

2025 景德镇瓷博会

2025 中国景德镇国际陶瓷博览会 10 月 18 日在江西景德镇陶博城国际会展中心开幕,吸引境内外 1000 余家采购商参与,其中国际采购商 200 余家。

本届瓷博会由中国轻工业联合会主办,会期从 10 月 18 日持续至 22 日,展览展示总面积达 14 万平方米,吸引了意大利佛罗伦萨展览中心、德国唯宝、俄罗斯皇家陶瓷等全球 30 多个国家的知名品牌参展;精心设置了“何以景德镇”“国际品牌陶瓷”“产区区域城市”“日用陶瓷品牌”等八大特色展区,全面呈现从传统名瓷到现代设计、从本土精品到国际品牌的陶瓷生态全景。

景德镇是享誉世界的“千年瓷都”,与世界 72 个国家 180 多个城市建立友好往来。本届瓷博会将继续秉持“买全球、卖全球”的理念,致力于打造国际陶瓷文化交流、世界陶瓷贸易展示、全球陶瓷产业投资合作的重要平台。与往届相比,本届瓷博会的一大亮点在于首次推出“1819 全球陶瓷嘉年华”,包含“景德镇大奖”“上镇赶集”“千馆之城”“全城大戏”等六大主题板块,将陶瓷文化与城市生活深度融合,推动瓷博会向更高层次迈进。

自 2004 年创办以来,景德镇国际陶瓷博览会已走过二十一个年头。依托景德镇作为“千年瓷都”的深厚底蕴及“世界手工艺与民间艺术之都”的国际声誉,瓷博会不仅“朋友圈”持续扩大,更逐步构建起一个集博览贸易、文化交流、投资合作于一体的综合性平台,持续为建好景德镇国家陶瓷文化传承创新试验区注入动能。

(赖星 张东阳)

“圈粉”境外采购商 中国机器人登上广交会“主舞台”

■ 洪泽华 仇清漪

爬陡坡、倒水、叠衣、按摩……在第 138 届广交会上,中国制造的机器人各显神通,吸引了大批境外采购商驻足围观。各类智能机器人集中亮相,展现中国智能制造的创新活力与全球吸引力。

第 138 届中国进出口商品交易会(广交会)10 月 15 日在广州开幕。本届广交会参展商数量超过 3.2 万家,创下历史新高。自上届首次设立服务机器人专区后,本届广交会汇聚了 46 家领先的服务机器人企业,在专区内集中展示各自的尖端产品。

来自沙特阿拉伯的采购商蒙塔萨尔·阿尔贝沙尔被深圳市越疆科技股份有限公司带来的筋膜按摩机器人吸引。他凑近机器人的机械臂查看细节,还向工作人员索取了产品资料。“我对广交会上中国机器人的多样性和质量印象深刻。其中有几款产品可能会在中东国家受到欢迎,我已经开始和中国企业洽谈合作。”他说。

越疆科技产品经理李嘉贤说,这台筋膜按摩机器人可为采购商提供 15 分钟的现场按摩体验。“基本上从早到晚都没停过,外国采购商很热情,都想体验一下。”排队等待一段时间后,尼日利亚采购商



● 第 138 届广交会服务机器人专区

肖恩楠 摄

商纳齐夫·巴拉·哈迪思终于来到了按摩机器人跟前。他平趴在按摩椅上,享受着机器带来的服务,“我觉得很舒服,在其他国家,我从未见过类似的产品”。

除按摩机器人外,越疆科技还展示了

咖啡制作机器人,实现了从点单到取咖啡的全流程自动化。李嘉贤说,该产品已在中国几十个城市的交通枢纽和景点有序部署,在日本、美国、欧洲等市场也有应用。

西溪河的生态蝶变

“以前西溪河总漂浮着白色泡沫,这两年治理后河水清亮多了,我们广安人的‘母亲河’,真正成了市民遛弯赏景的‘幸福河’!”谈及西溪河的变化,广安市民们赞不绝口。

近日,由中国市政工程西南设计研究总院有限公司(以下简称中国市政西南院)设计打造的四川省广安市西溪河沿岸生态综合治理示范段项目,成功入围“中国海绵城市典范”及“中国‘全域海绵’项目典范”案例。这个占地面积达 175 公顷,沿 8.1 公里河岸展开的项目,通过系统治理与创新实践,已成为全国生态综合治理领域的标杆工程。

一弯西溪河,由北向南穿城过,流淌在广安城区心脏地带,千百年来滋养并见证着这座城市的发展。然而,随着城市化进程的加速,西溪河的生态环境、排涝能力显著下降,逐渐失去了往昔的生机。

2023 年底,广安市政府把西溪河生态治理作为城市建设的重中之重。中国市政西南院积极响应,迅速成立西溪河项目青年突击队,为实现当地“河畅、水清、岸绿、景美”的目标奋战。团队秉持水安全、水环境、水生态、水资源、水文化“五水统筹”的综合治理策略,用脚步丈



量大地,累计开展 30 余次全流域踏勘,实施河道断面改造、智慧水闸建设、截污干管上岸、生态驳岸建设以及水生态系统构建等系统治理工程,同时协同推进沿河景观打造、广安竇城里综合体建设、夜景照明以及游船服务等公共服务设施建设。

2024 年 9 月中旬,项目进入攻坚期。彼时西溪河畔热浪滚滚,项目现场如同

“铁板烧”。而上游 3.2 公里滨水长廊需在当年国庆节前开放,工期压力空前。为在有限时间内兼顾工程进度与生态治理目标,项目团队将“930”节点视为“军令状”,全力提速建设。团队同步驻场优化方案,在施工中创新落实治理理念:通过构建多层次防洪排涝体系、恢复生态湿地与植物群落,提升城市防洪减灾能力与水质净化效果;采用智能雨水收集与

利用系统,实现雨水资源精细化管理与高效利用。这些举措既保障了工程进度,又将海绵城市理念融入建设细节,实现了进度与生态的双重推进。

2024 年 10 月,项目上段工程正式完工并向广大市民开放。开放段以广安竇城里夜间经济服务综合体为核心,打造“娱乐+餐饮+市集+非遗文化”多元业态模式。沿岸活动广场与草坡驳岸相连,形成退台式亲水空间,让市民们得以在城市中亲近河水、嬉戏游玩。光影艺术的巧妙运用,更为流光桥和溢彩桥增添魅力。游船观光和非遗表演等活动精彩上演,成功填补了广安夜间文旅市场的空白。

如今,西溪河河道防洪能力提升为 20 至 50 年一遇,生物多样性指数上升 20%,新增 10 种水生植被、鱼类及底栖动物,水质显著改善。河道生态升级推动其从单一功能性河流向复合型城市公园转型——不仅构建了更安全的防洪体系,还打造了集生态观赏、休闲游憩于一体的公共空间。这一成功实践,在中小流域治理、城河共生发展等领域形成可复制、可推广的“中交智慧”和“广安经验”。

(李璇 欧帅)

向外走! 中国户外经济热潮涌动

■ 李晓婷 张钟仁 潘一景

徒步鞋碾过积叶,风掠过骑行者的耳畔,丝丝秋雨敲打帐篷……国庆中秋假期,越来越多的人走出家门、奔赴旷野,在拥抱大自然中获得快乐。

国庆中秋假期“户外徒步”关键词在美团搜索量同比增长超 253%，“户外漂流”搜索量同比增长 121%;2024 年,我国户外运动线上消费人次约 2 亿……

从青藏高原的徒步路线到海滨城市的露营地,从山林间的亲子野趣到池塘边的休闲垂钓,户外活动从“小众爱好”走向“大众生活”,激活消费市场、催生产业新赛道。越来越多消费者也认识到,自己不仅是“探险家”,更要当好大自然的守护者。

将假期献给大自然

国庆中秋假期,徒步、露营、骑行等成为很多消费者的旅行新选择。

位于山东青岛崂山区的壹凡森海帐篷营地假期人气火热。“假期前 3 天,我们的帐篷营地客流量同比增长 30%,销售额较去年同期上涨 20%。”营地总经理杨健说。

不仅城市周边短途露营火热,长线徒步体验也受到年轻人青睐。不少人穿上登山鞋,前往青藏高原、西北戈壁寻找诗和远方。

走在西藏林芝工布江达县巴松措景区深处的新措徒步线路上,金黄草甸与雪山、湖泊相映。

“每一步都像走在风景画里。”来自重庆的“背包客”张宇说,“这条徒步线路行程紧凑、景致丰富,很有人气。”据介绍,国庆中秋假期前 4 日,林芝共接待游客 31.22 万人次,同比增长 34.18%。

“与早些年的‘种草’‘尝鲜’不同,现在不少年轻人已将户外活动变成一种生活

方式。”山东青岛的户外达人刘怡告诉记者,如今每天都有骑行队伍从她家门口的环海公路驶过,朋友圈里晒徒步记录的好友越来越多。

户外活动热起来,离不开场地设施的日益完善和政府的引导培育。春天打卡大理洱海畔的环湖骑行路线、夏天在三亚体验冲浪乐趣、冬天前往长白山感受滑雪的“速度与激情”……用好丰富的户外资源,一年四季、大江南北,“不重样”的户外活动为消费者带来多元体验。

数据显示,截至 2024 年底,我国健身步道已达 17.18 万条、长度 40.75 万公里,全国飞行营地、汽车营地等数量达 2055 个,全国滑雪场数量 914 个。

“‘户外热’并非一阵风,它呼应了现代人对健康、自然、体验的重视,在政策推动下,户外产业正成为新的经济增长点。”山东大学政治学与公共管理学院教授王佃利说。

户外热潮激活消费市场

随着户外活动从“小众爱好”向“生活方式”转变,从户外装备到场景服务的全产业链逐渐壮大,进一步激发消费动能。

重庆南滨路迪卡侬门店店长岑林在国庆中秋假期前忙个不停。“今年户外装备类产品增长较快,表明现在消费者越来越青睐户外运动体验。”岑林说。假期前 3 天,迪卡侬重庆地区徒步鞋销量同比增长超 50%。

户外热潮带动了周边装备需求增长。野外攀岩爱好者吴雪婷向记者细数“入坑”3 年来的消费记录:攀岩鞋、攀岩裤、户外绳、头盔、保护器……不久前她还被队友“种草”了一款新的攀岩鞋。

唯品会数据显示,今年以来溯溪鞋销量同比增长 56%,冲浪潜水设备同比增长

47%,滑雪服、滑冰服销量同比增长 34%。“人们的户外消费范围持续扩大,其中水上运动、冰雪运动等备受欢迎。”唯品会相关负责人说。

与此同时,国内户外相关企业蓬勃发展。企查查数据显示,近年来我国露营相关企业年注册量整体呈上升趋势,今年前 4 月注册量达 2.18 万家,同比增长 4.13%。骆驼、凯乐石、伯希和等国产户外装备品牌获得越来越多消费者青睐。

户外经济的溢出效益不断显现,带动了一些地区的民俗、餐饮等消费增长。

凭借独特的地理区位和生态景观,西藏阿里地区巴嘎镇成为国内外户外爱好者的热门目的地。“假期来徒步的游客特别多,小镇酒店宾馆都爆满。”巴嘎镇党委书记陈贤刚说。巴嘎镇的牧民瞄准游客户外旅行需求,还探索出向导、牦牛租赁等特色服务。“假期每天导游费收入大约有 400 元。”当地居民普布说。

“随着户外经济外延不断拓展,未来新业态、新模式会不断涌现,在这一过程中,要注重处理好活力与秩序的关系,引导相关产业蓬勃有序发展。”山东大学经济学院副院长李铁岗说。

户外消费要“燃起来”更要“走得远”

国庆中秋假期,伯希和联合阿里地区文化和旅游局举办了首届“冈仁波齐 52 环保徒步活动”,吸引来自全国各地的百余名资深户外爱好者参加。活动要求所有参与者自带垃圾袋,做到全程不留痕迹。

“每个参赛者一边挑战勇气与生理的极限,一边以实际行动守护自然之美。”参加活动的运动达人欧阳女士说,如今越来越多户外赛事活动开始强调“无痕”,环保日渐成为共识。



“保护好自然,才能更好地享受自然。作为国产品牌,我们积极践行并推广‘无痕山野’理念。”伯希和户外运动集团副总裁赵乐说。

火热的户外消费,如何走得更远?业内人士认为,生态保护是其可持续发展的底线,需政府、企业、消费者多方协同。

国家发展改革委宏观经济研究院研究员魏国学表示,发展户外运动设施建设与服务,必须将优先保护生态环境作为首要原则,充分利用自然环境打造运动场景,而不是以破坏或扰乱自然生态系统为代价。

“一方面属地政府和管理单位要严守生态保护红线,杜绝垃圾污染、植被破坏;另一方面,可通过搭建政府、专业团队、志愿群体互促互进的共治平台,减少户外运动对生态环境的负面影响。”重庆市综合

经济研究院院长丁瑶说。

如今,许多积极的行动已在路上。国家发展改革委等部门发布的《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023—2025 年)》明确,在不破坏自然生态系统的前提下,坚持因地制宜、分类施策,推动户外运动设施合理建设与服务绿色供给。

一些地区也推出了相关举措。北京、湖南、湖北、青海等多地开展净滩净山、森林抚育、无痕山林等“生态户外活动”;重庆设置生态解说牌、自然观察点,将登山步道转化为生态教育场所;深圳在“东西涌穿越线”部署无人机 24 小时巡查,结合智能预警系统快速响应环境问题……

“户外经济要走得长远,处理好生态保护和产业发展的关系至关重要。只有牢牢守住环保底线,户外经济才能持续释放活力。”王佃利说。

(转自新华网)

面积积累了丰富经验,让公司近年来迅速抓住了机器人行业的机遇。

王绪说,视源股份已连续四年营收超 200 亿元,去年海外营收 54 亿元,同比增长 17.5%，“清洁机器人在海外销售情况非常好”。

不仅展品吸睛,数据也显示出中国机器人产业的快速成长。工信部统计显示,去年,中国机器人产业营业收入近 2400 亿元。今年上半年,中国机器人产业营业收入同比增长 27.8%,工业机器人产量达 37 万套。机器人产业在营收和应用方面均呈现强劲增长势头。

在医疗领域,机器人也展现出越来越大的潜力。在元化智能科技(深圳)有限公司的展位上,机械臂准确定位,在展位服务人员操作下,对一个模型展品进行切割操作。

企业创始人、董事长李艾俐说,该手术机器人误差精度控制在 0.5 毫米,已完成了超 5000 例临床手术,并获得欧洲、东南亚和中东地区国家的注册证。

“未来,我们希望通过手术机器人技术与产品出口,让更多国家的患者受益。”李艾俐说。

在新能源汽车与智能网联技术双轮驱动下,汽车产业正经历前所未有的深刻变革,同时也对整个供应链提出了全新的要求和挑战。在这场变革中,一些具有前瞻眼光的企业抓住了机遇,提前布局新兴业务领域,不仅稳固了现有市场地位,还为长远发展奠定了坚实基础。世界知名的汽车零部件生产厂商天纳克便是其中的佼佼者,凭借强大的全球资源与深厚的本土化根基,持续强化作为顶级主机厂技术合作伙伴的市场地位,提供世界级的解决方案。

天纳克亚太区总裁李响在 2025 上海国际汽车工业展览会上谈及公司在中国市场的发展定位时,回望了天纳克在华 30 年的成就,分享了在业务领域硬实力、运营管理能力及文化软实力上实现全面转型的做法。

李响介绍,公司以绿色、智能、安全出行为核心宗旨,当前开发的前沿解决方案涵盖空气净化、动力总成、悬架、制动系统、售后市场等多个业务领域。在汽车产业低碳节能的大趋势下,李响希望抓住排放法规升级的机遇,加速拓展普通混合动力与插电式混合动力产品的市场,并通过与合资品牌及头部造车新势力的合作,提升市场份额。据了解,在李响的主导下,公司成功推进了智能双圈悬架系统在中国的首个量产项目——天纳克蒙诺智能悬架产品组合,包括 CVSAe、CVSA2 及 Kinetic 系列。这些产品已成功搭载于吉利极氪全新一代电动车、理想 L6/L7/L8/L9 等车型,获得新能源车客户的高度认可。

迄今为止,天纳克在亚太地区拥有 44 家制造工厂与 12 个研发中心,年销售额接近 20 亿美元。在李响看来,企业的持续成长不仅依赖技术和市场的突破,更取决于人才体系的构建与战略支撑。他始终强调,面对汽车产业日益复杂的技术演进与业务拓展需求,企业需打造一支既具备专业能力又能跨领域协同的人才队伍。“尤其在电动化、智能化加速变革的当下,专业型人才必须跳出传统思维模式,以前沿视角重构研发逻辑,在关键技术领域实现从‘跟随’到‘引领’的转变。”李响表示。在他的推动下,公司已建立起覆盖多层次、多赛道的人才培养机制,通过领导力梯队项目、技术专项计划等方式,持续为组织注入发展动能。

从产业萌芽期的探索到关键技术的持续突破,李响始终坚信,汽车零部件企业要在竞争中脱颖而出,既离不开对工艺细节的极致打磨,更需将专业能力融入行业变革的战略视野。他利用自身实践印证了一个道理:真正的技术突围,不只是埋头钻研,更是站在产业未来发展的高度,反哺当下的每一次创新与决策。

李响：提升汽车零部件制造商的核心竞争力

■ 张莉