

开幕在即,进博老友们都在忙些啥?



11月2日拍摄的国家会展中心(上海)西入口(无人机全景照片)。第七届中国国际进口博览会的举办地——国家会展中心(上海)已完成外部装饰及绿化,静待盛会。
新华社记者 刘颖 摄

又到金秋时节,形如“四叶草”的国家会展中心(上海)即将迎来四海宾朋,共赴一年一度的“进博之约”。

11月5日至10日,第七届中国国际进口博览会将于上海举行。届时将有152个国家、地区和国际组织参加国家展和企业展。连日来,新华社记者走进多家参展企业,跟随他们忙碌的备展脚步,感受他们眼中的中国大市场魅力。

11月3日一早,源自智利安第斯山麓高海拔地区的佳沃雪山车厘子顺利运抵上海国家会展中心展馆内,鑫荣懋集团市场总监赵芳华终于舒了口气。

作为进博会七届“全勤生”,在全球近40个国家和地区开展水果业务的鑫荣懋集团每年都会带着多款全球首发新品赴约。从秘鲁沙漠蓝莓到泰国易开椰,这些在往届进博会上首次亮相的“明星产品”,如今已成为中国各大商超货架上的热销之选。

赵芳华告诉记者,今年他们将把马来西亚猫山王鲜果榴莲首次带到进博会上。今年6月,中马双方签署了关于马来西亚鲜食榴莲输华植物检疫要求议定书,马来西亚成为继泰国、越南和菲律宾之后,第4个获准向中国出口鲜食榴莲的国家。

“参展进博会的鲜榴莲将赶在开幕前一天进馆首发,欢迎大家来尝‘鲜’。”赵芳华

说,需求多样、营养追求等催生了中国万亿元规模的水果零售市场,期待通过进博会进一步深化全球果业朋友圈,共享发展机遇。

巴基斯坦客商哈比抱着“试试看”的心态参加了第四届进博会,没想到,他带来的巴基斯坦盐灯一下子成了“爆款”,“这些年累计卖了6万件”。第六届进博会上,他带来有着数百年历史的“非遗”骆驼皮灯,短短六天时间就收获了来自中国20余个省份的大量订单。

今年,老朋友哈比又来了。“中国市场不仅让我们的商品有销路,更助力巴中两国的文化深入交融。”第七届进博会上,哈比将带来为中国市场定制的骆驼皮灯,“这一次,皮灯上画着鱼,象征年年有余、欣欣向荣”。

在医疗器械及医药保健展区,武田企业事务与患者赋能部负责人连晶这几天正忙着和同事们一起完善展区布展工作。

连晶告诉记者,第六届进博会结束以来,武田已在中国连续获批了6个创新产品或适应症,都是登上过往届进博会的展品。进博会的“溢出效应”助力企业在中国市场实现跨越式发展。“这也坚定了我们长期深耕中国市场的信心,希望通过本届进博会与更多本土伙伴加强合作。”

自2018年以来,年年如期举行的进博会让更多展商变商品、展商变投资商,

为中外企业搭建了互利共赢的合作桥梁。

连续七年参加进博会的德国贺利氏大中华区沟通部与市场传播负责人陈立斌对此感受颇深:“我们有很多重大投资项目是通过进博会牵线搭桥、开花结果的。贺利氏如今在中国的知名度有一定提升,进博会功不可没。”

聚焦发展新质生产力,今年进博会首次设立新材料专区。贺利氏成为入驻新材料专区的首批企业之一,将发布新型贵金属催化剂等新品,助力中国绿色化工等产业发展。

忙着策划布展之外,陈立斌还有一个“业余身份”,那就是一个覆盖上百家进博会参展跨国公司的进博“邻居群”网络群主。

2018年首届进博会上,作为贺利氏进博会协调人的陈立斌和同在技术装备展区的二三十位“邻居”们组建了一个网络小群,开展交流、互帮互助。如今这个群的成员已超过300人,延伸到食品及农产品、汽车、消费品、服务贸易等更多展区。

这几天,群里热闹非凡。“又到了一年一度的进博时间。群里的‘邻居’们都是进博会的参与者、见证者,更是受益者,大家相互鼓励打气、分享合作机会,期待进博会越办越精彩。”陈立斌说。

新华社记者 唐诗凝 周蕊 古一平



11月3日,市民从“进博集市城市会客厅”外走过。

第七届中国国际进口博览会将于11月5日拉开帷幕。位于上海市南京东路的“进博集市城市会客厅”汇聚多种进博会同款好物,吸引不少市民游客前来购买。

新华社发(陈浩明摄)



11月3日在第七届进博会新闻中心一楼拍摄的咨询服务人形机器人“小新”。

当日,设置在国家会展中心(上海)的第七届进博会新闻中心对中外媒体记者开放。

新华社记者 王翔 摄

全国60周岁及以上居民主要活动领域时间利用情况



国家统计局10月31日发布第三次全国时间利用调查公报。透过诸多具体数据的增减变化,可以看到大家的时间都去哪儿了,从而更好地了解经济社会发展、民生福

家务时间少了,健身时间多了……

调查公报折射我国民生新变化

祉变迁。

公报数据显示,家务劳动活动的参与者每日平均时间为1小时59分钟,比2018年减少28分钟。

国家统计局社科文司负责人表示,居民家务劳动活动时间的缩短,反映出我国居民生活方式发生较大变化,生活质量进一步提升。“居民在家务劳动中进一步‘解放双手’。”

洗衣机、扫地机器人、智能炒菜机、洗碗机……近年来,不断上新的智能家居产品“飞入寻常百姓家”,给居民干家务带来切实便利。

公报显示,运动健身活动参与者每日平均时间为1小时10分钟,活动参与率为49.6%,比2018年提高18.7个百分点。“居民运动健身活动参与率的提升,反映出居民健身意识增强,生活方式更加健康。”国家统计局社科文司负责人说。

学校操场上,学生们利用“课间一刻钟”跑步、踢球,挥洒汗水;口袋公园里,老年人散步、打太极拳、跳广场舞的身影多了起来;体育场馆中,上班族利用周末在家门口的运动场所打篮球和羽毛球……越来越多人将体育健身作为生活的一部分,“运动即健

康”的理念逐渐深入人心。

记者注意到,同样增多的,还有居民的互联网使用时间。调查结果显示,互联网使用的居民每日平均时间为5小时37分钟,比2018年增加2小时55分钟;互联网使用活动参与率为92.9%,比2018年提高35.9个百分点。

在外卖平台点一份晚餐,在直播间里挑选喜欢的衣服,扫二维码骑上共享单车……从购物、支付、医疗到教育、娱乐、社交,互联网已经融入到人们日常生活的方方面面。

第54次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至今年6月,我国网民规模近11亿人,互联网普及率达78%,形成了全球最为庞大、生机勃勃的数字社会。

随着互联网的普及应用,越来越多人选择通过电商平台购买商品或服务。动动手指,心仪的商品就能送到家门口,保洁员、维修师等就能上门服务,节省时间成本的同时,也进一步释放了消费潜力。

中国宏观经济研究院社会战略规划研究室副主任关博说,从第三次全国时间利用调查结果可以看出,新技术新应用不仅深刻改变着生产方式,也影响着普通百姓的生活,减轻了家务劳动时间投入,压缩了就餐、

购物所需的交通成本,进一步改善了居民的时间利用效率。

作为国际通行的一项社会调查,时间利用调查通过采集居民在一段特定时间内的活动信息,反映居民在个人生理必需活动、有酬劳动、无酬劳动、个人自由支配活动等各项活动的投入。

国家统计局社科文司负责人介绍,我国于2008年、2018年开展了两次时间利用调查,为健全社会统计调查体系、开展民生福祉分析和国际比较研究等提供了统计数据支撑。第三次全国时间利用调查在调查范围、调查对象、调查内容、调查方式上都基于前两次调查进行了优化。

以调查内容为例。第三次全国时间利用调查将居民一天的活动划分为6个主要活动领域、13个主要活动大类。其中,在13个主要活动大类中有7个大类设置了细分项,活动类别扩展至34个,调查内容更加丰富细化。比如,家务劳动活动大类细分为烧菜做饭、洗衣清扫、饲养宠物、其他家务劳动等类别。

“数据的点滴变化,正是人民生活品质提升的生动缩影。”关博说。

新华社记者 潘洁 张晓洁