

关注第四届进博会



国家会展中心(上海)南广场
装饰一新,静待进博会开幕。
新华社记者 方喆 摄

进博会助推服务贸易“再升级” “看不见”的展品有何魅力？

关注明天 聚焦绿色、数字化

在服务贸易展区,不少金融咨询业的“老朋友”再度聚首。连续第四年参展的会计师事务所德勤,在原有服务贸易展区的基础上,增加了技术装备展区,从绿色和数字化两方面展示创新的数字化产品及行业解决方案。

“此次我们在展台设计了‘未来工作’全景沉浸式体验区,通过智能控制和声光电技术模拟不同情境下的工作环境,让参与者可以身临其境感受德勤在绿色智能建筑、未来城市管理等方面的最新成果。”德勤中国首席执行官蒋颖介绍,其

中展示的“The Edge”大厦是在巴黎气候协定的背景下诞生的一款产品,首次出现在进博会现场。

另一家会计师事务所毕马威同样在数字化和绿色领域快速转型。毕马威中国首席市场执行官周骏表示:“今年我们不仅是参展商,还是投资商。”

同样连续四年参加进博会的SGS,带来为企业量身定制的低碳及绿色可持续发展解决方案。比如,展现新能源汽车从原料开采、组件制

造、汽车组装、充电使用到废弃处理回收等全生命周期中所涉及的碳排放核算和碳减排措施服务;展示纺织行业从生产到回收利用诸多环节的循环生态……

在渣打集团董事长兼首席执行官霍思看来,2021年适逢中国加入世界贸易组织20周年,今年的进博会尤其重要。中国实现“双碳”目标的努力将为其国家的减碳之路提供借鉴,也为渣打银行提供巨大的发展机遇,帮助需要减碳的经济体和企业转型。

形象更“潮” 首迎拍卖行、画廊

来进博会,看场艺术展?依托于相关文物免税政策利好,艺术品、收藏品等成为本届进博会服务贸易展区新亮点。今年进博会首次在服务贸易展区打造文物艺术品板块。

今年这里聚集了全球三大拍卖行佳士得、苏富比、富艺斯及多家知名艺术机构。出自中外艺术家手笔和创作于不同年代的人物画、风景画与雕塑将汇聚上海,为观众带来一场视觉盛宴。

苏富比精挑细选了5件艺术名家杰作。苏富比亚洲区董事总经理洛嘉熙表示:“我们非常感谢中国政府的举措,让苏富比今年有机会为进博会带来多件顶级艺术品,促进全球文化交流互动。”

来自英国的合旋艺术今年首次进入中国市场,也携重量级国际艺术家的作品亮相本届进博会。“受到疫情影响,要把10件顶级艺术品从英

国带到上海并不容易,但我们非常珍惜这次机会,期待借助进博会的平台与中国观众面对面沟通,接触到更多中国的艺术机构和艺术家。”合旋艺术中国区负责人郑妍表示。

据悉,目前已有英国、西班牙等11个国家和地区的20家境外机构确认参展第四届进博会服务贸易展区,共申报文物艺术品178件,申报总货值23.5亿元。

枢纽服务 提供全新物流通道

日前,满载着进博会展品的“中欧班列一进博号”顺利抵达上海。这趟发自德国汉堡的中欧班列列为跨境贸易提供了全新的物流通道。

首批抵达上海的海运展品从汉堡启程,首批搭乘中欧班列到上海的展品同样从汉堡首发,两座城市的连接越来越紧密,也让汉堡港收获大量的关注。此次,汉堡港营销协会携汉堡港口与物流股份公司参加进博会,就位于服务贸易展区。汉堡港每年与中国业务有关的集装箱吞吐

量约为240万标准箱(TEU)。这意味着,在汉堡港装卸的每三只集装箱中就有一只来自或将运往中国。

“中国是汉堡港最重要的贸易伙伴,汉堡港是中国‘一带一路’倡议在欧洲的重要节点。去年,汉堡与中国的国际班列货运量为10.7万标准箱。”汉堡驻中国联络处首席代表潘桦表示,“尽管全球疫情仍在继续,我们不会错过进博会这个重要的国际交流平台。”

除了汉堡港,服务贸易展区还聚集了众多航运、物流、港口企业。比如,中远海运集团将携手10家相关境外企业参展,包括比雷埃夫斯港务局和阿布扎比港务局。

业内专家认为,在新冠肺炎疫情持续、航运价格高企、国际贸易通道受阻严重的当下,进博会服务贸易展区将进一步推动商贸往来,为促进国内国际双循环新发展格局提供保障。

(新华社上海11月2日电 记者桑彤 周蕊 何欣荣)



越来越多的国外客商乘着进博会的“东风”来华投资创业。图为来自土耳其的拉玛赞(左)在位于上海绿地贸易港的商铺内,与员工一起打包商品。
新华社记者 方喆 摄



装载了进博会展品的“中欧班列一进博号”列车10月29日抵达上海,这也是进博会展品首次坐中欧班列直达上海。
新华社记者 丁汀 摄

“舌尖上”感受开放 食品及农产品展区堪称进博会最“香”展区

第四届进博会的脚步已经临近,“舌尖上”怎样感受开放?食品及农产品展区了解一下!这里堪称是进博会上最“香”的展区,上千家企业在这里为你的“舌尖”带来异域风情。

展区相关负责人介绍,第四届进博会食品及农产品展区有近百个国家和地区的上千家企业参展,其中包括世界500强及龙头企业近30家,以及不少首发首秀产品。比如,零售业巨头亿滋国际将携近100种产品亮相,其中50%为“进博会首秀”,麦德龙中国将带来日本瀛七星大米等新品在进博会

上首发。

“进博会不仅是我们全面展示实力的珍贵机会,更是显示我们对中国市场信心的窗口。”恒天然大中华区首席财务官阿克沙伊·阿加瓦尔说,通过进博会“牵线搭桥”,企业获得更多本土企业客户,仅与厦门建发股份的合作订单就达180亿元,今年,企业将带来亚洲首发新西兰草饲鲜牛乳,还提前“锁定”了第五届进博会,签下“未来之约”。

都乐公司将在第四届进博会上“亚洲首发”比利时红啤梨。都乐中国品牌总监王娜说,过去几年,进博会一直都给企业提供了

非常好的品牌展示平台。“在前三届的进博会上,我们陆续首发了一些新品,比如,巴西甜瓜、菲律宾牛油果等都成为‘爆款’,也让我们对今年的新品非常有信心。”

除了是首发首秀的大舞台,这里也是展商们一年一度的“盛会”。

“虽然我今年不能亲身前来,但我依然会以‘云端连线’的方式参与到进博会中,分享这一舞台带来的大机遇。”去年不惜来回隔离28天前来参加进博会的新西兰乳业企业纽仕兰研发总经理罗伊·范登克说,进口博览会对于任何进口商来说都是最好的

“舞台”。

进博会的“老朋友”达能全球高级副总裁李健说,借助“进博效应”,达能累计将30多款新品引进中国市场,在进博会上所获取的市场洞察,又进一步促使达能不断加大在中国产业链前端的布局。

值得注意的是,根据疫情防控方案总体要求,相关部门在提供进境展品绿色通道的同时,加强食品的防疫检测,尤其是对冷链展品实施“口岸入境检验检疫、分批进入总仓、集中消毒和核酸检测、统一运输入馆”措施。(新华社上海11月2日电 记者周蕊)

新华视点

元宇宙到底是个啥 会催生怎样的“平行世界”

近来,元宇宙成为科技圈和资本圈大热的话题。腾讯、字节跳动等纷纷进入相关领域,国外脸书、微软、英伟达等科技公司也均已布局。多名受访人士认为,元宇宙作为虚拟世界和现实世界融合的载体,蕴含社交、内容、游戏、办公等场景变革的巨大机遇。

元宇宙到底是啥?对互联网来说意味着什么?它会催生一个怎样的“平行世界”?

科技公司纷纷布局元宇宙

今年3月,腾讯投资的元宇宙概念股罗布乐思(Roblox)上市首日即大涨,其多人在线创作游戏《Roblox》兼容了虚拟世界、休闲游戏和自建内容。早在去年年底,腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾在腾讯的内部刊物上发文称:“一个令人兴奋的机会正在到来,移动互联网十年发展,即将迎来下一波升级,我们称之为全真互联网。”

今年8月,字节跳动收购了中国虚拟现实设备公司Pico(小鸟看看)。4月,字节跳动投资了元宇宙概念公司“代码乾坤”。此外,网易、莉莉丝、米哈游等公司也都有跟元宇宙相关的布局。

除了互联网巨头和游戏公司外,一些初创公司也已早有布局。两年前,当宸境科技创始人胡闻和他两位同学一起在广州南沙创办公司时,没有料到短短两年,一个全球性科技风口已经来到眼前——元宇宙。现在,他们正在打造元宇宙的“数字底座”,将真实世界转换成计算机可以识别的“数字语言”,并在此基础上叠加各种虚拟应用。

“通过元宇宙的构建,真实世界的信息将得到虚拟世界的极大补充,人类与虚拟世界的互动方式将得到全面提升,在此基础上将诞生充满想象空间的商业模式,游戏、社交、娱乐、消费等都会发生质变。”胡闻说。

在国际上,脸书、微软、英伟达等科技公司纷纷布局。当地时间10月28日,美国脸书公司创始人马克·扎克伯格宣布公司改名为Meta以专注元宇宙业务。脸书近年来大手笔投资虚拟现实和增强现实技术,开发虚拟现实耳机、增强现实眼镜和腕表等硬件产品。

今年5月,微软首席执行官萨蒂亚·纳德拉表示公司正在努力打造一个“企业元宇宙”。8月,图像处理和人工智能芯片生产商英伟达宣布,推出全球首个为元宇宙建立提供基础的模拟和协作平台。

底层技术日渐成熟,现实与虚拟密切融合

那么,到底什么是元宇宙?

元宇宙概念最早出现在1992年美国作家尼尔·斯蒂芬森的科幻小说《雪崩》中。小说描绘了一个平行于现实世界的虚拟数字世界——“元界”。现实世界中的人在“元界”中都有一个虚拟分身,人们通过控制这个虚拟分身来相互竞争以提高自己的地位。

事实上,当前科技界对元宇宙并无一个公认的权威定义。清华大学新闻与传播学院教授沈阳认为,元宇宙是整合多种新技术而产生的新型虚实相融的互联网应用和社会形态,它基于扩展现实技术提供沉浸式体验,以及数字孪生技术生成现实世界的镜像,通过区块链技术搭建经济体系,将虚拟世界与现实世界在经济系统、社交系统、身份系统上密切融合,并且允许每个用户进行内容生产和编辑。

扎克伯格在解释公司为何改名时,用一段视频直观展示了元宇宙的未来:可以创造一个虚拟的“家”,邀请熟悉的人开展社交,戴上设备就可以进入一个虚拟的工作空间与同事一起工作,甚至可以创造一个虚拟世界……

胡闻认为,元宇宙概念在今年大热不是偶然,经过多年酝酿,虚拟现实、人工智能、区块链、大数据、5G通讯、可穿戴设备等底层技术的应用日渐成熟,这些技术的结合运用使打造元宇宙成为可能。

中国社会科学院数量经济与技术经济研究所副研究员左鹏飞认为,元宇宙热背后有着深刻的经济社会原因——移动互联网红利已经到顶并开始消退,元宇宙作为虚拟世界和现实世界融合的载体,蕴含着社交、内容、游戏、办公等场景变革的巨大机遇,传统数字科技企业和新兴初创企业都想抓住未来赛道机遇。

清华大学新媒体研究中心近期发布的《2020—2021元宇宙发展研究报告》认为,2020年是人类社会虚拟化的临界点,为2021年成为元宇宙元年做了铺垫。一方面疫情加速了社会虚拟化,在新冠肺炎疫情防控措施下,全社会上网时长大幅增长,“宅经济”快速发展;另一方面,线上生活由原先短时期的例外状态成为常态,由现实世界的补充变成了与现实世界的平行世界,人类现实生活开始大规模向虚拟世界迁移,人类成为现实与数字的“两栖物种”。

元宇宙离我们还有多远?

不少国际知名咨询企业看好元宇宙的未来,如彭博行业研究报告预计元宇宙将在2024年达到8000亿美元市场规模,普华永道预计元宇宙市场规模在2030年将达到1.5万亿美元。

虽然前景诱人,但多数受访人士认为,当前元宇宙产业整体上还处于早期阶段,从算力条件、网络技术、扩展现实等现状来看,产业还需要10至20年的发展时间。

沈阳认为,当前元宇宙产业处于初期发展阶段,具有新兴产业不成熟、不稳定的特征。元宇宙仍存在诸多不确定性,产业和市场亟需回归理性。

左鹏飞认为,在技术升级与需求升级的合力作用下,元宇宙的场景实现只是一个时间问题,也代表着未来的大方向,建议我国从技术、标准、应用、法律等层面支持元宇宙产业发展。“从技术方面来看,技术局限性是当前我国元宇宙发展面临的瓶颈,尤其是移动通信、大数据、人工智能等底层架构性信息技术亟需提升。我国应加大基础信息技术研发投入,鼓励和支持相关企业加强基础研究,增强技术创新能力,稳步提高技术成熟度。”左鹏飞说。

业内人士建议,在法律层面,总结提炼在网络平台发展过程中的治理经验,加强元宇宙前瞻性立法研究,关注监管审查、数据安全等问题。

(据新华社广州11月2日电 记者马晓澄)

元宇宙



新华社发