聚焦第九届中国国际进口博览会

首发首展签单护航 上市公司进博会交出亮眼答卷

证券时报记者 梅双

开放的“四叶草”展馆内，第九届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）成为A股上市公司展示创新实力、链接全球资源的重要舞台。

如今，进博会的合作内涵持续迭代，采购模式正从简单的“买买买”升级为深度“链全球”的产业协同。各家上市公司也轮番上演首发首展，积极开展战略签约，同时以公益服务、资源投入参与展会护航保障，在新品展示、经贸合作、社会责任多个维度交出亮眼答卷。



元祖食品展台。 梅双/摄



复星医药展台。 受访公司/供图

首发首展集中亮相

首发首展，依然是上市公司在进博会上亮眼的主线。不少企业带来全球、全国首发新品，硬核科技、国潮消费轮番登场。

沐曦股份作为本届进博会中国馆唯一入选的国产GPU企业，携两项国产算力硬核产品——曦景S600超节点、“沐曦股份×东方算芯”异构双擎算力机柜亮相展会。据介绍，曦景S600超节点搭载沐曦曦云C600全国产旗舰GPU，搭配沐曦自研MXMACA软件栈平台与MetaXLink高速互联技术，单机柜可支持128卡全交换、无带宽收敛的互联架构。

消费赛道上新同样精彩纷呈。农食产品展区，一处柔和紫色调的展台格外醒目。弧形展台上错落摆放着50余款产品，造型精巧的蛋糕依次排开，成为展区的一抹亮色。这是元祖食品首次以展商身份登上进博会舞台。

本次展会，元祖食品围绕“食养东方，礼遇世界”主题，带来两大新品，其中，全球首发的黑芝麻枸杞蛋糕，贴合当下健康消费趋势，也是品牌全新“养”系列的创新之作；同台亮相的“喜羊羊”联名新春蛋糕，将童趣设计与节庆元素相融。

“进博会汇聚全球产业资源，是品牌对外交流、展示创新成果的优质平台，首次参展也希望让海内外客商看到中式烘焙的创新变化。”元祖食品品牌推广总监王娜对证券时报记者表示，公司将继续以“健康、好吃、有故事”为理念，把二十四节气的时令食材融入产品开发，让东方食养智慧从进博会出发，走向更广阔的消费市场。

另一边的医疗器械及医药保健展区，作为连续九年参展的“全勤生”，复星医药持续演绎“展品变商品”的进博故事。

“今年，合作伙伴直观医疗迎来达芬奇手术机器人进入中国20周年，携最新一代胸腹腔内窥镜手术控制系统‘达芬奇5’参加首展首秀。”复星医药相关负责人向证券时报记者表示，作为连接全球创新资源与中国市场的重要平台，进博会见证了复星医药双向合作的持续深化。本届进博会期间，复星医药通过战略签约、高端论坛等形式，持续拓展国际合作网络，不断促进创新资源对接与成果转化。

多家公司签大单

进博会强大的磁吸效应持续释放，采购商长廊人头攒动，不同地域、不同规模的企业都在这里寻找合作机遇。

本届进博会，央企交易团的签约陆续落定，金额稳中有升的同时，采购标的的技术密度也在攀升。包括中国石化集团、中国海油集团在内的“三桶油”，本届进博会累计采购签约金额超过737亿美元。采购产品涵盖油气资源、高端装备、绿色低碳等领域。

多家能源央企也于进博会达成签约，中国电建、中国能建锁定能源装备、低碳技术等领域国际合作。以中国电建为例，进博会期间，中国电建集中签约金额达6.77亿美元，再创历史新高。公司分别与日立能源、卡特彼勒、西门子能源、通用电气能源等企业进行了集中签约，创历届参会签约金额之最。

此外，进博会上的“上海国资购物车”再次刷新规模。记者获悉，上海交易团国资分团在大宗商品、医疗器械、农食产品等领域已达成意向采购订单137笔，意向采购金额28.62亿美元，同比增长3.1%。

在集中签约仪式上，上海电气、上海银行、上汽集团、东浩兰生集团、上实集团、百联集团、临港集团、东方国际、光明食品集团、国茂控股、绿地集团等11家企业集团的17个项目进行了集中签约，涉交易金额约15.3亿美元，有力促进上海国有企业与外资外商在大宗商品、生物医药、时尚消费品、服务贸易等多个领域开展合作。

放眼交易舞台，一批上市公司借进博会完成大额意向签约。不少企业借助展会平台对接海外伙伴，把海外先进技术、原材料引进国内，同时把中国产品、中国方案推向国际市场。

暖心护航倾力保障

盛会顺畅运行的背后，也有着上市公司的温情助力。本届进博会，来自上海各高校的“小叶子”与各行业专业志愿者穿梭在展馆内外，用耐心与专业支撑起展会的日常服务。为了感谢“小叶子”的辛勤付出，上海家化向进博会大学生志愿者服务中心送去沐浴露与洁面巾，助力志愿者以更好的状态投入展会服务。

除物资支持外，参展上市公司配合场馆管理，做好展品布展、现场服务、客商接待，配合展会规范完成展品通关、现场运维，共同维护展馆秩序。据上海建工介绍，本届进博会前夕，上海建工安装集团400多人的运维团队奔忙在场馆内外，用心打磨细节，先后完成7200台配电箱、800余台空气处理机组、2600余台风机盘管等关键设施设备的维保任务。通过开展全馆专项提升行动，逐项消除通行隐患，为八方来宾提供顺畅有序的参展体验。

进博会期间，展馆区域周边车流密集，为守好应急保障的“安全灯”，隧道股份城市运营在重点区域布设超140个应急基地、近200支抢险队伍、1700余名应急人员，形成“点—线—面”全覆盖的快速响应网络。

从首发首展的创新突围，到签约大单的务实合作，再到温情满满的护航保障，进博会上的上市公司，既是产业创新的展示者，也是经贸合作的参与者，更是社会责任的践行者。借助进博会开放大舞台，上市公司持续联通全球市场，推动创新成果落地，共享开放合作机遇。

拍照、泡茶、分拣、导诊 机器人越来越能干了

证券时报记者 王一鸣

和前几年“能跑会跳”的炫技不同，今年的进博会上，机器人越来越能干了。

它们正从演示环境走向真实场景：在新闻中心给记者拍照留念、在酒店前台递水引导、在桌子上泡工夫茶、在药店进行药品分拣再送至柜台、和观众对打乒乓球……

例如，在智元的展台上，公司首次公开两类新增应用场景：一类是北大人民医院智慧导诊，另一类是酒店交互服务场景。

其中，灵犀X2机器人可完成科室指引、就诊流程答疑、路线陪伴等服务；智元精灵G2机器人展示装配、泡茶及产线上下料等作业能力；远征A3系列机器人负责观众问询与酒店迎宾等。

“在工业制造领域，精灵G2机器人此前已进入某科技企业产线，承担物料上下料与质检辅助作业。”现场工作人员向证券时报记者介绍。

据智元方面提供的数据，按照2026年10月常态化运行场景的统一口径折算，公司机器人累计形成超6.2万个有效智能工时，覆盖文旅文娱、城市交通、商业零售、工业制造及民生服务五大领域。

对于行业趋势，具身智能产业界的一个共识是，人形机器人的突破是“身体”与“大脑”协同进化的结果。“当前，具身智能最大的瓶颈并非大模型的理解与规划能力，而是AI与物理世界的‘最后几毫米’对齐误差。”宇树科技创始人王兴兴在进博会分论坛上谈及行业痛点时说。他判断，模型与物理世界的对齐问题有望在1—2年内改善。

事实上，在面向物理世界的机器人大脑层面，国内企业已在发力。例如，离智元展台的不远处，蚂蚁灵波呈现了其LingBot 2.0（机器人通用大脑）全栈技术，致力于让机器人看得更清楚、想得更明白、干得更利索。在现场搭建的“智慧药房”实景演示区，用户下单后，在LingBot 2.0通用大脑驱动下，机器人即可自主完成订单接收、药品分拣，再将其送至柜台等全流程作业。

蚂蚁灵波相关负责人告诉证券时报记者，该类产品目前已应用于上海多家药店，基本无需对原有门店布局进行改造，即可部署上线。而在今年10月的世界物理AI大会上。搭载了LingBot 2.0通用大脑的宇树G1-D轮式人形机器人在现场完成柔性毛巾叠放实操演示。

“叠毛巾看似简单，但放到机器人任务里，背后却是柔性物体形态不定、接触状态持续变化、抓取点难以预设的真实难题。”蚂蚁灵波相关负责人表示，基于宇树机器人，依托蚂蚁灵波LingBot 2.0，仅需极少样本数据，即可将这一高频、重复的桌面任务转化为可稳定执行的动作序列。

以此类推，酒店布草整理、洗衣房整理、家政服务、商业清洁等场景，都存在大量毛巾折叠这类劳动密集型作业需求，也是具身智能产业化落地的刚需场景。

行业快速发展之际，伴随着进博会的召开，溢出效应亦在具身智能领域显现。“我们公司总部这两天接待了不少参加了进博会的企业考察。其中，来自韩国的政商界代表就有三批。”深兰科技创始人陈海波告诉证券时报记者。

在陈海波看来，人工智能是全球性的前沿赛道，开放协作是技术迭代的必然路径。进博会的价值不止于展馆之内的展品展示，更在于促成“展品变商品、展商变投资商”，推动海内外创新资源深度链接中国科技。

巴西甜面包进博会圈粉记

证券时报记者 吴志

“全球最大的潘娜托尼生产商”，第九届进博会农食产品展区一隅，Bauducco（巴多可）黄色的展台虽然不大，但一行标语非常显眼。展台上堆满了潘娜托尼，工作人员正忙着切片，等待试吃的顾客排起了长长的队伍。

“在哪里可以买到”“有没有铁盒装”，不时有消费者前来询问。

潘娜托尼是一种意大利风味的节日面包，以长时间、多次发酵为特点。多数中国消费者对潘娜托尼并不熟悉，但在巴西等国家，潘娜托尼几乎是节日必备品。Bauducco是一家来自巴西的烘焙食品企业，潘娜托尼正是公司旗下的标志性单品，其产品畅销全球数十个国家。

Bauducco与进博会的渊源始于2024年。彼时该品牌跟随巴西出口投资促进局组织的展团参加第七届进博会。首次亮相进博会舞台，Bauducco只进行了品牌展示，但反响仍然超出了预期。

2025年第八届进博会，Bauducco再次跟随展团参展，这次，他们做起了试吃。“现场的反馈很热烈，给了我们很大的信心。”Bauducco品牌经理（中国）王琪告诉证券时报记者。

初步了解市场后，今年5月，Bauducco生产的潘娜托尼已通过一般贸易形式正式在国内市场销售，目前各大电商平台已经能买到这款来自巴西的面包。而在11月举行的第九届进博会上，Bauducco也首次设置了独立展位。

“进博会确实是一个很好的平台，我们可以在成本可控的情况下，直面消费者，同时找到B端的客户。我们希望通过进博会上的展示、试吃，观察这款产品到底适不适合中国市场。从今年的展会情况来看，效果已经超出了我的预期。”王琪说。

Bauducco潘娜托尼在中国的故事或许刚开始。王琪表示，第十届进博会公司肯定会继续参加，而且希望有一个更大的展位。

一个潘娜托尼甜面包，从南美抵达中国，要跨越万里山海，历时月余。进博会为这些“远道而来”的商品，提供了通往中国市场的桥梁，也提供了直达中国消费者的窗口。

从贝宁菠萝、秘鲁蓝莓、牙买加咖啡到巴西潘娜托尼，近年来，万千环球风味正是以进博会为起点，叩开中国消费市场的大门，也让中国消费者得以享受来自全球的多元风味。

在此期间，展商们从组团亮相，到独立设展、深耕布局；从十余平方米的小展台，到数百平方米的大展位，越来越多海外展商依托进博会平台实现成长跃迁，在中国市场实现长足发展。

冲刺四季度、打好收官战 地方稳增长『八仙过海』

证券时报记者 贺觉渊 郭博昊

四季度是全年收官之季，也是巩固经济回升向好的关键窗口期。11月6日召开的国务院常务会议要求，确保完成全年经济社会发展主要目标任务。证券时报记者注意到，10月以来，31个省份通过省委常委会、省委财经委或省政府常务会议等方式，对四季度经济工作作出部署。各省份纷纷提出“冲刺四季度”“打好收官战”等表述，全力以赴完成全年目标任务。

今年以来，各地扎实推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。多数省份表示，前三季度经济运行稳中有进、向优向新。例如，辽宁省委常委会10月23日召开扩大会议指出，今年以来，全省经济承压前行、总体平稳，呈现止降、筑底、回升态势。

部分省份亦不回避所面临的困难挑战。广西壮族自治区党委书记陈刚在2026年四季度全区经济发展调度会上直言，“三季度主要经济指标回落，经济工作面临困难挑战增多”，要“坚决遏制经济下行态势”；安徽省政府第117次常务会议指出，全省经济顶压前行、向新向优，但经济向好基础还需巩固。

关键期也是攻坚期，各地将着力解决经济运行中存在的困难和问题，持续巩固稳中向好态势，全力以赴完成全年目标任务。从部署重点看，扩大有效投资、挖掘消费潜能被反复强调。

在各地对四季度经济工作的部署中，投资被摆在最突出位置——多数省份明确要多措并举扩大有效投资，据记者统计，10月以来，安徽、山东、四川、甘肃等8个省份直接提出推动投资“止跌回稳”。10月20日，广东召开省委财经委员会会议暨全省三季度经济形势分析会，明确提出“要把投资作为四季度工作的关键抓紧抓实”，加快推进重大项目开工建设。

“六张网”已成为多地扩大有效投资的主要抓手——据记者统计，10月以来有14个省份明确将“六张网”建设列为四季度扩大投资的重点方向。此外，广东还将聚焦城市更新；安徽将推进老旧水库、老旧粮库改造提升；陕西则加快推进水利、交通、农业等专业规划项目落地。

项目建设所需的资金正在加快到位。目前，8000亿元新型政策性金融工具已投放完毕；5500亿元地方政府债务结存限额正加速下达，其中2500亿元专项债结存限额将投向四季度有实际项目资金需求的地区。

“随着资金供给集中释放，项目资本金约束逐步缓解，四季度投资增速将迎来改善，全年投资增速有望止跌企稳。”上海财经大学财税投资学院副教授汪峰对记者说。

在提振消费方面，一方面，各地用好9月底下达的第四批625亿元消费品以旧换新资金，另一方面，推动个人消费贷款、服务业经营主体及中小微企业贷款贴息政策落地，因地制宜挖掘消费潜能。四川、江苏等省份将继续通过贷款贴息、以旧换新政策释放家电家居等大宗消费潜力；海南将抢抓旅游旺季窗口期，办好免税购物节等促消费活动，做实“免税+文旅”；东北三省以及新疆均强调做好“冰雪文旅+消费”。据记者统计，10月以来有11个省份把文旅消费作为四季度促消费的主要抓手。

粤开证券首席经济学家罗志恒建议，四季度可以考虑由中央财政适时推出更有针对性的增量措施，对中低收入群体和困难家庭给予一次性生活补助，并对养老、托育、家政、文旅等服务消费给予适度支持，扩大政策受益面。

除投资、消费外，产业政策同样是各地部署的重点。不少工业大省注重“一企一策”抓好企业运行，如辽宁将帮助汽车企业拓展销售，推动石化企业“以化补油”、钢铁企业降本增产；江西明确将分类施策，全力推动重点行业稳定增长，并把帮扶龙头企业作为重中之重。

时报经济眼

第二艘国产大型邮轮 开启首个试运营航次

第二艘国产大型邮轮“爱达·花城号”9日从上海吴淞口国际邮轮港出发，开启交付后的首个试运营航次，并计划于11月12日抵达广州南沙国际邮轮母港。该航次将全面检验邮轮运营能力，标志着“爱达·花城号”向着正式商业运营迈出关键一步。

据介绍，该航次期间，“爱达·花城号”将围绕海事运营、航行安全、产品服务、船岸协同及全船信息系统等多个环节，开展系统性测试与调整。在模拟真实运营的状态下，邮轮还将针对客房服务、餐饮娱乐、购物休闲等核心体验进行压力测试，进一步检验各部门之间的协同配合和响应能力。

爱达邮轮相关负责人表示：“首个试运营航次是‘爱达·花城号’首航筹备中的重要一环，更是对运营保障能力、产品体验和服务流程的一次实战检验。我们将积极听取意见、扎实推进各项筹备工作，为后续平稳运营打下坚实基础。未来，爱达邮轮将在不断夯实自主运营能力的同时，持续深化‘邮轮+文化’品牌战略，为旅客带来富有文化内涵的高品质海上度假体验。”

“爱达·花城号”抵达广州后，还将继续推进母港泊靠、口岸衔接及首航服务流程等相关准备工作，计划于11月14日至16日开展第二个试运营航次。11月22日，“爱达·花城号”将从广州开启首航季。（据新华社电）

证券时报 ID:wwwstcncom