

拆解 6.0 版 义乌底层发展逻辑

■ 新华社记者 魏董华 张璇军 任军

随着第六代市场全球数贸中心开业，被誉为“世界超市”的义乌更新至 **6.0** 版。穿行在义乌国际商贸城迷宫般的通道，人们不禁要问：义乌哪些在变？哪些不变？底层发展逻辑是什么？

变化是多维度且深刻的。

贸易形态变了

在义乌国际商贸城，一位“90 后”店主刚用西班牙语结束一场跨境直播。过去的义乌商人，很多是“守株待兔”式的“坐商”，等客上门，现在他们每天通过镜头直面全球消费者。如今，商贸城里，随处可见直播基地和跨境电商服务商的招牌。

从“坐商”到“云商”，贸易形态的革命静水流深。其动力，一方面来自商户的自发转向，另一方面则得益于市场本身的数字化跃迁。新近启用的全球数贸中心，正推动 AI 加速成为万千商户的新“伙计”。

义乌国际商贸城推出的 AI 设计、视频翻译等 **13 项 AI** 应用正全面赋能上万户商户。一家饰品店的新品开发效率通过 AI 赋能提升了 3 倍。截至目前，世界义乌商贸大模型注册用户超 3 万人，AI 产品调用量突破 **10 亿** 次。

产品目标变了

曾经，“薄利多销”是义乌的标签；但现在，越来越多的商户意识到，仅靠价格战没有未来。他们开始注重设计、研发和品牌，甚至与下游客户共同开发产品。

在全球数贸中心，来自印度、也门等国家的客商对“中国制造”的无人机、机器狗、机械外骨骼装备分外感兴趣。外商普遍反映，不管是传统的拳头产品如玩具、珠宝等，还是最新爆款无人机或者智能装备，义乌商品的质量都在发生质的提升。

一个钥匙扣，可能集成了 **U 盘** 和 **LED 灯**；一个看似普通的玩偶，可能有着与人智能互动的隐藏功能……从“制造”向“智造”的跃迁，从“薄利多销”走向“价值共创”，义乌正追求更高的产品附加值。

在全球市场的角色变了

随着“义新欧”中欧班列呼啸往来，义乌不再仅仅是中国商品走向世界的起点，更成为“一带一路”上重要的物流枢纽和全球贸易的调度中心之一。

从“中国货仓”到“全球节点”，市场的边界在重塑。“义新欧”中欧班列今年前三季度开行量同比增长 **18.3%**，陆上、海上、网上、空中四条通道的打通，让义乌这座内陆城市与世界紧密相连。

与此同时，义乌内在的根基和“灵魂”没变。

首先，历久弥坚的商业基因不变。

不论是用 AI 工具跟外商谈判的“义乌老板娘”，还是举着手机直播的“创二代”，义乌商人永远保持对市场风云的敏锐把握，不放过任何风吹草动、蛛丝马迹。

当拉布布在全球掀起热潮时，义乌围绕“给娃娃换装”的生意迅速崛起；当一部韩剧热播，“义乌老板娘”快速捕捉到剧中“捕梦网”这一手工工艺品的潜在商机，距离 **2026 美加墨世界杯** 开幕尚有时日，相关周边产品已源源不断发往美洲……

“走一步，看百步”，这种见微知著的能力，让义乌永远能在全球需求的细微涟漪中把握先机。

其次，分工协作与柔性供应链不变。

在宏盛玩具店铺，来自沙特和乌兹别克斯坦的客商正为娃娃的服饰款式与老板娘孙丽娟热烈讨论。“如果不是定制款，三天就能交货。”她道出了义乌的另一个不变优势。

商贸城里的每一个摊位，背后都可能依托着一个精干而灵活的“隐形”生产体系。一个新产品，从创意到打样，再到大规模铺货，通常几天就能搞定。一个电话，所需配件当天配齐。这种“蚂蚁雄兵”式的协作网络，是“有效市场”高效配置资源的生动诠释。

尤为重要的是，义乌政府积极有为的服务意识不变。

当走街串巷的敲墙人，用拨浪鼓敲醒了沉睡的市场；当第一块红布在第一代市场湖清门货场铺开，义乌政府始终顺势而为，从“允许农民经商”，顶住压力“放水养鱼”，到如今开行“义新欧”中欧班列、打造“义支付”跨境结算体系、搭建全球数贸中心，政府的初心与角色始终不变——把舞台搭建得坚实、把服务落实得更扎实，让市场经营主体心无旁骛地努力奋斗。

政府不抢跑，也不缺位，而是努力搭好台、立好规、服好务，通过前瞻性的规划、基础设施投入和政策供给，不断优化营商环境；充分尊重市场经营主体，把他们的痛点、难点，作为改进工作的重点、焦点。

义乌，认识中国经济韧性及活力的典型样本，彰显中国经济破浪前行的信心与力量。

（转自新华网）

聚力成渝绵 共启新征程 ——凯拓电器新厂投产暨 22 周年庆典圆满落幕，钣金行业高质量发展再添新动能

■ 苏清华 樊瑛 张建忠

在成渝绵协同发展向纵深推进、制造业高质量转型爬坡过坎的关键阶段，**2025 年 10 月 28—29 日**，四川绵阳迎来行业盛会——“**2025 成渝绵钣金行业高质量发展论坛**”，四川凯拓电器有限公司新厂搬迁投产暨 **22 周年**庆典同期举办。来自成都和重庆钣金协会、会员单位，以及来自北京、上海、广东、陕西、河南、新疆、四川、重庆、南京、苏州、青岛、大连、扬州等 **10 多个**省市产业链上下游企业和行业同仁等 **100 余家**单位的 **200 余名**代表齐聚一堂，共庆凯拓华诞，共话行业未来。成都市钣金行业协会会长李承刚率队出席并发表主旨演讲，活动组织严密、氛围热烈活跃，赢得各方高度认可与赞誉。

廿二载匠心铸魂，凯拓以实业担当树民营制造“韧性标杆”

四川凯拓电器的扩容扩产与行业论坛举办，既是其“深耕实业、迭代升级”的重要里程碑，更是成渝绵钣金行业“攥指成拳、协同破局”的全新起点。从创立之初锚定“产品质优、服务诚信、持续改进、追求卓越”的质量方针，到如今成长为军工、医疗、新能源领域精密钣金“隐形冠军”，凯拓 **22 年**的发展轨迹，正是中国民营制造企业“从跟跑、并跑向局部领跑”的生动缩影。

面对疫情冲击，凯拓顶住供应链压力实现产能稳增；遭遇市场萎缩，它以技术迭代打开新增长极；直面关税壁垒，又靠定制化服务拓宽竞争赛道。这份“越是艰险越向前”的韧性，源于梁斌董事长“做精主业、做优实业”的战略定力，更源于全体凯拓人“把产品当作品”的职业坚守。如今的凯拓，不仅是绵阳钣金行业的“标杆企业”，更成为成渝绵产业协同的“榜样企业”——与绿能慧充、正能新能源共探新能源钣金创新，为中物院、空气动力研究

与发展中心提供精密制造支撑，同四川长虹、九洲集团深化本土产业联动。实践充分证明，在制造业转型升级浪潮中，唯有以“匠心”铸产品，以“韧性”抗风险，才能在时代变革中站稳脚跟。

成都市钣金行业协会执行会长胡庆苏紧扣活动主题“智造新‘钣’图，数驱‘质’胜路”进行了发言，对凯拓 **22 年**的奋斗历程进行了回顾，对其坚持以品质拓市场的实践经验进行了分享，对凯拓当前开疆拓土、高歌猛进的雄心和成长寄予厚望。同时，胡庆苏对凯拓担任成都钣金行业协会绵阳分会秘书长单位的工作表现给予充分肯定：“凯拓积极组织活动、参加活动、拓展会员，还能带领绵阳钣金企业拓市场、增扩产、搭平台、找订单，这既证明了凯拓作为标杆企业的大局奉献精神，也证明了凯拓的创业担当，更让我们对‘世界的凯拓’充满期待！”。

重庆市钣金行业协会会长甘邦华全程参加了活动。

乘战略东风启航，成渝绵钣金借区域协同把握“时代红利”

当前，国家“成渝地区双城经济圈”建设已进入“能级提升、功能集成”的关键阶段，这为成渝绵钣金行业带来“政策赋能、市场扩容、协同提质”的三重机遇。从宏观层面看，民营经济支持政策持续落地，为企业减负松绑；成都“国家战略腹地”定位不断强化，绵阳“科技城”创新势能加速释放，形成“创新策源—制造转化—市场辐射”的完整产业闭环。从行业维度看，成渝绵“三城联动”正实现补位协同——绵阳的“科技研发+精密制造”、成都的“市场枢纽+供应链整合”、重庆的“重型装备+产业配套”，共同构建起“各展所长、优势互补”的优质产业生态。

凯拓新工厂的投产，正是“乘势而上”的精准布局：依托绵阳科技城的创新资源，承接成渝两地新能源、高端装备的配套需求，既为自身产能扩张、智能化升级按下“快进键”，更将成为成渝绵钣金产业协同的“示范工厂”。可以说，新工厂启用不仅是凯拓“扩规模、提效率”的新起点，更是成渝绵钣金行业“以点带面、集群发展”的新信号——唯有紧扣国家战略，融入区域协同，才能在行业竞争中抢占先机！

论坛现场，行业智慧充分碰撞：“金冠电子”分享两年突破 **1.5 亿** 营收的宝贵经验；“通快中国”阐述为钣金制造和技术升级保驾护航的实践路径；“扬州安特”深入解析自动化是钣金行业必经之路的行业趋势；“上海申联”针对数字化模式下生产管理难题提出破题思路，各方分享均紧贴成渝绵发展态势，为凯拓乘势而为献计献策，为行业兴盛建言谋划，将论坛的理论研究和实业思考提升到新高度。苏州市钣金智能制造协会会长温俊彪，带来“以柔性制造破解高成本困局”的先进经验，解析苏州钣金制造的利润之源，将江浙沪高端钣金制造的前沿理论、观念、技术和做法带到现场，引发与会者深度深思与强烈共鸣。凯拓电器董事长梁斌以“如何用今日之管理，定义明日之制造”为主题发表主旨发言，以前瞻眼光和对未来钣金制造的全新认知，分享超前思维、解读发展趋势、预判产业走向，让大家在耳目一新中，领略优秀企业家的敏锐观察与灵敏嗅觉。

李承刚在论坛中以“钣金企业创新、经营、管理的思考路径”为主题展开主旨分享。他强调，“企业生存发展的核心，在于创新、经营、管理这三者的协同统一。其中，创新是根基，是灵魂与生命，尤其技术创新需要长期坚守；经营是策略与智慧，



●“2025 成渝绵钣金行业高质量发展论坛”合影

是企业可持续发展的活水源泉；管理是方法与制度，是安全与效益的基本保障。三者相辅相成，共同支撑行业高质量发展。”得到与会者的一致认同和积极响应，为协会企业成长带来深刻的思考启发。

筑生态共荣格局，三地钣金行业携手绘高质量“新蓝图”

制造业的高质量发展，不是“单点突围”的独奏，而是“生态共荣”的合唱。尤其对成渝绵钣金行业而言，三地地缘相近、产业互补，唯有打破地域壁垒、拆除合作藩篱，才能把“分散优势”转化为“集群胜势”。作为成都市钣金行业协会绵阳分会秘书长单位，凯拓一直是三地协同的“推动者”与“实践者”——过去，它搭建共享交流平台，让三地企业分享经营经验；未来，更可依托新工厂的产能与创新基础，成为三地产业联动的“桥头堡”。

本次活动精心串联 **22 周年**庆典（剪彩、表彰、合唱、歌舞等）、新厂参观、地域

企业考察（走进“攀丰制造、金冠电子”等企业）和“5·12”地震遗址見学等环节，流程简洁庄重、内容丰富多元。

参与者纷纷表示，活动“有看头、有学头、有品头”，既展现了凯拓人认真干事、谋事的务实风格，也让人在活动组织中感受到凯拓的品位与思考，深受触动，愿意以此次活动为契机，与凯拓及更多优秀企业携手合作，与成渝绵钣金企业联姻，让绵阳的科技成果、成都的市场资源、重庆的制造经验高效流动，共同破解行业共性技术难题，让“成渝绵钣金”成为全国范围内兼具技术实力与市场口碑的产业认知，形成“一荣俱荣、共生共兴”的产业生态。

李承刚最后表示，成都钣金行业协会将始终做好“服务者”与“纽带”，为三地企业对接创新资源、争取政策支持、搭建合作桥梁，推动更多像凯拓这样的企业成长为“专精特新”标杆，助力成渝绵钣金行业在全国制造业版图占据更重要的位置，共同绘就产业高质量发展的新图景！

孙绍瑞引领俺来也启动 C 轮融资 上市筹备全面提速

近日，中国高校数字化生态平台俺来也（上海）网络科技有限公司正式启动 **C 轮** 融资。这是该公司继今年 4 月完成 **Pre-C 轮** 融资并启动上市筹备后的又一重要进展。据悉，本轮融资将主要用于 AI 技术研发、跨场景生态拓展及上市准备工作，标志着公司上市进程进入加速推进阶段。

成立十一载，俺来也在创始人孙绍瑞的带领下已建立起独特的竞争优势。这一优势的确立，源于孙绍瑞始终将技术创新视为企业发展的核心驱动力，并通过持续的技术投入构筑了坚实的发展根基。孙绍瑞个人独立研发了多项核心技术，其中“学生消费行为数据采集与分析系统”和“高校餐饮商户数字化管理平台”为高校数字化服务提供了核心支撑。“学生消费行为分析系统”能够基于大数据分析精准预测高校消费趋势，“商户数字化管理平台”则实现了高校餐饮业务的全面数字化升级。在孙绍瑞的带领下，公司累计获得 **46 项**软件著作权，并有 **6 项**发明专利正在等待审核授权，这些技术创新成果覆盖了从订单管理、智能配送到数据分析等多个业务环节，形成了完整的技术护城河。

孙绍瑞首创的“高校全生态 **O2O 模式**”已获得市场充分验证。该模式打破了传统高校服务的局限，构建了覆盖“学、食、创、娱、职”的全场景数字化生态。截至目前，平台已覆盖全国 **1500** 所高校，整合超过 **10 万** 家商户，累计服务 **3000 万** 用

户。平台日均订单量稳定在 **3 万** 单左右，高峰期可达 **8 万** 单，预计 **2025 年 GMV** 将突破 **10 亿元**。

亮眼的业绩表现让俺来也持续获得资本市场青睐。自成立以来，俺来也已完成 **8 轮** 融资，总融资规模超过 **7 亿元**。**2025 年 4 月 27 日**，公司获得数千万 **Pre-C 轮** 融资，投资方包括 **MFund 魔量资本、晨光股份、同策资本** 等知名机构。持续获得资本的青睐，充分证明了市场对其商业模式和发展前景的信心。

在扎实的业务根基之上，俺来也在孙绍瑞的领导下屡获业界认可，先后获评上海市“专精特新”企业、中国高新技术企业百强等权威资质，并荣获“**2024 福布斯中国大消费年度数字化服务商**”奖项。孙绍瑞个人也因此获得业界肯定，**2016 年** 荣获“胡润创富新势力企业家”奖项，并被清华大学聘为创业导师，将其创业经验和创新理念传授给更多年轻创业者。

基于十一年的技术积累和市场验证，俺来也已在高校数字化领域建立起显著领先优势。作为企业的创始人和灵魂人物，孙绍瑞先生凭借其卓越的技术创新能力、前瞻性的商业洞察力以及杰出的领导才能，成功打造了中国高校数字化生态的领军企业，展现出作为行业杰出人才的卓越素质。随着 **C 轮** 融资的启动，俺来也公司将继续深化 **AI 技术** 在高校场景的应用，持续推进数字化生态建设，为即将到来的上市奠定坚实基础。

（许倩）

商用清洁机器人国家标准
明年 5 月实施

据新华社报道，记者 **11 月 3 日** 从市场监管总局获悉，商用清洁机器人国家标准近日批准发布，将于 **2026 年 5 月 1 日** 实施。

该标准适用范围覆盖商场、酒店、写字楼、地下车库等商用环境中使用的清洁机器人，通过明确清洁性能、运动性能、健康安全等技术要求，规范产品设计与生产，全面提升商用清洁机器人的产品质量水平与实际使用体验。

针对商用清洁机器人在实际应用中的多样化需求，标准按清扫、吸尘、尘推、清洗和边角清洁等不同清洁功能，分别设定了对应的清洁性能指标，明确各功能下的清洁效果要求，严格限定实际清洁效果

与宣传效果的偏差范围，为客观评价机器人清洁性能提供统一依据。

考虑到商用清洁机器人使用环境差异大，难以用统一数值考核运动能力，标准将机器人运动性能拆解为额定速度、越障能力、脱困能力、制动力性等 **9 个** 独立模块，每个模块均配套具体要求与检测方法，通过模块化考核，确保机器人能在复杂商用场景中高效、稳定完成清洁任务。

标准明确商用清洁机器人需满足电气安全、机械安全、信息安全及电磁兼容性等方面要求，保障设备在正常运行过程中不引发安全事故。同时引入噪声要求，改善用户的使用体验。

（赵文君）

四川华菱：战略性 新兴产业产销两旺

四季度以来，四川省华菱市将电子信息和玄武岩纤维新材料等战略性新兴产业作为夯实“工业城”建设的基础，为战新产业营造了良好发展环境，其中玄武岩新材料全产业链初具规模、市场拓展取得新突破。

图为 **10 月 30 日**，从事高性能连续玄武岩纤维生产及精深加工制品的四川谦宜复合材料有限公司的员工，在纺纱车间生产供不应求的“华菱造”原丝。

邱海鹰 摄影报道

抢搭“进博号”快车 各国展商期待共享中国大市场机遇

■ 新华社记者 钟雅 閔洁 周蕊

第八届中国国际进口博览会将于 **5 日至 10 日** 在上海举行，五洲展商将再赴东方之约。今年，老朋友与新伙伴争相抢搭“进博号”快车，期待共享中国大市场机遇。

总部位于瑞士的电梯制造商迅达集团 **1980 年** 进入中国，**45 年** 来持续拓展并深耕中国市场。“进博会是一个极具意义的平台，能够登上这个舞台展示产品并传递品牌理念是一份莫大的荣耀。”迅达中国首席执行官迈诺峰（外文名：迈诺尔夫·波勒）说，迅达将在今年进博会上展示全新产品，期待以多种方式积极参与进博会。

作为进博会“全勤生”，日本松下公司一直将进博会作为集团发布企业战略和发展方向的重要平台。今年进博会，松下展台面积达 **900 平方** 米，是消费品区最大展台之一。松下控股集团全球副总裁、中国日本商会会长本间哲朗说，在全球贸易体系和贸易秩序面临巨大挑战的背景下，中国持续举办进博会，不断释放维护全球贸易体系开放与稳定的信息，“这令我们备受鼓舞，积极参与进博会是我们的职责”。

澳大利亚富吕葡萄酒集团旗下奔富品牌今年将第六次来到进博会。“中国是奔富的最大市场。”奔富品牌董事总经理汤姆·金说，进博会是推动贸易、投资和全球合作的重要平台，为奔富提供了直接触达中国超大规模市场的宝贵机遇。

奥地利珍得巧克力公司年年赴约进博会，今年将携 **50 种** 新品参展并将举办一个全新系列产品的首发活动。珍得候任首席执行官尤利娅·措特表示，在世界经济不确定性上升的背景下，珍得更加重视中国市场，“进博会是我们向中国消费者展示商品的绝佳机会”。

意大利中国理事基金会运营总监费代里科·帕西尼介绍，约 **70 家** 意大利企业将参加本届进博会，期待进一步开拓中国市场、挖掘合作潜能。在他看来，中国积极倡导国际合作，注重技术与创新，这为意大利高端制造、设计、农产品加工、医疗等企业带来机遇。

作为今年进博会主办国之一，哥伦比亚将有 **20 多家** 企业入驻国家馆参加集中展示，涵盖咖啡、可可、牛肉、深加工农产品及旅游等领域。此外，哥伦比亚-中国投资贸易商会还将与中方企业共同举办多场配套活动，围绕哥产品对华出口、物流与供应链合作等议题开展交流。哥中商会执行董事英格丽德·查韦斯表示，进博会不仅是促进贸易的平台，更是深化互信与合作的重要契机，“作为主办国，哥伦比亚迎来了向中国乃至世界展示国家形象与产品优势的历史性机遇”。

在厄瓜多尔—中国上海商会会长达里奥·雷加拉多看来，进博会正在不断催生新的商业实践，厄瓜多尔企业来进博会不仅是为展示产品，更期待学习新理

念、新技术，寻找投资合作机会，进而推动厄本土产业转型升级。

今年，在原有免费展位支持基础上，进博会将首次为最不发达国家产品打造专区，推动与中国建交的最不发达国家及 **53 个** 非洲建交国的企业和产品用好“零关税”待遇，更好共享中国大市场带来的发展机遇。津巴布韦贸促会官员库帕夸谢·米齐说，作为进博会老朋友，来自农业、矿业等领域的十几家津巴布韦企业今年将参展。“中国给予最不发达国家、非洲建交国家 **100%** 税目产品零关税待遇，不仅体现中国对全球南方国家的支持与帮助，更彰显中国加快建设更高水平开放型经济新体制的决心。”

刚果（布）中小企业和手工业部部长办公室顾问马纳塞·卡尼·坎夸耶今年将带领刚果（布）参展商首次参加进博会。坎夸耶说，通过进博会，更多非洲企业得以向世界展示本地产品，与中国及全球合作伙伴建立起长期互利的商业联系。刚果（布）期待与中国深化经贸合作，尤其希望借助进博会平台，让更多非洲优质产品进入中国市场。

缅甸蜂巢社会企业首席执行官迪达温说，中国有超大规模市场，希望通过进博会与优质买家或电商平台建立长期合作关系。“我们的企业背后还有许多小农户，如果业务进一步发展，将有助于提升他们的生活水平。”

（转自新华网）