

多款高精尖 好物 亮相进博会

中国市场成为全球技术发展新高地

中青报 中青网记者 张真齐

本次进博会，我们带来参展的人形仿生机器人受到了国内外展商和消费者们极高的关注。

它由大连蒂艾斯科科技发展股份有限公司自主研发设计，并采用了微软的AI语音对话系统。

凭借出色的智能系统和逼真的造型，EXROBOT将会应用在政府机关、新闻综艺、服务零售等行业。

事实上，EXROBOT人形仿生机器人只是第三届进博会千余种高精尖参展好物中的一员。

漫步第三届进博会的展区中，随处可见来自医疗、民航、汽车、智慧城市等多个领域的各种高精尖 黑科技 产品。

新产品让 云上 体验再升级

来自美国的飞机航材、来自德国的地面特种车、来自法国的机上葡萄酒和土耳其的静橙橙汁 这两天，中国东方航空集团有限公司(以下简称 东航集团)。

事实上，除了最重要的航空器外，从飞机上的各类娱乐设施，到停机坪上多种配套设施，再到机场中细节处不起眼的科技配置。

更重要的是，中国是全球最大的消费市场，也是航空业发展最具潜力的国家与地区之一。



中国东方航空集团有限公司在本届进博会上进一步提高了签约的含金量，签约合同从上届的14个扩大到23个，总金额近15亿美元。

消费升级加上非航业务等增量，以及航空公司自身机队发展、运营服务等，这些都创造了巨大的采购需求。

较上届进博会，东航集团今年进一步提高签约 含金量，签约合同从上届的14个扩大到23个，总金额近15亿美元。

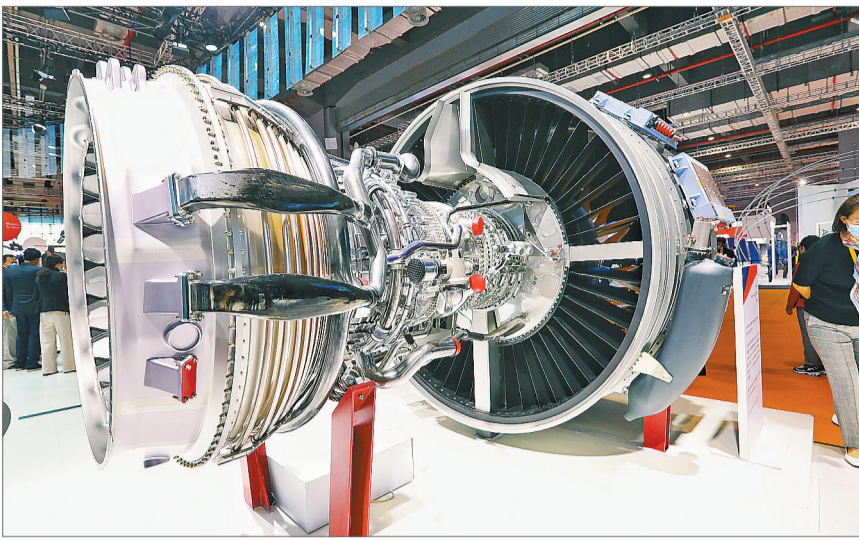
据介绍，本届进博会，东航采购的CFM LEAP-1A发动机一直保持着 零空停 的可靠性纪录。

两项航空产品将助力东航新一代A320NEO机队实现安全平稳运营。

除了与14家国际一流供应商签约外，南航集团在本届进博会还新增了机上娱乐内容集成、交互式软件、机上饮品等服务贸易项目的采购。

东航、南航等航空公司在本届进博会上签约大额订单，充分显示航空运营、航空设备制造商对全球经济重振的信心。

在他看来，进博会上多种类全球民航好物 的亮相，能够帮助中国民航业实现高质量发展。



在第三届进博会上，通用电气展台展出了LEAP航空发动机模型。中青报 中青网记者 李建泉/摄

好物的亮相，能够帮助中国民航业实现高质量发展。围绕飞机的安全运营和旅客的出行体验，航空公司需要深挖新产品、新技术。

智慧绿色出行 勾勒汽车发展新蓝图

展览面积约3万平方米的汽车展区，是第三届进博会最有人气展馆之一。

如果仔细观察今年进博会的汽车展区，会发现所有新产品和新技术都有一个共同特点 聚焦新能源。

已经连续3年参加进博会的大众汽车集团带来了大众汽车、奥迪和保时捷3个品牌的8款纯电动车型。

大众汽车集团公关传播及企业社会责任部高级总监李晚昕介绍说，2020年至2024年期间，大众将投资150亿欧元。

们也会向绿色低碳的方向持续作出贡献。

豪华车市场中同样少不了 新能源的元素。在本届进博会的展台上，通用汽车通过数字化体验的方式呈现包括凯迪拉克LYRIQ和GMC Hummer EV在内的全新一代纯电动车型。

通用汽车中国公关总监沈燕飞表示，通用将把更多资源投入到电动车和自动驾驶汽车领域。

值得一提的是，氢燃料电池技术成为本届进博会新能源车的一大看点。

其中，现代汽车把全球首款量产氢燃料电池重型卡车带到了进博会展馆。

丰田汽车也同样的在本届进博会上展现了其在氢燃料电池上的成果。

在全球新能源汽车产品、技术纷纷亮相进博会的同时，产业政策也为中国新能源汽车的发展指明了方向。

2025年，新能源汽车新车销售量要达到汽车新车销售总量的20%左右。

未来5年，中国新能源汽车市场的潜力将会被很大程度地激发出来。

随着各类国内外车企新能源技术的浇灌和发展，届时新能源汽车产业也将实现内外双循环的发展模式。

值得注意的是，在5G、智能网联、自动驾驶时代下，智慧出行也成为汽车企业转型升级的又一选择。

零部件供应商博世在本届进博会上首次面向公众展示车载计算平台解决方案。

此外，博世还带来了全新RCS路况服务。它支持交通智能管理和道路AI维护。

开放，共享。中国汽车市场在吸引全球汽车厂商争先加码的同时，其在全球汽车产业中的引领作用也在加强。

刘志强表示，越来越开放的中国汽车市场将迎来更多机遇。

在本届进博会上，欧姆龙(OMRON)展示了一套乒乓球机器人。

这些机器人之所以能完成多种高难度动作，离不开多项世界先进技术。

此外，可以学习识别垃圾并自动分拣的YuMi机器人、植发手术辅助机器人搭载自动演奏录音系统的钢琴等人工智能技术产品也吸引了很多人的关注。

随着工业4.0概念的深入，人工智能和自动化成为各国工业发展的大趋势。

徐宏说，尤其是在疫情防控期间，全球工业自动化与数字化趋势加速推进。

报告预测，未来5年，科技驱动的自动化浪潮将创造9700万个新就业机会。

在这种形势下，本届进博会集中展示各类人工智能和自动化产品。

数字化和自动化技术的大规模运用和推广为各国就业带来了新的机遇和挑战。

本屆进博会设置了六大展区、四大专区，同时设立新品发布专区，打造进博发布平台。

在孔福安看来，全球各国企业积极参与，有的不远万里，历经多次辗转。

可以看出，尽管新冠肺炎疫情的阴霾没有散去，但是国内外企业参与进博会的热情依旧高涨。

徐宏说，本届进博会集中展示各类人工智能和自动化产品，为未来工业4.0乃至5.0提供了系统化的发展思路。

数字化和自动化技术的大规模运用和推广为各国就业带来了新的机遇和挑战。

徐宏说，本届进博会集中展示各类人工智能和自动化产品，为未来工业4.0乃至5.0提供了系统化的发展思路。

徐宏说，本届进博会集中展示各类人工智能和自动化产品，为未来工业4.0乃至5.0提供了系统化的发展思路。

徐宏说，本届进博会集中展示各类人工智能和自动化产品，为未来工业4.0乃至5.0提供了系统化的发展思路。

徐宏说，本届进博会集中展示各类人工智能和自动化产品，为未来工业4.0乃至5.0提供了系统化的发展思路。

徐宏说，本届进博会集中展示各类人工智能和自动化产品，为未来工业4.0乃至5.0提供了系统化的发展思路。

徐宏说，本届进博会集中展示各类人工智能和自动化产品，为未来工业4.0乃至5.0提供了系统化的发展思路。

文化驱动发展 东风日产走进企业文化2.0时代

17度春秋，凝练出东风日人特有的做事风骨，淬炼出东风日产独有的企业文化。

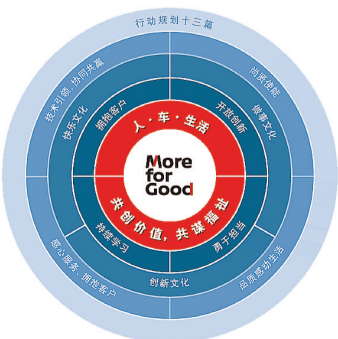
今年6月，秉承东风有限 倍受信赖 企业文化2.0核心理念，东风日产正式发布企业文化2.0。

至此，东风日产无论从企业文化构建还是日常工作落地层面，都将 拥抱客户 上升为企业战略发展的新高度。

在17岁的风华正茂之年，面对外界环境的变迁及自身发展的需要，东风日产重新审视 以客户为中心 的理念。

厚基勃发 文化先行

求木之长者，必固其根本；欲流之远者，必浚其源泉；谋事之成者，必强本厚基。



东风日产企业文化2.0模型

化，为东风日产的高速发展保驾护航。

从风神时代的开疆拓土，到2005年颁布《东风日产行动纲领》，奠定 合资、合心、合力 的发展总基调。

当前，汽车行业正面临百年剧变，市场持续低迷，销量两极分化加剧。

自2018年10月起，东风日产正式启动 企业文化2.0项目。

方向也逐渐清晰，研讨的过程是文化建设的过程，是共识达成的过程。

在传承中创新，在发展中进化，东风日产企业文化2.0既秉承东风有限 倍受信赖 企业文化2.0的核心理念。

在 More for Good (创进未来，乐享美好) 的文化定位指引下，传承人 车生活 和 共创价值，共谋福祉 的愿景使命。

文化升级也势在必行。面对外部市场环境的变化，企业发展体量的壮大。

展作为目标；通过文化引领发展，为东风日产事业可持续发展贡献力量。

在此次企业文化的升级中，东风日产明确将 拥抱客户 作为核心纲要写入企业文化2.0。

东风日产高速发展的17年，得益于企业文化的引领和推动。

东风日产企业文化2.0，包括了全新的文化定位，更聚焦 生态圈 的愿景与使命。

压舱石。在企业文化2.0的指引下，东风日产将定志砺行，永不止步。

东风日产是一家优秀的公司，东风日人更是一支优秀的团队。

企业文化，一直是驱动东风日产发展的深厚根基，想要以更高的姿态，向更好的未来迈进。