点了一份外卖。这时，隔壁飘来的炖肉香和欢声笑语，拨动了她思乡之情。

“节假日是我们最忙的时候，工作后就没陪父母过中秋了。这是我的选择，我爱这份工作。”王莹莹说。

底色，在高原闪光

驻村帮扶4年多，26岁的格列旺久得到了群众的赞誉。

2018年，华电西藏公司选派格列旺久等4人来到昌都市江达县波罗乡外冲村驻村帮扶。争取惠民资金修建通路，挨家挨户宣传党的好政策，深入群众办实事解难题……从驻村队员、队长到村党支部第一书记，格列旺久一步步成长。

特色产业是乡村振兴的基础。调研中，格列旺久得知外冲村的木刻工艺历史悠久，有不少著名木刻工匠，还有国家级非遗项目波罗古泽刻板制作技艺传承人。2019年，他们抓住这个优势，申请到政府投资535万元和



北京：观众踊跃参观“奋进新时代”主题成就展

10月7日，观众在北京展览馆“奋进新时代”主题成就展上参观天问一号着陆器模型。

当日是国庆长假的最后一天，北京市民们纷纷走出家门，感受国庆的祥和气氛，到北京展览馆参观“奋进新时代”主题成就展的观众不少。

新华社记者 王毓国 摄



海南：环岛旅游公路儋州段路基工程即将完成

这是10月6日在海南儋州峨蔓火山海岸拍摄的海南环岛旅游公路(无人飞机照片)。目前，海南环岛旅游公路儋州段即将全面完成路基工程，正在进行路面结构层、桥梁等施工。

海南环岛旅游公路是建设海南自贸港和创建国际旅游消费中心的先导性重大基础设施项目，主线总里程988.2公里，贯穿海口、琼海、三亚等沿海12个市县和洋浦经济开发区，串联沿途特色海湾、特色小镇和旅游景区等。

新华社记者 蒲晓旭 摄

“亲子体育热”点亮山西百姓假期生活

新华社太原10月6日电(记者刘扬涛)国庆假期，寒潮来袭，但在山西省吕梁市小学生张浩天的家里，却是一派热火朝天的运动景象，客厅的瑜伽垫上，一家三口正跟随网上视频练习着健身操，欢笑声不时从屋内传出。

“平时工作忙，陪孩子的时间少。正好假期学校安排了体育作业，我们就跟着他一起锻炼。”家长张先生说，“这也是种不错的度假方式。”

国庆节期间，不少家长带着孩子走进体育场，用运动的方式共度假期。

10月2日，在地处黄河岸畔的山西省忻州市河曲县，一场全程5公里的亲

子欢乐跑比赛热闹上演，随着发令枪响，近百组身着亲子运动服的家庭相继出发，小选手们在家长的带领下，在环境优美的黄河湿地公园里尽情奔跑。

“虽然没有跑完全程，但我们很开心。”参赛选手王丽说，“能让孩子亲近自然，参与锻炼，这样的活动很有意义。”

随着亲子运动越来越受欢迎，不少体育场馆和旅游景点在国庆期间都推出了形式多样的亲子体育活动。

山西省运城市“曼健身”亲子健身游泳馆假期迎来了大批“组团健身”的家庭。泳池的儿童区内，孩子们跟着教练游泳戏水，而在不远处的健身房里，

一些家长则在跑步机上挥汗如雨。36岁的杨辰说，平时就喜欢健身的他假期几乎天天带着8岁的儿子“泡”健身房，希望孩子也养成锻炼的习惯。

在运城市司马光祠景区内，新奇的亲子投壶趣味比赛成为假期最受游客欢迎的项目之一。景区负责人介绍，投壶是中国古人宴饮时做的一种投掷游戏，也是一种礼仪，他们希望通过亲子比赛的方式让更多孩子和家长亲身体验、了解这一历史文化。“感觉像在玩古代的飞镖，很有趣。”游客刘芳说，“跟孩子一起参加比赛很开心。”

除了线下活动，亲子运动在线上

开展得如火如荼。6岁的杨梓涵参加了枫动体育发起的国庆小长假亲子体育打卡活动，每天将自己和妈妈一起跳绳、打羽毛球的视频上传到网上。“这样的运动方式很新潮，孩子每天拉着我去运动打卡。”妈妈李惠说。

“随着观念的变化，体育运动正成为越来越多家庭选择的度假方式。”山西大学体育学院教授成民铎表示，“相比过去‘孩子玩、父母看’的亲子模式，如今更多家长选择和与孩子一起锻炼、一起玩。这种沉浸式的参与方式，既加深了亲子间的互动交流，也让大家的假期生活更加丰富多彩。”

全民健身赋能体育消费 国产品牌迎来高质量发展

新华社记者 赵雪彤 林德初

国庆假期，福建省福州市乌龙江边，彩色飞盘在沙滩公园上空来回划过，接盘、闪躲、传盘……一群年轻人正在体验运动的乐趣。

随着公共健身设施的完善与全民健身意识的提升，公众的健身方式新意迭出，飞盘、腰旗橄榄球、陆地冲浪等小众体育运动逐渐进入大众视野，不仅带动了人们参与体育运动的热情不断提升，也拉动了体育消费快速增长，为体育产业注入活力。

“近年来，大众体育呈现出包容性、多元化、细分化的趋势，进一步带动体育行业细分品类的发展。”安踏集团副

总裁李玲说，十年前，大众对体育行业的关注以竞技为主，但如今，大众运动和体育产业发展互相促进，体育运动由竞技需求变成人们全新的生活方式。

在小众运动兴起的同时，健步走、跑步等传统健身方式也在悄然“智”变。在全国多地的智慧体育公园里，刷脸比健身步数、运动能量兑换免费储物空间、在智能座椅上无线充电等举措为健身增添了别样乐趣。

“现在户外的健身设备、公共设施更完善了，运动装备的选择和功能性也更多，无论是青年还是老年人都更愿意走出门健身。”喜欢健步走的朱女士说。

在福州城市森林步道，穿梭在城市与森林间的健身步道吸引着不同年龄段的游客前来打卡。记者观察到，不少年轻人都选择穿着国产品牌装备。

中国传媒大学学生刘洋告诉记者，近年来，国产品牌的审美和设计品位在上升，能够更好地满足年轻人的潮流需求，能成一定时期的时尚风向标。

近年来，中国青年对本土品牌的认可度不断提升，“不怕贵只要好”的青年消费心态促进国产品牌不断升级提质。“现在的‘90后’‘00后’，对于国产品牌更有自信心了，这从整体上推进了体育行业赛道的空间。”特步集团董事

局主席兼首席执行官丁水波说，过去人们参加所有运动都穿一双鞋，现在随着消费升级，消费者对不同体育运动装备的功能也有了差异化需求，体育品牌要找准这一定位，差异化发展。

匹克体育首席执行官许志华说，现在的国产品牌产品，品质一定要经得起考验，所有产品都要具有高科技、高颜值、高体验的“三高”特性。

见证体育品牌高质量发展的消费者，对国产品牌充满信心。“支持质量和设计都‘在线’的原创国货，也希望这类品牌可以走向世界。”24岁的黄梦晓说。(新华社福州10月7日电)