

为强国建设注入澎湃动能

——从高交会看中国式现代化的创新注脚

发布5000余项前沿成果、超1700亿元意向成交与投融资、超45万人次参展……近日，第二十七届中国国际高新技术成果交易会在深圳举行。3天时间里，这座因改革而生、因创新而兴的城市，再次汇聚全球目光，展现中国科技创新的勃勃生机。

作为我国高新技术领域对外开放的重要窗口和成果转化的重要平台，延续二十七载的高交会，不仅是观察中国高新技术发展的风向标，更是中国以开放姿态融入全球创新网络、以创新驱动赋能高质量发展的生动实践。

高水平自立自强的“中国答卷”

高交会上，一只仿生机器人鸟翩然起飞，自主穿梭于人群之中。“它全身搭载传感器、智能芯片，通过飞行算法能够精准地绕过各类障碍物。”现场工作人员说。

这轻盈舞动的翅膀，扇动的不只是空气，更是中国科技迈向高水平自立自强的澎湃气流。

中海油的亚洲首艘圆筒型浮式生产储卸油装置“海葵一号”与亚洲第一深水导管架“海基二号”等模型，展现我国深海能源开发能力；中广核的三代核电技术“华龙一号”和核级数字化仪控平台“和睦系统”等，均具备自主知识产权……

22大专业展区、5000多家知名企业和国际组织，如同星辰列阵，照亮科技天空。“缺芯少魂”，曾是横亘在中国信息产业面前的巨大挑战。然而，走进高交会现场，故事已然改写。

华为昇腾384超节点展示超强算力；浙江强脑科技的非侵入式脑机接口让“意念取物”成为现实；深圳亚泰光电以工业内窥镜、油液在线监测传感器等自主核心技术，成就了在设备状态监测领域的领军地位；华大九天全面呈现从芯片设计、制造到操作系统及应用场景的全产业链突破。

亚泰光电子总经理郑翔说：“十年磨一剑，我们用了一个十年，最终磨亮‘中国芯’里最核心的那一束光。”

这束光，照亮的是自立自强的决心。从高端芯片、基础工业软件，到扫描电镜等科学仪器，一个个技术成果在艰辛努力中实现“从0到1”的突破。

从屡创新高数据中，不难读出高交会持续释放的魅力：1999年首届高交会，展览面积约2万平方米，参展企业2856家，移动存储、数码打印、电脑与网络技术、电视与显示技术等展品备受推崇。本届高交会，不仅展览面积扩大至40万平方米，

汽柴油价格下调

新华社北京11月24日电(记者 魏玉坤)国家发展改革委24日发布消息，近期国际油价波动运行，根据11月24日的前10个工作日平均价格与上次调价前10个工作日平均价格对比情况，按照现行成品油价格机制，自11月24日24时起，国内汽、柴油价格每吨分别降低70元和65元。国家发展改革委有关负责人说，中石油、中石化、中海油三大公司及其他原油加工企业要组织好成品油生产和调运，确保市场稳定供应，严格执行国家价格政策。各地相关部门要加大市场监督管理力度，严厉查处不执行国家价格政策的行为，维护正常市场秩序。消费者可通过12315平台举报价格违法行为。

本轮成品油调价周期内，国际油价波动下行。国家发展改革委价格监测中心预计，在全球原油供应过剩和地缘政治局势不稳定的背景下，国际油价将维持震荡走势。

截至10月底全国累计发电装机容量37.5亿千瓦

新华社北京11月24日电(记者 王悦阳)记者11月24日从国家能源局获悉，截至10月底，全国累计发电装机容量37.5亿千瓦，同比增长17.3%。其中，太阳能发电装机容量11.4亿千瓦，同比增长43.8%；风电装机容量5.9亿千瓦，同比增长21.4%。1至10月，全国发电设备累计平均利用2619小时，比上年同期降低260小时。

“十四五”期间全国供销合作社系统销售总额年均增长8.6%

据新华社北京11月24日电(记者 韩佳诺)“十四五”期间，全国供销合作社系统销售总额年均增长8.6%。这是记者从24日在北京举行的中华全国供销合作社第八次代表大会上获悉的。中华全国供销合作总社有关负责人说，“十四五”期间，社有企业营业收入超亿元的有1472家，其中29家超100亿元，比2020年增加15家，社有企业支撑的经营服务体系更加坚实有力。据了解，全国供销合作社系统在消费帮扶、产业帮扶、定点帮扶方面取得积极成效。中华全国供销合作总社连续5年举办脱贫地区农副产品产销对接活动，“832平台”累计已完成成交额572亿元，全系统开设消费帮扶专区专柜6600多个。



2025年11月14日，观众在第二十七届中国国际高新技术成果交易会现场了解可模仿复杂表情的仿生机器人。

新华社记者 王丰 摄

90%以上实物展品为“高、精、尖”技术与产品，超20%是首发、首展展品，涵盖人工智能与机器人、半导体与集成电路、低空经济与商业航天等。

“从高交会的变化可以看到一条从个体创新到系统集成、从技术追赶到领域突破、从商业模式创新到硬核科技引领的演进路径。一项项科技成果如同时代的一个个坐标点，连成高水平自立自强的‘中国答卷’。”深圳市委党校副校长谢志岗说。

汇聚全球智慧的“创新磁场”

高交会的魅力，不仅在于展示中国的创新成果，更在于其海纳百川的开放气质。27年来，高交会从最初的5个外国政府团组，发展到如今汇聚全球120多个国家和地区的知名企业及国际组织。

记者看到，这里的跨国科技巨头、海外知名研发机构等带来的不仅是前沿技术和产品，更是对中国市场和创新环境的认可与期待。

美国人力资源科技企业Remote今年第一次来到高交会。这家2019年创立的“独角兽”企业，为全球企业提供“名义雇主”服务，帮助企业在未成立境外主体的情况下，实现跨国人力资源的合规管理。

“我们致力于帮助中企走出去，也助力外企引进来。”Remote大中华区负责人杨莉莉介绍，该平台已在全球近100个国家和地区建立直营服务网络。

在德国制造企业汉萨福莱柯思液压技术(上海)有限公司的展位前，时不时有企业代表主动前来接洽，观察桌面上摆放的软管等流体连接配件。大客户经理莫嘉斌说，此

次参展，除了与风电领域的传统大客户保持交流外，更希望在中国快速增长的数据中心液冷市场中寻找新机遇。

“凭借高密封性、长寿命的管路产品，我们在中国的工厂不仅保持‘德国品质’，更练就‘中国速度’，实现比欧洲本土更快的交货周期。”莫嘉斌说。

“我们来这里不仅是为了销售产品，也为了寻求更深层次的合作。”伊朗萨拉姆医疗集团研发主任、医学博士米拉雷扎·塔克亚尔说。

独行快，众行远。高交会汇聚全球智慧，推动交流合作。

合作平台持续升级。高交会设立“一带一路”专馆、外国团组展区，3万多家专业采购商、千余个采购团、200余场活动，让交流不止于展台，更深入到技术研发、产业应用。要素流动更加顺畅。3000多家国内外投资机构云集于此，摩根士丹利、红杉资本等行业巨头携资而来，推动科创成果转化落地，不断降低创新成本，提高创新效率。

营商环境优化彰显。高交会通过精准匹配采购需求、推送税费优惠政策、配套多语种税务服务等便利措施，着力促进交易实效，让企业参展“唱主角、得实惠”。“高交会是我們觀察中國乃至全球技術動態的絕佳窗口，也是我們尋找中國合作夥伴的首選平台。中國開放的大門越開越大，這裏充滿了機遇。”马来西亚马来亚大学技术转移中心主任李清霞说。

驱动高质量发展的“强劲引擎”

首届高交会上，创立腾讯才一年的马化腾拿着改了66个版本、20多页的商业计划书跑遍各展馆，为腾讯拉回第一笔风险投资

220万美元；科大讯飞携语音技术在高交会开启智能交互的新征程，获得数百万元的订单，被视为公司的“第一桶金”……

二十几年间，高交会走出腾讯、比亚迪、金蝶等一大批知名科技企业，被誉为“中国科技第一展”。

一座舞台，共同唱戏。“我们想在这里寻找更多客户和应用场景。”“这里关注底层技术，我们来的是研发人员。”……一张张白色小桌，连接着投融资和买卖双方。

数据显示，今年高交会共促成供需对接和投融资项目签约1023项，意向成交与投融资金额突破1700亿元。

科技兴则产业兴，科技强则发展强。从早期的互联网、软件，到如今的人工智能、机器人、商业航天等，高交会持续引领技术变革潮流。

在光明科学城展区，科研团队携新型柔性显示材料与下游手机厂商共同研发下一代折叠屏产品；比亚迪等龙头企业携全产业链技术，展示从能源获取、存储到应用的整体解决方案。

“核心技术突破，绝非创新的终点。如何让实验室的‘样品’转化为市场的‘爆品’，是另一张必须答好的答卷。”粒影生物创始人张影说。

这里的“转”，是视角之转，更是模式之转。企业成为创新的主体，市场成为研发的导航，产学研用紧密结合，拧成一股绳，共同下好一盘大棋。

在宝安展区，“白手起家”的影石创新、从民房加工厂起步的欣旺达等“隐形冠军”企业尤为引人瞩目，不少客商前来交流洽谈。据工作人员介绍，创办仅10年的影石创新，以全景影像技术为支点，凭借“在太空中捕捉地球之美、能让自拍杆隐形”的硬核科技实力，在2024年创造了超50亿元的营收，全球全景相机市场占有率高达67%。

“高交会在聚焦‘高技术’和‘促交易’的同时，构筑‘政、产、学、研、资、介’深度融合的创新生态，覆盖从技术研发、成果交易到产业落地的完整链条。”深圳市科技创新局局长张林说。

由此，创新不再是孤岛。一条条紧密协作、自主可控的现代产业链条，在高交会的舞台上清晰地勾勒出来。它们承前启后，将关键技术“点”上的突破，串联成产业发展“线”上的优势。

以高交会举办地宝安区为例，全区已打造产值千亿元战略性新兴产业集群5个、五百亿级战新集群9个、百亿级以上战新集群17个，2024年战新集群产值11750.7亿元。

起于技术突破，承以产业变革，转于深度融合，合于发展新局。“高交会这个‘强劲引擎’，正以其持续迸发的创新活力，驱动着中国经济巨轮破浪前行。”中国城市经济专家委员会副主任宋丁说。

新华社深圳11月24日电

瞄准“双碳”目标，全国碳市场建设稳步推进

新华社北京11月24日电(记者 高敬)

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》提出，扩大全国碳排放权交易市场覆盖范围。

2021年7月，以发电行业为突破口，全国碳排放权交易市场启动上线交易。今年3月，全国碳排放权交易市场首次扩围，钢铁、水泥、铝冶炼行业纳入碳排放权交易市场管理。

日前，生态环境部印发《2024、2025年度全国碳排放权交易市场钢铁、水泥、铝冶炼行业配额总量和分配方案》，这是碳排放权交易市场扩围工作的重要部署安排。方案发布后，生态环境部门将下发2024年度配额，重点排放单位将于年内完成首

次配额清缴。明年上半年，生态环境部门将下发2025年度预分配配额。重点排放单位应在明年年底前完成2025年度配额清缴工作。

生态环境部应对气候变化司司长夏显应表示，纳入碳市场将有效推动钢铁、水泥、铝冶炼这三个行业绿色低碳转型，有效压实企业的减排责任，为国家温室气体排放控制目标实现提供有力保障。

他还表示，全国碳排放权交易市场扩围将会驱动更多企业通过有关技术创新、节能技改、提升管理效益等方式减少碳排放，进而有效带动低碳、零碳、负碳技术的研发和投资，为重点排放单位的绿色低碳转型提供技术和资金保障。

瞄准“双碳”目标，如何扩大全国

碳排放权交易市场覆盖范围？记者了解到，生态环境部已启动化工、石化、民航、造纸等行业扩围前期准备工作。一是推进历史数据治理，为科学合理确定配额总量和分配方案奠定基础。二是加快编制“一揽子”技术方案，为扩围工作做好技术保障。三是推动基础设施升级改造，提升基础设施平台的保障能力。

下一步，生态环境部将坚持“成熟一个、纳入一个”的原则，根据行业发展状况、降碳减污贡献、数据质量基础、碳排放特征等，有序扩大覆盖行业范围和温室气体种类。在现有覆盖范围基础上，将覆盖范围逐步扩展至化工、石化、民航、造纸等行业。到2027年，碳排放权交易市场基本覆盖工业领域主要排放行业。

“公告对进一步统一政策执行标准、规范征管流程、确保税法实施的公平性与可操作性等具有重要意义。”吉林财经大学税务学院院长张巍认为，明确资源税有关政策执行口径有利于进一步消除地区间资源税法的执行差异，避免因政策理解偏差导致的征管争议，提升征管效率，维护国家税收秩序。

据新华社北京11月24日电

资源税有关政策执行口径明确

的事业单位和组织依照国家有关法律法规罚没、收缴的资源税应税产品，工程建设项目在批准占地范围内开采并直接用于本工程回填的砂石、粘土等矿产品，属于不征资源税的情形。

公告对纳税人开采的凝析油、原油中分离出的油气田混合轻烃、天然气中分离出的油气田混合轻烃，明确了征税税目；对纳税人以尾矿为原料对特定矿物组分进行再回收利用和进行资源化利用生产粒级成型砂石颗粒两种情形，细化了相应的征税税目。

在资源税征税对象方面，公告对煤炭原矿和选矿产品、盐类选矿产

品、轻稀土选矿产品等概念定义，作了进一步的明确和细化。此外，为进一步加强对关联交易的风险防控和合规管理，公告列明了属于关联交易价格明显偏低正当理由的四种情形。“公告对进一步统一政策执行标准、规范征管流程、确保税法实施的公平性与可操作性等具有重要意义。”吉林财经大学税务学院院长张巍认为，明确资源税有关政策执行口径有利于进一步消除地区间资源税法的执行差异，避免因政策理解偏差导致的征管争议，提升征管效率，维护国家税收秩序。

据新华社北京11月24日电

不少人注意到，有着“互联网原住民”之称的“00后”，近来有一部分人开始从线上消费转战线下逛街了。

“二次元街区”成为城市新地标，IP联名快闪活动人气火爆，商场变身融合社交、文化、购物的生活“体验场”……“新华视点”记者走访发现，多地商场正通过焕新改造吸引年轻客群，寻求突围。

中国百货商业协会调查显示，2024年，66%的受访企业表示调改升级事件同比增多。什么样的“爆改”，能真正赢得消费者青睐？

传统商场变得时尚、轻盈

冬日的北京寒风凛冽，王府井喜悦购物中心里却是人气火爆的火热景象：1万多平方米的“二次元主题街区”人头攒动，不少商店门前排起长队，年轻人兴奋地抽取盲盒、交换“谷子”。

由“北京新燕莎金街购物中心”升级改造而来，王府井喜悦购物中心自2023年底亮相以来，迅速成为“Z世代”消费者追逐的潮流新地标。“喜悦的二次元商店特别集中，我和朋友几乎每周都来买IP周边。”“00后”女生齐玥含说。

“我们引入国潮文化、二次元、独立主理人品牌，打破传统商场‘老旧’的刻板印象，营造年轻、时尚、潮流的体验空间。”王府井喜悦购物中心总经理助理张孟久说，今年以来商场销售额和客流显著提升。

当前，不少传统百货正通过提升“IP浓度”、打造二次元业态等方式，吸引年轻消费者“重返商场”。例如，上海百联ZX创趣场聚焦二次元经济，引入动漫周边、IP主题餐厅等新业态，2024年举办各类活动近700场，全年销售额同比增长70%，客流同比上升40%，会员数超26万。

2024年，我国限额以上零售业单位中，百货店、品牌专卖店零售额分别下降2.4%、0.4%。商场频频“爆改”，是传统商场面临业态陈旧、缺乏活力困境而做出的应对之举。

今年5月，《中共中央办公厅 国务院办公厅关于持续推进城市更新行动的意见》提出，改造提升商业步行街和旧商业街区，完善配套设施，优化交通组织，提升公共空间品质，丰富商业业态，创新消费场景，推动文旅产业赋能城市更新。

放眼全国，多地商场纷纷开启“爆改”模式——北京友谊商店定位“商业生活艺术中心”，营造“院落式商业空间”；巴黎春天上海淮海店以“IP共创”为特色，携手潮玩品牌推出主题快闪活动；广州友谊国金店引入广州首家中内免税店，打造“购物即旅行”的复合场景……

“消费需求向更加多元化、个性化、品质化发展，各地商场创新业态、丰富供给，不仅是摆脱经营困境之举，更能通过供给侧创新更好满足人民的美好生活需要。”国家信息中心经济预测部宏观经济研究室副主任邹蕴涵说。

“流量密码”是什么？

当实体商业的增长点更多转向存量改造与体验升级，商场吸引消费者的核心竞争力是什么？

提供升级体验——趣味杂货铺里，语音梗洗脑贴、“多巴胺帆布包”销售火爆；走进香氛品牌“蓬松”门店，个性香水、居室无火香氛用气味串联情绪；迪士尼商店快闪店北京首店，近400平方米的沉浸式空间为消费者带来别样的“IP之旅”……

在张孟久看来，王府井喜悦的“流量密码”很简单：“情绪”和“体验”。

麦肯锡发布的《2024年中国消费趋势调研》显示，64%的消费者更加看重精神消费，年轻消费者对精神消费的重视程度更高。

中国宏观经济研究院市场与价格研究所研究员刘方表示，在网购发达的今天，消费者对线下商业的需求已从“购买商品”转向“获得体验”，从“品牌齐全”转向“个性适配”，创新业态与场景成为激活实体零售的关键所在。

延伸空间功能——步入广州市天河区的正佳广场，宛如走进一座微缩的城市乐园：一侧是深海蓝幕下徜徉的鲸影，情侣在“海底世界”前驻足合影；另一侧，孩子们裹着棉服在冰雪世界里嬉戏笑闹。消费者购买的不只是件件商品，还是一份美好的记忆。

对物理空间进行功能延伸和拓展，更多商场从单纯的“卖场”升级为融合社交、文化、消费为一体的城市生活中心。

“我们在商场里引入声乐、舞蹈、书法教室，满足老年人上课、交友等社交需求，把传统‘商品罗列式’百货转型为‘场景体验式’社交空间，目前银发消费客群占比超七成。”重庆重百九龙百货有限公司总经理吴国文说。

提升服务柔性——位于北京朝阳区的蓝色港湾内，外国游客在支付宝绑定境外银行卡后，用手机就能实现扫码支付，整个过程十分“丝滑”。“除了支付更加便捷，我们还设置了双语服务台，为游客提供双语菜单。”蓝色港湾副总经理郑哲伦说。

南宁百货设立离境退税服务专区，提供多语种指引和“即买即退”服务；兰州万象城打造宠物友好空间，配备宠物友好电梯；武汉金银湖万达广场推出“无门槛免费停车3小时”……更多商场以暖心服务举措，构筑差异化竞争优势。

“实体商业的困局，本质上是传统商业模式与时代需求的脱节。真正抓住消费者对线下的需求和痛点，才能实现突围和重生。”邹蕴涵说。

让“流量”变“留量”

不少商场在改造后客流提升，但如何保持竞争优势、实现持续盈利，让“流量”变“留量”，仍是实体商业需要解决的深层课题。

业内人士指出，一些商场在改造中定位模糊，有的扎堆跟风二次元等热点，导致同质化严重；有的改造仅限于硬件层面，经营思维依然停留在“老把式”，缺乏运营支撑的“爆改”项目，往往只能靠初期热度维持数月，最终因流量枯竭而再次被市场淘汰。

在张孟久看来，无论哪种业态，关键是读懂“人”的需求。“每个垂直领域都可能是是一片蓝海，最重要的是以优质商品和服务，满足目标客群的期待。”

改造的高成本也是现实挑战。外立面改造、智能化运营体系升级、品牌池更新带来的招商折损等都会增加运营成本，“投入高、回报慢”成为不少商场面临的新难题。

位于西安市解放路商圈的民生百货探索了新的“解题思路”。“我们用‘商办同楼’思路改造，1至4层保留商业，5至7层改为商务办公，8至14层配套酒店式公寓。通过导入产业盘活闲置面积，既分摊了改造成本，还进一步带旺人气，激活新的消费增量。”民生百货解放路店总经理晁海燕说。

邹蕴涵建议，商场可以利用人工智能等新技术，分析消费行为偏好、销售数据等指标，实现精准营销，进一步提升运营效率和盈利能力。

“我们将会同有关部门，在现代商贸流通体系试点城市建设中，指导各地统筹使用中央财政资金，充分发挥各类金融工具作用，推动城市商业设施优化调整、改造升级，为城市商业转型提质提供长效支持。”商务部流通发展司一级巡视员张祥说。

新华社北京11月24日电

『00后』为啥又开始爱逛街了？