

跨国公司对华投资呈现“三个转变”

据新华社电 国务院新闻办公室25日举行新闻发布会介绍第二十六届中国国际投资贸易洽谈会有关情况。商务部副部长兼国际贸易谈判副代表凌激在发布会上介绍,从目前跨国公司对华投资,以及他们近年来参加投洽会情况来分析,跨国公司对华投资新趋势概括起来有“三个转变”。

第一个转变是从“注重成本”向“注重价值”转变。当前,外商投资中国已不仅仅

看劳动力、土地这些传统要素成本,他们更关注高效的产业生态、优越的基础设施,特别是现在的绿电、算力等新型生产要素供给,以及高效的供应链体系,充满活力的创新生态和高素质的人才供给。这些优势都是跨国公司在华发展的重要驱动力,也是他们在全球形成竞争力的重要因素。

第二个转变是从“填补空白”到“锻造实力”转变。早期跨国公司主要瞄准中国

的资金和供给缺口,从引进资金、成熟技术到商业模式和管理就可以在中国较快获得成功。这些年随着中国产业发展水平提升,市场竞争日益激烈,消费应用场景的丰富和日趋多元化,越来越多跨国公司把中国作为提升其全球竞争力的“训练场”或“健身房”。“我们同很多跨国公司高管交流中,经常听到一句话,‘如果你在中国市场能取得成功,那你就能够在世界其他地方取得更大成功。’”凌激说。

第三个转变是从“独立运营”向“协同发展”转变。过去很多外资企业在华投资都是搭建自己的研发和供应链体系,依托跨国公司内部的产业生态来完成供应链的配套,所以过去很多外资企业在中国都是“大进大出”的。随着中国产业链供应链体系日趋完备和高效,现在越来越多外资企业正深度融入中国产业生态,本土化水平不断提升,与中方合作伙伴的协同发展日益加强。

公共数据“跑起来”

我国发布第五批50个示范场景

据新华社电 国家数据局25日在京举行“数据价值化 我们在行动”第五场新闻发布会,会上发布了第五批共50个公共数据“跑起来”示范场景。至此,我国已累计发布五批共150个示范场景,公共数据资源开发利用取得阶段性成效。

“公共数据资源开发利用的模式机制正不断深化拓展,示范场景的影响力也在逐步扩大。”国家数据局副局长陈荣辉表示,今年2月,国家数据局启动了第五批场景申报工作,共收到申报方案731份,经评审,最终遴选出包括多源地震公共数据开放驱动区域防震减灾智能化升级、民族民间文艺资源数字化及智能应用示范场景建设等50个场景。

据介绍,第五批场景呈现出公共数据与社会数据、企业数据等多源数据深度融合的显著特征,特别在农业、气象、经济等领域数据融合应用需求突出,数据供给多样性持续提升。

在深化公共数据资源开发利用方面,陈荣辉介绍,国家数据局正通过三项举措持续发力:一是持续推进全国一体化公共数据资源登记,目前已登记数据资源、产品和服务超30万项,覆盖全部国民经济97个大类;二是推动规范开展公共数据授权运营,全国已有25个省(区、市)实质性开展授权运营;三是建立公共数据资源开发利用责任制,与数据资源富集、社会需求迫切的部门建立常态化工作机制。

一棵大白菜的保鲜账:

落实冷链运输到底难在哪里?

不法商贩用蘸甲醛溶液的方式给白菜“保鲜”引起关注,敲响警钟的同时,也让外界思考果蔬运输背后的保鲜账。

日前,多位产业链、业界人士在接受媒体采访时表示,冷链并非蔬菜运输的标配,而是根据品类、时间、距离和货值等因素来决定,冷链成本高于常温,但低损耗能抵消相当一部分冷链增量投入。不过在现实流通中,冷链投入与农产品货值、采购价格之间并未形成稳定的对应关系。冷链成本由谁承担、损耗由谁消化、温控如何被证明,仍是生鲜供应链中的难题。

从一车白菜延伸至整个生鲜蔬菜供应链,这起事件也留下了一个问题:在预冷、冷藏运输等技术逐渐成熟的情况下,为什么蔬菜长途运输保鲜仍是一道难题?

冷链并不只是“换一辆冷藏车”

据中国物流与采购联合会冷链专业委员会2025年发布的《中国冷链物流发展报告(2025)》统计测算,2024年蔬菜冷链物流业务需求量约1.36亿吨,水果约8910万吨,合计占我国食品冷链物流业务需求总量的61.67%。

不过,冷链并非所有蔬菜运输的标配。不同季节、品类特性、运输距离、销售渠道和货值等因素,共同决定了冷链是否必要。

国家农产品现代物流工程技术研究中心首席专家、中国物流与采购联合会冷链委专家委副主任王国立教授在接受采访时指出,需要高频使用冷链运输的蔬菜品类为耐储性差、货架期短的叶菜、鲜菌、冷凉错季蔬菜,以及出口生鲜蔬菜,这类产品常温下2—3天就会出现失水、腐烂现象,必须通过温控维持品质。

中国农业大学蔬菜学硕士、从事生鲜供应链30年的汪晓补充道,蔬菜是否采用冷链运输,都是根据客户的要求。比如有的平台会要求所有的有机蔬菜都必须用冷链运输。有机蔬菜价值较高,因此冷链运输的比例非常高。其他蔬菜则是在夏季用冷链运输,秋冬春就比较少。

“对于需要低温运输的蔬菜,采收后的预冷尤为关键。”汪晓说,蔬菜如果在采摘后及时进入冷库,将中心温度降下来,再进行运输,保鲜期会明显延长,如果刚从田间采收便直接装车,“田间热”尚未散去,在高温环境下长途运输,腐烂风险会明显增加。

冷链并不只是“换一辆冷藏车”。以叶菜为例,从采收、预冷、包装,到干线运输、批发市场周转、仓储和末端配送,任何一个环节温度失控,都可能影响蔬菜品质。

王国立指出,目前国内生鲜蔬菜真正实现全程冷链的覆盖率仍然较低,冷链覆盖更多集中在跨境出口的蔬菜冻品和头部生鲜平台的高端蔬菜产品。汪晓也提到,如果将泡沫箱加冰瓶等低温保鲜方式计算在内,采用一定冷藏措施运输的蔬菜比例约为30%至40%;如果只计算冷藏车运输,比例可能只有不足20%。

而对于真正需要温控的易腐蔬菜来说,不使用冷链的代价同样不低。王国立表示,当前蔬菜冷链运输的损耗率可控制在1.5%至3%,常温运输的损耗率普遍在15%至25%,跨区域长距离运输时,常温损耗率甚至可能达到30%。



市民在市场选购新鲜蔬菜(CFP 供图)

温控成本下的一笔经济账

王国立介绍,同样一批蔬菜,采用冷链运输的综合成本通常比常温运输高出30%至50%。增量成本主要来自冷链车辆购置和运营、持续制冷能耗、保温包装等方面,以及温控核验和设备维护等管理成本。整体来看,冷链运输成本通常占蔬菜货值的20%至40%,高附加值进出口蔬菜的占比可能达到50%。

对于货值较高的蔬菜,这笔成本相对容易消化;但对于普通大宗蔬菜,冷链投入就可能成为经营者反复权衡的负担。事实上,冷链成本并不存在适用于所有蔬菜的统一数字;车辆类型、运输距离、是否需要预冷、包装方式和蔬

菜货值,都会影响最终蔬菜成本。对于易腐蔬菜而言,冷链并不一定意味着最终成本更高。常温运输造成的腐烂、失水和卖相下降,同样会进入供应链成本,并通过批发价和零售价被消化。部分跨区域常温调运的蔬菜,最终终端售价甚至可能高于采用冷链运输的同类产品。

但问题在于,这笔综合账并不一定由同一个主体计算。

“在传统蔬菜流通体系中,农户、收购商、运输商、批发商和零售商分别处于不同环节,每个参与者首先关心的是自身成本和损耗是不是最低,而不是整个供应链的总成本。”一位生鲜平台物

流负责人告诉记者,传统模式下,农户和批发商对冷链投入的直接动力不足,渠道商也未必愿意承担额外温控成本。

谈及蔬菜全程冷链运输的落实难度,该物流负责人表示,全程冷链的前提是可控,相对控制力强的是自建冷链体系的品牌方和渠道,或者是全程委托第三方冷链企业,可实现全程监控。新模式下品牌方和渠道除了考虑综合成本,更要考虑信任体系的价值,有动力也有能力做全程品控和全程温控。

一位生鲜业内人士进一步指出,冷链投入和损耗收益被分割在不同环节,冷链的整体价值就难以转化为单个经营者愿意支付的价格。

蔬菜冷链为何频频断链?

最容易出问题的地方往往并不只是在冷藏车上。产地预冷、流通运输和末端配送,仍是果蔬冷链中的薄弱环节。

据国家标准《果蔬冷链物流服务规范》(征求意见稿)在编制说明中指出,2024年9月,中物联冷链委对行业进行调研,调研发现产地预冷和配送是果蔬冷链流通最薄弱的两个环节。生产经营对果蔬产后及时预冷重要性认识不够且专用预冷设备或预冷库严重缺乏,预冷速度慢,预冷效果差。此外,果蔬腐烂率约为20%至30%,果蔬零售端冷链覆盖率为70%至85%,果蔬品质难

以保持。

王国立认为,最容易出现断链的环节包括田间采收后的预冷、中转分拣和末端配送,部分中小种植户缺少预冷设施,蔬菜采收后直接常温堆存待运;多段运输交接时,温控可能无法连续;部分货主为节省成本,还会在“最后一公里”改用常温配送。而当前蔬菜冷链业务最大的难题,是基础设施投入与市场回报之间存在矛盾。

也就是说,除了冷链基础设施之外,还需要解决“谁来监控、如何证明、谁来为温控买单”的问题。(澎湃)

AI服务引发的消费问题如何处理?

中消协建议强化风险提示和信息质量管理

本报讯 目前,以大语言模型为核心的生成式人工智能技术正加速融入消费生活各类场景。人工智能在提升消费便利和服务效率的同时,因信息生成具有一定不确定性,也可能出现信息不准确、表述不严谨、承诺与实际情况不一致等问题。例如,提供与实际不符的费率信息、作出难以兑现的赔付表述、提供片面或欠审慎的法律建议等,可能影响消费者判断和选择,甚至造成经济损失。

中国消费者协会介绍,根据相关舆情和全国消协组织近期接收的相关投诉情况,人工智能服务引发的消费问题,在不同应用场景下具有不同特点。消费者日常接触的人工智能大体可分

为两类:一类是面向公众的通用生成式人工智能服务,主要根据公开信息、模型训练数据和用户提问生成回答,一般不代表具体经营者的官方意见;另一类是经营者部署使用的人工智能客服工具,直接参与商品介绍、费用说明、活动解释、售后处理等经营服务环节。

中国消费者协会建议,面向公众的通用生成式人工智能服务提供者进一步强化重点场景风险提示和信息质量管理。在涉及金融理财、生活服务、维权决策等与消费者重要权益密切相关的场景中,应通过适当方式提示人工智能生成内容的局限性,提醒消费者对重要信息进一步核实;同时,持续优化模型准确性,完善内容

审核、风险预警和纠错机制,提升答复质量,尽可能减少错误信息和容易引发误解的内容,降低消费者因过度依赖人工智能生成信息而遭受损失的风险。

中国消费者协会敦促部署人工智能客服工具的经营者加强审核和管理,确保人工智能客服提供的信息与商品服务实际情况、价格费用、活动规则、合同约定和售后政策保持一致,并提供便捷有效的人工客服和纠纷解决渠道。经营者利用人工智能提高经营服务效率的同时,应建立相应的责任承接机制;对于人工智能客服在经营服务过程中向消费者作出的涉及价格、费用、售后等重要答复,不能仅以“算法自动生成”等理由简单免责,更不能通

过相关声明不合理减轻或者免除依法应承担的责任。

中国消费者协会呼吁有关部门进一步完善人工智能在消费领域应用的相关规范,结合不同服务类型和应用场景,进一步明晰服务提供者、经营者等主体的责任边界和治理要求,推动形成权责清晰、规范有序的人工智能消费服务环境。同时提醒广大消费者理性认识通用生成式人工智能的信息辅助和参考属性,对涉及价格费用、合同条款、售后服务、法律责任等重要消费信息,不宜仅依据人工智能生成内容作出决定,应通过经营者官方渠道、合同文本、监管部门及其他权威渠道进行核实确认。(澎湃)

我国牵头制定国际标准 为磁性元件 提供权威技术标尺

本报讯 记者昨日了解到,我国专家牵头,联合美国、德国、法国、日本、意大利等多国专家共同制定的国际标准《电子和通信设备用变压器、电感器的测量方法和试验程序》近日由国际电工委员会(IEC)与电气工程师学会(IEEE)联合发布,正式成为全球电子通信磁性元件检测领域统一技术规范。

该标准精准适配5G和AI服务器电源、新能源功率变换等前沿产业发展需求,统一规定动态电容、热电偶温升、增量电感、差分电感、能量电感、振幅电感测量等关键测试方法,以及高频工况损耗、交流电阻等十余项试验流程,为全球磁性元件的研发设计、性能检测、质量评定提供了统一、权威的国际技术标尺。

此前IEC、IEEE两套标准技术要求存在差异,检测结果难以互认,企业出口面临重复检测、多重认证,对国际贸易形成实质性技术壁垒。此次发布的标准实现欧亚、北美两大主流技术体系融合互认,建立全球统一测试基准,有助于降低全球企业重复测试与合规成本,打通磁性元件全球供应链技术壁垒。

该标准的发布,标志着我国在该领域正式跻身全球标准引领行列,为5G通信、算力基建、新能源汽车等新一代信息技术与新能源产业高质量发展,筑牢了坚实的底层标准根基。(央视)

国家人形机器人产业 标准体系建设指南将公开 征求意见

拟构建人形机器人 标准体系

据新华社电 记者24日从工业和信息化部获悉,《国家人形机器人产业标准体系建设指南(2026版)》(征求意见稿)将公开征求社会各界意见。征求意见稿提出,到2028年,在人形机器人能力测试及评估方法、关键技术、平台与系统、场景应用、安全治理等方面完成至少100项关键标准制定。人形机器人是由人工智能驱动,具有类人形态与能力,可自主执行复杂任务的新一代智能终端。近年来,我国人形机器人产业发展迅速,亟需建立术语、接口、测试评价等相关标准规范技术创新、产品研发及规模应用。目前,国内外在研及预研的人形机器人标准超过百项。

征求意见稿提出,建立健全人形机器人标准体系,重点突破基础共性、类脑与智算、肢体与部件、整机与系统、应用、安全伦理等领域标准研制。到2028年,创新探索标准研制工作机制,建成系统科学、协调配套的标准体系,开展标准宣贯和实施推广的企业超过200家,为人形机器人产业高质量发展提供坚实支撑。

征求意见稿还明确,按照“系统全面、急用先行、动态更新”原则,构建人形机器人标准体系。建设内容主要包括规范人形机器人能力分级方法体系;规范人形机器人唯一标识定义、编码规则及识别机制;面向结构化、半结构化工业环境下的人形机器人作业需求,围绕制造过程中的操作能力、环境适应性等方面提出规范要求;规范人形机器人技术研发与场景应用的伦理道德约束及社会影响评估等。

征求意见稿将于8月25日至9月23日向社会公开征求意见。