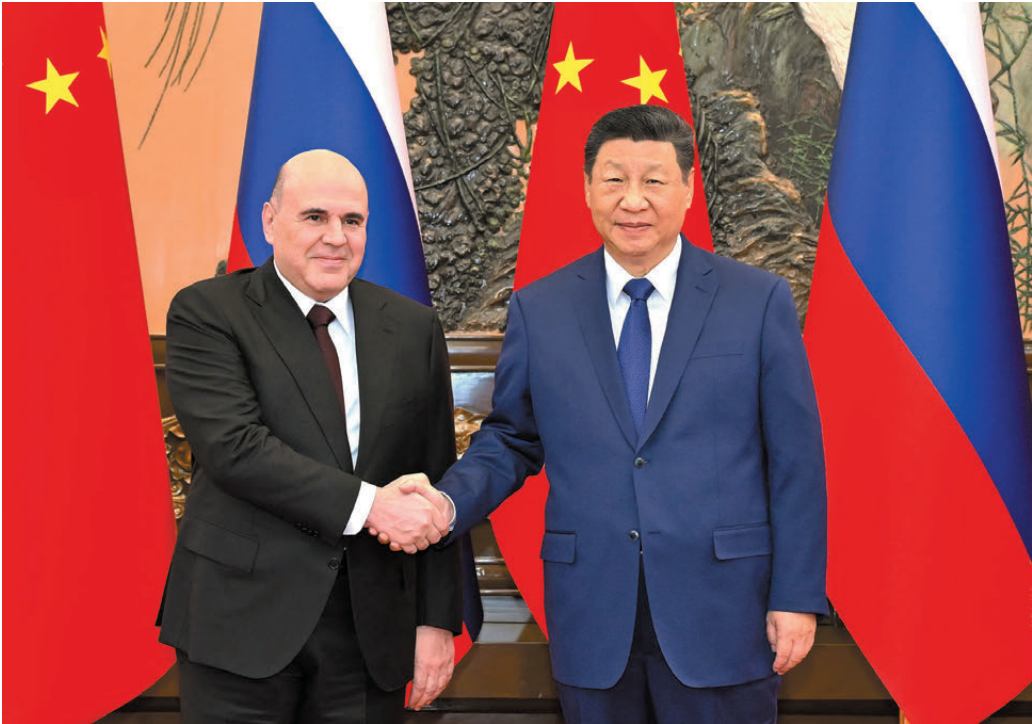


會見俄總理米舒斯京 強調中俄關係在風高浪急中篤定前行 習近平：推動「十五五」規劃同俄發展戰略更好對接

● 4日上午，國家主席習近平在北京人民大會堂會見俄羅斯總理米舒斯京。
新華社



香港文匯報訊 據新華社報道，4日上午，國家主席習近平在北京人民大會堂會見俄羅斯總理米舒斯京。

習近平指出，今年以來，中俄關係錨定更高水平、更高質量發展目標，在風高浪急的外部環境中篤定前行。維護好、鞏固好、發展好中俄關係，是雙方的戰略抉擇。我同普京總統在莫斯科和北京兩次會晤，就中俄關係中的戰略性、全局性問題深入交流，作出新的謀劃和部署。雙方要保持密切協調，落實好我同普京總統達成的重要共識，着眼兩國和兩國人民的根本利益，把中俄合作的蛋糕做好，也為世界和平與發展作出新的更大貢獻。

挖掘AI數字經濟合作潛力

習近平強調，雙方要穩步擴大相互投資，開展好能源、互聯互通、農業、航空航天等傳統領域合作；挖掘人工智能、數字經濟、綠色發展等新業態合作潛力，打造新的合作增長點；密切人文交流，讓兩國社會各界更多人士參與

到中俄友好合作的事業中來。前不久，中共二十屆四中全會審議通過「十五五」規劃建議，對中國未來5年經濟社會發展作出頂層設計和戰略擘畫。中國將全面推進中國式現代化，堅定不移推動經濟社會高質量發展，擴大高水平對外開放。中方願同俄方一道，推動中國「十五五」規劃同俄羅斯經濟社會發展戰略更好對接，不斷造福兩國人民。

米舒斯京轉達普京總統對習近平主席的親切問候和良好祝願。米舒斯京表示，祝賀中共二十屆四中全會成功舉行，相信中國一定會順利實現「十五五」規劃建議確定的目標，取得更大經濟社會發展成就。兩國元首今年兩次會晤，對俄中關係發展作出戰略規劃，鞏固了俄中全面戰略協作夥伴關係。俄方願同中方一道，落實兩國元首達成的重要共識，深化經貿、科技、能源、農業、數字經濟等領域合作，密切人文交流，加強多邊協調配合，推動兩國合作取得更多成果。

王毅參加會見。

進博會今開幕 全球新品爭首秀

外企看好中國持續升級消費力 創新優質產品回應新需求



▲復星醫藥 Marie 立式粒子治療室內系統在進博會進行首展首秀。

▲美國碧迪醫療一系列中國首秀產品。

數看進博

155個國家、地區和國際組織參與本屆進博會

4,108家境外企業參展，比去年新增了600餘家

290家世界500強和行業龍頭企業參展，展覽面積和企業總數均創歷史新高

461項新產品、新技術、新服務展示，涵蓋低空經濟、人工智能、綠色低碳等前沿領域

整理：香港文匯報記者 孔雯瓊



聚焦進博會

第八屆中國國際進口博覽會5日至10日在上海舉行。密切關注中國

消費需求持續升級的外資企業，將進博會視為高效獲取中國市場生態的「捷徑」，力求在這裏以新供給回應中國市場新需求。

●文/圖：香港文匯報記者 孔雯瓊 上海報道

在技術裝備展區，香港文匯報記者看到迅達電梯在此用300平方米的空間，打造「場景式」沉浸體驗空間，這裏全景式呈現其在智能製造、前沿技術及城市美學領域的前沿突破。作為全球電梯和自動扶梯行業的領軍企業，來自瑞士的迅達有超過百年歷史，並在改革開放初期便率先進入中國市場，此次進博會上，則展示其在智能製造與數字化解決方案領域的新成果。

老牌電梯增數字化領域投入

「集團在中國進行了大量投資，因為中國是一個重要的市場。」迅達中國首席執行官Meinolf Pohle在進博會前夕接受媒體採訪時表示：「多年來，迅達集團持續投資中國，以期與中國的現代化進程共同成長，目前已穩步實現了這一目標。接下來，我們將在中國市場進一步投入人力資本與數字化等領域，既要提升自身及服務客戶的能力，也通過提供優質的品質與服務，共同塑造未來的城市出行體驗。同時，這也順應了中國市場的發展方向。」

Meinolf Pohle同時還提到，隨著服務與現代化改造市場持續強勁增長，也會帶來包括維修部件需求在內的其他業務量的增加。他強調：「如我所說，這已不再是依靠新梯安裝來擴張市場，而是通過電梯現代化改造實現高質量增長的階段，從而為我們的業務帶來巨大的發展潛力。」

美醫械商首展新型減肥胃球

隨着中國體重管理相關醫療需求快速增長，外資企業也在加速布局中國市場。在本屆進博會上，波士頓科學首次在中國展

出一款用於減重管理的創新產品——胃內球囊。相比傳統的袖狀胃切除術、胃旁路手術等外科方式，該產品採用內鏡置入，通過從口腔將球囊送入胃內、佔據部分胃容積，從而減少進食量、延緩胃排空、增強飽腹感，幫助患者實現減重目標。這一方案具有創傷小、可逆性強、恢復期短等特點，適用於更廣泛的體重管理人群。

特斯拉Cybercab明年量產

新需求帶來新供給的邏輯同樣出現在智能出行領域。隨着國內對無人駕駛的需求激增，特斯拉帶來Cybercab，在進博會上作亞太地區首秀。這款沒有方向盤、沒有腳踏板，塗裝金色車漆的車輛格外搶眼，特斯拉上海區域總經理孫嘉澤在現場向媒體介紹：「該車型在能耗方面表現突出，大概一度電可以跑10公里左右，且因為取消了傳統方向盤與腳踏板，座艙空間更為舒適，預計該車型2026年實現量產。」

意企機床85%供應鏈來自中國

知名意大利企業PAMA集團帶來高度自動化的機床，這些加工精度高、科技集成度高的機床，供應鏈本地化率已超過八成。帕馬（上海）機床有限公司財務總監路國光表示：「我們超過85%的供應鏈來自中國本土，同時在中國還有研發部門，可謂本地化程度很高。」談及企業落戶上海臨港，路國光稱讚臨港優質的營商環境為企業成長提供了關鍵支撐。他指出：「我們在臨港片區的經濟收入實現了近五年的翻倍增長。無論是政策配套、產業協同還是園區服務，這裏的營商環境讓我們非常認可。」

法國精品龍頭CEO：中國向世界傳遞信心與穩定

香港文匯報訊 據新華社報道，開雲集團（Kering）首席執行官盧卡·德·梅奧（Luca de Meo）近日在巴黎接受採訪時表示，中國持續推進的對外開放向世界傳遞信心與穩定。

總部位於法國的開雲集團今年連續7年參加進博會，德·梅奧則首次參加，對此感到興奮，「對開雲集團而言，進博會是一個互利共贏的平台，創意與機遇在此交匯。我們能夠藉此展示我們的工藝與創新，同時與中國消費者和夥伴對話。每年參展，我們都能獲得寶貴的洞察，了解前沿趨勢，從而不斷提升產品和客戶體驗。」

德·梅奧認為，進博會是一個展示中國經濟活力和創新



●開雲集團 CEO 盧卡·德·梅奧 網上圖片

德·梅奧說，他關注「十五五」規劃建議，其中的核心內容涵蓋了創新、可持續發展等關鍵詞，令他增強了信心。

「四葉草」裏的外企深耕軌跡

記者手記

在被稱為「四葉草」的國家會展中心（上海）的展館裏穿梭，常常感到像是走在一張巨大的時代地圖上。這裏有一個個跨國企業在中國市場上留下的清晰路徑，無論是那些深耕中國市場幾十年的資深外資，還是初來乍到的年輕外資，它們的故事最能體現國際企業與中國經濟共同生長的軌跡。

老牌外企是這一轉向最鮮明的例證。它們曾因中國勞動力和製造集群而來，如今則因綠色發展、數字化轉型而選擇「加碼」中國。從過往的「單一建廠」，演變為在中國設立研發中心、低碳材料工廠、循環供應體系，甚至直接參與存量市場的服務升級，這不僅是生產方式的遷移，更是中國市場在企業戰略布局中，重要性不斷提升的體現。

同時，新進入中國的外企呈現出驚人的落地速度。在展館中不難遇見這樣的故事：去年還只是展會首秀的展商，今年就已經簽約落地、規劃產線，甚至實現本土供應鏈整合。有歐洲企業負責人坦言，在中國一年內完成從展示到建廠、從引進到本地化，這種效率在其他國家難以複製。這種「從展商到投資商」的快速轉變，直觀折射出中國完善的產業協同能力、透明的營商規則和城市層面的服務效率。

還有一個有意思的小細節，不少跨國企業高管在接受採訪時，即便遇到英文提問，也堅持用中文作答。他們表示，不是刻意表達親近，而是中文已經成為日常溝通。語言的選擇，隱含着角色位置的改變：不再是來「進入」中國，而是在「作為中國的一部分」參與合作和創新。

●香港文匯報記者 孔雯瓊

專為中國「定製」 拓本土化商機

特稿

在來自美國的碧迪醫療（Becton Dickinson）展台，十餘款展示的產品中，有一款全球首發的臂型植入式給藥裝置是專為中國本土研發，採用了最細導管，適配中國人細血管；該公司還獨家定製了滿足中國醫護需求的專屬配件等。

碧迪醫療大中華區企業品牌公關及數智傳播總監表示：「在實際臨床使用中，我們發現中國患者在體型特徵、日常行為習慣等方面，與海外市場存在一定差異，直接使用原版產品在舒適度和適配性上並不理想。因此，我們專門面向中國市場開展了針對性研發。」

連續八年參展的花王集團同樣給出了鮮明信號：從「進博首秀」到「本

土量產」，從「全球技術」到「中國定製」，本土化已成為花王在華發展的核心路徑。花王相關負責人回憶，早些年中國消費者偏愛「原裝進口」，公司順勢加大海外品牌引入力度；如今隨着中國消費者需求更強調「精準匹配」和「即時響應」，花王已逐步加大在華產線與研發投入。

在花王集團旗下品牌芙麗芳絲（freeplus）的本土化實踐中，從為中國油性肌膚專研的「微米赤岩火山泥潔面」淨澈控油洗面霜上市半年售50萬支、618期間拉新2.5萬人，到契合Z世代的潔顏粉獨立盲盒包裝與IP設計，再到呼應「快速且溫和深層淨卸」需求的新款氨基酸系精華卸妝油，每款產品皆源於對中國消費者痛點的精準捕捉。