



## 铺筑发展振兴路 谱写友谊新篇章

——“一带一路”铁路线上“授人以渔”的中国实践

## 引资“磁力”不减 开放脚步不停

——当前中国吸引外资观察

► 均刊第三版

国内统一连续出版物号 CN31-0002 国内邮发代号 3-3 国外发行代号 D123 文汇报网:www.whb.cn 微信公众号:文汇报(ID:wenhuidaily) 微博:@文汇报 客户端:文汇



距第六届中国国际进口博览会开幕还有30天

### 已有约3000家企业签约参展第六届进博会,其中约200家企业6年不缺席

## “全勤生”解密:“四叶草”蕴藏超凡机遇

■本报记者 徐晶丹

纽仕兰亚太区总部的展示厅内,最近搭建起第六届中国国际进口博览会展示装置,即将全球首发的展品——4.0娟娟鲜牛奶就此揭开面纱。从第一届到第六届,6年进博会积累的展示装置就像一层层向上的阶梯,也代表着“全勤生”纽仕兰的进博感悟:共成长,共享未来。

第六届进博会今天迎来开幕倒计时30天。今年已有约3000家企业签约参展,展览面积超过36万平方米,值得一提的是,其中约有200家企业是连续6年签约参展的“全勤生”,既包括世界500强和行业龙头企业,也包括一些高速成长的外资企业。

进博会究竟具有怎样的魅力?这些“忠粉”从各自角度一一解开“进博密码”。

### 在“全球首发”中找到关键价值

8月底,首批约1万瓶纽仕兰4.0优质蛋白娟娟鲜牛奶运抵浦东机场,意味着这一鲜奶新品走通了“从新西兰牧场直达中国”的72小时之旅。“我们将把全球首发仪式放在第六届进博会期间,未来东航每周5次执行配送。”纽仕兰亚太区CEO盛文灏表示,这瓶升级产品被称为“鲜奶中的爱马仕”,它恰巧呼应了纽仕兰在首届进博会上带来的鲜奶展品,“站在进博会第二个5年的新起点,‘进博开放’将是纽仕兰的关键词。”

企业如何选择全球首发的态度,可以预见进博会高水平开放的底色。盛文灏透露:“这瓶‘72小时通关’的鲜奶,也见证着贸易便利化的一路成长。”

选择进博平台全球首发,已是“全勤生”参展商们在企业发展中的“必修课”。因为“进博速度”而快速发展的多特瑞同样深有感触,今年多特瑞将在进博会期间全球首



► 纽仕兰“新西兰72小时鲜奶”升级版即将于第六届进博会全球首发。

丹纳赫集团生命科学研究院应用研发中心。均本报记者 张伊辰摄 制图:冯晓瑜

发“莲沐之光”精油,其中的主要成分是原料产自中国的蓝莲花精油。“中国古代诗人赋予莲花以超出草木之外的文化寓意和美好愿望,我们在产品创新的时候,希望挖掘更多中国特色原料,为全球新品提供灵感。”多特瑞相关负责人说。进博会的全球首发之中,越来越多的“中国元素”亮相世界舞台。

丹纳赫集团此次组团将把15个品牌带到进博会,旗下品牌麦默通就将推出一款名为“木兰”的真空乳腺活检和微创切除手术仪器,和传统活检手段不同,该仪器的微创级别十分了得——将针刺入果肉果冻进

行取样后,不会在果冻表面留下痕迹,还能精准取样、切除。在全球首发后,这一展品将在麦默通上海工厂实现量产,第一时间投放国内市场。从全球首发到落地生产,“全勤生”们早已找到了进博会在全球产业链上的关键价值。

### 在“展品变商品”中找到发展引擎

对于进博会“全勤生”们而言,全球首发是一个起点,而将展品变商品,更深度融入产业链供应链,甚至实现在地化生产,成为

进博会6天展会之外伴生的发展引擎。

今年是联合利华投资中国100周年,企业将把百年时光列车“驶入”进博会。借助进博大舞台的溢出效应,自首届进博会以来,联合利华加速引进十余个品牌进入中国市场,多个产品实现在地化生产,目前在中国运营的品牌已迅速增长至40个,成为联合利华在亚太区的发展引擎。记者获悉,今年联合利华将在往年美妆个护产品品类的基础上,拓展健康品类品牌,口服营养健康品牌Nutrafal将首度参展,并快速实现展品变商品。

▼ 下转第二版

## 浦江游览日均客流超三万人次

### 核心水域假期客运量15.18万人次,单日平均开航155艘次

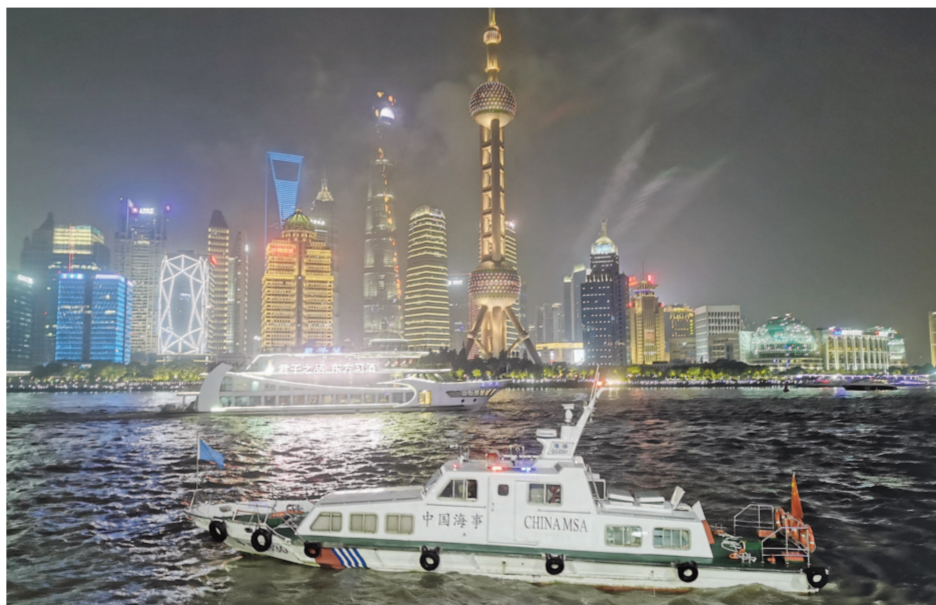
本报讯(记者张晓明)这个中秋国庆黄金周,乘船游览黄浦江成为热门打卡项,浦江游览迎来客流高峰。记者昨天从黄浦海事局获悉,截至前天,黄浦江核心水域浦江游览假期客运量达到15.18万人次,单日平均开航155艘次,日均游览船客运量达3.04万人次。其中,10月2日游览船单日客运量迎来高峰,达3.57万人次,与去年同期单日客运量高峰相比增长215.8%。

为应对游览水上出行火爆情况,黄浦海事局及时增派保障力量,确保市民、游客水上游览安全。“每天晚上是浦江游览客流量高峰时段,我们紧盯重点水域,强化现场巡航和核

查,加强人员值守,用行动保障市民、游客水上游览的安全。”黄浦海事局外滩海巡执法大队副队长廖炳阳介绍。

为保障游览船航行安全,海事部门加强一线力量投放。游览船高峰时段,安排执法人员对游览船“跟船随访”,实时评估船员操纵水平。强化水域巡航和电子巡航协同联动、信息共享,核查客运船舶分时、分区、分道落实情况、开展无人机空中巡查,进行船舶安全提醒。

右图:中秋国庆黄金周,乘船游览黄浦江成为热门打卡项,海事部门加强一线力量投放保障航行安全。(受访者供图)



■本报记者 许琦敏

昨天,瑞典皇家科学院宣布将2023年诺贝尔化学奖授予美国麻省理工学院教授蒙吉·巴文迪(Moungi Bawendi)、美国哥伦比亚大学教授路易斯·布鲁斯(Louis Brus)和美国纳米晶体科技公司科学家阿列克谢·叶基莫夫(Alexei Ekimov),以表彰他们对量子点的发现与合成所作的贡献。

量子点是一种微小的纳米粒子,颗粒大小决定了它们的性质。在古老的彩色玻璃中,这些纳米粒子就展现出独特魅力。此次获奖的三位科学家,在上世纪80年代初到90年代不懈努力探索,最终掌握了生产完美量子点的方法,为纳米技术的发展应用播下了“彩色的种子”。

如今,量子点正在造福人类——这些纳米颗粒不仅通过电视屏幕和LED灯为人们照亮丰富多彩的世界,还以清晰的光线为外科医生照亮肿瘤组织。科学家相信,未来量子点有望在柔性电子产品、微型传感器、更薄的太阳能电池和加密的量子通信,以及红外探测成像、光催化等领域一显身手。而有一点是肯定的——对于令人惊奇的量子现象,还有很多需要了解。

### 古老彩色玻璃中蕴藏量子秘密

量子点由几个原子组成,又称“人造原子”。如果要形象描述它的“小”,可以想象一个量子点与一个足球的对比,正如一个

足球与地球的对比。当物质的尺寸达到纳米量级时,就会出现一些奇异的性质,即量子效应。在这个微观世界中,粒子的大小决定了它的颜色。

早在千百年前,当人类生产彩色玻璃时就发现,往玻璃中添加金、银、铜等物质,在不同温度下会显现出不同的色彩。到了近代,物理学家发现,添加一种物质就能产生不同颜色的玻璃,决定颜色的是加热温度和冷却方式。

作为探索纳米世界的先驱,获得今年诺贝尔化学奖的三位科学家为量子点在纳米领域的广泛应用奠定了基础。

上世纪70年代末,叶基莫夫刚刚博士毕业,在瓦洛洛夫国家光学研究所工作。在研究彩色玻璃时,他发现玻璃样品中的纳米颗粒从约2纳米到30纳米不等,且尺寸越小,颜色越靠近蓝色,尺寸越大越接近红色。由于熟悉量子力学,他很快意识到这是与尺寸相关的量子效应,并于1981年发表了相关论文。

1983年,正在美国贝尔实验室工作的布鲁斯首次在溶液中发现自由漂浮的粒

### 三位科学家因量子点的发现与合成分享2023年诺贝尔化学奖

## 他们为纳米技术的发展应用播下“彩色种子”

子具备尺寸依赖性的量子效应。这相当于发现了元素周期表的第三个维度:决定元素性质的,除了电子层数和外层电子数,在纳米尺度上的尺寸也很重要。

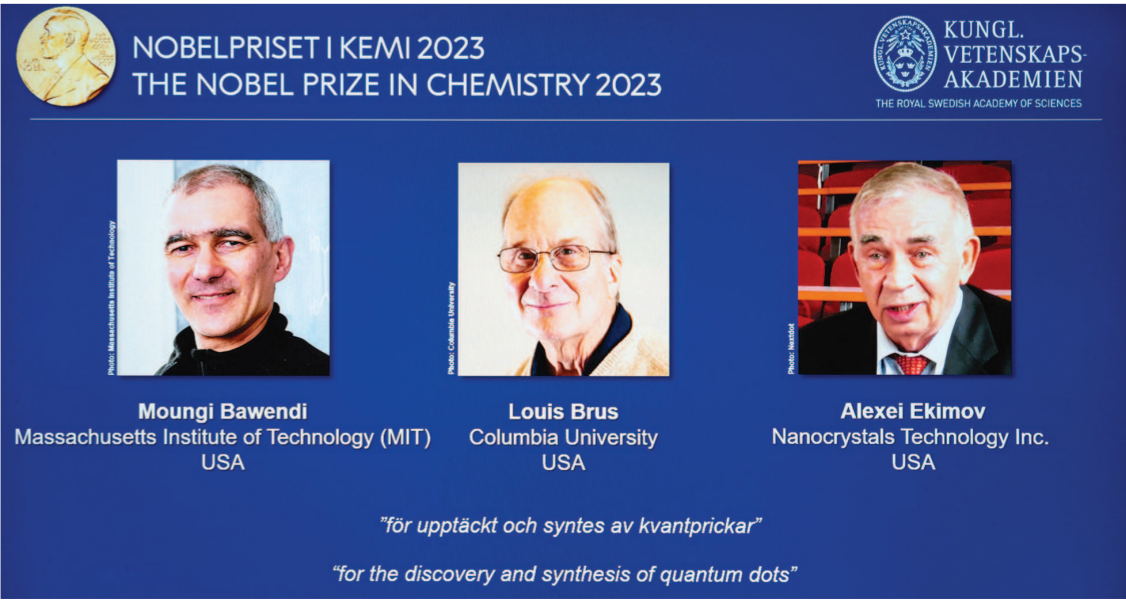
不过,当时合成的量子点存在很多缺陷,无法应用推广,巴文迪的工作则彻底改变了量子点的合成方法。1988年,他在布鲁斯的实验室开始博士后工作,锲而不舍地尝试提升量子点的合成质量。后来,他成为美国麻省理工学院的研究负责人,仍在继续探索。终于,1993年,他用简单的方法合成了几乎完美的量子点纳米晶体,并显示了独特的量子效应。此后,纳米技术和量子点性质的研究成为一大热门。

### 照亮LED,也照亮肿瘤组织

有“理综奖”之称的诺贝尔化学奖,今年成了“化学家对于物理学家发现的完美诠释”。

中国科学院半导体所研究员姬扬表示,量子点的工作在基础研究和产业应用中都非常重要。

▼ 下转第三版

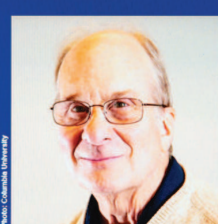


NOBELPRISET I KEMI 2023  
THE NOBEL PRIZE IN CHEMISTRY 2023

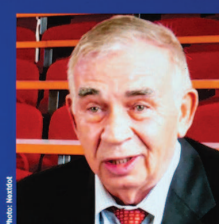
KUNGL. VETENSKAPS-  
AKADEMIEN  
THE ROYAL SWEDISH ACADEMY OF SCIENCES



Moungi Bawendi  
Massachusetts Institute of Technology (MIT)  
USA



Louis Brus  
Columbia University  
USA



Alexei Ekimov  
Nanocrystals Technology Inc.  
USA

“för upptäckt och syntes av kvantprickar”  
“for the discovery and synthesis of quantum dots”

10月4日,在瑞典斯德哥尔摩的2023年诺贝尔化学奖公布现场,屏幕上显示奖项得主蒙吉·巴文迪(左)、路易斯·布鲁斯(中)和阿列克谢·叶基莫夫的照片。

新华社发

■本报记者 宣晶

中秋、国庆“双节”叠加,线下,餐饮消费一派红火;线上,美食类纪录片持续高热,甚至有人循着片中的线索开启了味蕾游。

沸腾的火锅里隐藏着什么动人故事?翻滚的热汤中激荡着怎样的精彩人生?由哔哩哔哩(以下简称B站)出品的美食人文纪录片《生活如沸2》正在热播,吸引近百万网友在线追看,前6集的播放量已逼近3000万。新一季共8集,主创团队前往全国16个省市,找到24种最具代表性的火锅,以带有温度的日常视角洞察人们的生活百态。“我们把片名定为《生活如沸》,就是希望通过火锅这个载体,来更多关注我们生活中那些可能被忽视、可能被生活裹挟前行时而放弃的沸腾。”纪录片总导演李梦说。

当下,日常烟火正成为网生代纪录片的创作重心,《生活如沸》人生一串等以垂直细小的美食为切口,围绕“烟火气”“市井味”展开叙事。美食纪录片扎堆,年轻网友为何青睐“舌尖上的故事”?美食,从来不限于食物本身。“中国传媒大学教授杨洪涛认为,影视创作在讲述美食的制作与食用的过程时,将各地节日文化、风俗习惯等融入其中,诠释人们对故乡、家国的真挚情感。“这些美食元素如同多棱镜,折射不同地区的风土人情,使地域特色文化得到有力传播。”镜头里的一餐,串联起观众最关心的职场、家庭、情感问题,进而构筑起牢固的情感纽带,唤起价值认同。

### 方寸市井小小一口锅,深藏真实又温暖的世间情味

“你概念中的小是什么样子?是微小、可爱,还是鸟瞰城市的小而壮观?”《生活如沸2》开篇,以这两个问句将观众的视线引至重庆万州,这是一个将“小”诠释得有滋有味味的城市。万州地处三峡库区腹心,是当年移民数量最多、搬迁任务最重的区县。然而,迁移并没有斩断当地居民与美食的牵绊——迷你版银色铜火锅,身材娇小,头戴茶碗帽,方寸之间云山雾罩,温暖了万州的夜。

《生活如沸》是国内首档聚焦火锅的美食纪录片,首季发布于2019年底,B站播放量超过3500万。最新发布第二季则在美食与情感部分拓展了更多维度。主创团队认为,美食从“小”出发,按照气味、口感、食材、滋味划分,看似最简单的火锅里有中国人对美食的讲究与讲究;情感从“大”出发,有温情的家族之爱,有动人的夫妻爱情,更有振奋人心的家国大爱。

▼ 下转第三版

### 从1%透视都市农业新风口

## 好生态新业态,郊野帐篷释放消费活力

乡村旅游成为潮流,今年以来上海露营订单较去年同期增长383%

► 刊第二版

以美食为代表的日常烟火正成为网生纪录片的创作重心

## 舌尖上的故事为何受青睐