全国百强报刊　江苏十强报刊

主管主办：新华报业传媒集团

江苏经济报

江苏经济网　江苏经济报官方微信

A 今日4版　国内统一连续出版物号：CN 32-0016　代号：27-50　全国发行　星期五　2026年11月6日　丙午年九月廿八　总第10473期

探馆进博“秀”场，这些硬核新品含“苏”量十足

苏式进博 历九弥新

□江苏经济报记者 **周凯航**

11月5日，第九届进博会在上海启幕。时至今日，进博会早已成为全球“尖货”首发首秀的首选舞台，无数新产品、新技术、新服务从这里走进中国市场，完成从“展品”到“商品”再到“产业”的蝶变。本届进博会，超过480件全球首发、亚洲首展、中国首秀新品在“四叶草”同台竞技，聚光灯追着“新”字跑。开展首日，记者穿梭于各个展馆发现，在这些亮眼的首发新品背后，藏着十足的“江苏含量”：或是研发生产深度扎根江苏产业集群，或是产业链协同联动江苏本土企业，或是落地应用覆盖江苏市场。一众深耕江苏多年的外资企业，把进博会当作展示创新的秀场，更把江苏当作深耕中国的沃土。“进博新品”不再只是展台上的惊艳亮相，更成为江苏产业链向新攀高的一个切面。

协同攻关 打通创新成果转化链路

医疗器械及医药保健展区历来是进博会首发首秀密度最高的板块之一。今年医疗展区展台面积创历届新高，汇聚12家世界500强制药企业，全球排名前20的制药企业有16家参展，全球前三大医学影像企业和前三大放疗设备企业悉数参展。展区汇聚全球顶尖医疗科技力量，呈现创新药和高端医疗器械成果、生物医药技术、数字化诊疗、主动健康膳食补充、康养适老黑科技等前沿突破，共同推动医疗新质生产力发展。

今年，强生携医疗科技与创新制药两大业务领域前沿成果亮相进博会。细数其带来的首发首秀成果，便会发现其中有一条清晰的“江苏线索”——在神经介入领域，强生医疗科技与江苏本土创新企业江苏畅医达医疗科技有限公司联合推出的强伊航ChoyGlide微导丝迎来全球首发，为颅内动脉瘤栓塞、狭窄开通及急性取栓等手术的神经介入治疗提供可靠通路解决方案。记者获悉，强生与江苏的合作由来已久，亮相进博会的前沿成果，许多都是外资与本土创新力量协同攻关的鲜活例证。就在不久前，强生医疗科技与畅医达正式签署第三次战略合作协议，依托过往扎实的合作根基，发挥各自在神经介入领域的专业优势，就市场拓展和技术推广展开充分合作。

记者注意到，医疗展区涌现出一批“首秀医疗创新展品加速获批、加快进院、惠及国内患者”的“进博宝宝”案例，西门子医疗的故事便是典型。2021年第四届进博会，全球首款光子计数CT技术完成全球同步首秀；借着进博会的东风，光子计数CT NAEOTOM Alpha于2022年快速获得创新产品审批通道的许可；今年6月，西门子医疗两款国产光子计数CT相继获批在中国上市，这项曾经只能在展台上仰望的前沿技术，正式从“进口展品”变成“国产商品”，并已落地江苏多家省级、市级医疗机构，让省内患者在家门口就能享受到更精准、低辐射的影像诊断服务。今年，企业聚焦心血管疾病、肿瘤、神经退行性疾病等重大疾病领域，系统呈现在影像诊断、介入治疗、精准放疗、人工智能等领域的一系列医疗科技创新。其中在心血管疾病领域，中国首发的全球首款光子计数CT引导PCI（经皮冠状动脉介入治疗）解决方案基于AI赋能的信息集成架构，实现冠脉CT影像与导管室介入操作的流程贯通，打破科室壁垒，推动放射科与介入科在冠脉疾病治疗中的深度协作。值得一提的是，企业加码江苏本土化布局的步伐同步提速。7月16日，西门子医疗无锡核心零部件基地二期扩建项目正式破土动工。这个总投资超1亿元的项目，将聚焦全新高端CT用X射线球管及高压发生器、高端血管造影系统用X射线球管及高压发生器的研发与生产，为无锡打造具有国际竞争力的先进制造业集群注入强劲动能。

产线加密 江苏制造托举全球首发

首发首秀的“新”，从来不只发生在展台聚光灯亮起的那一刻。对不少外资企业而言，新品之所以敢在进博会上“第一次见人”，底气恰恰来自江苏提前“跑通”的产线。

进博“全勤生”松下集中呈现了其在元器件、解决方案以及智能生活三大领域的创新成果。作为松下在华发展的核心基地之一，江苏共有10余家松下相关企业，业务范围覆盖空间解决方案、汽车智能化、智能制造、关键元器件、新能源、冷链、冷机压缩机等领域。记者注意到，在本届进博会松下展台的多款展品上，均可窥见“江苏制造”的强劲实力。比如，松下空调新风冷链旗下的哈斯曼制冷科技（苏州）有限公司带来多项绿色、智能零售制冷解决方案，中国首发的冷柜支持零售可持续发展；位于苏州的松下电气设备（中国）有限公司聚焦健康人居核心需求，展出6恒气候站智选系列、新风除湿机二代、空调地暖一体机、双向嵌入式掌静脉人脸猫眼智能锁等产品；MEGTRON系列多层基板材料凭借优异的介电性能，大幅降低信号损耗、赋能复杂电路设计，松下电子材料（苏州）有限公司便是核心生产工厂之一……松下控股株式会社执行董事、集团中国东北亚总代表中山正春表示：“我们十分看好中国AI市场的增长潜力，并落地具体投资举措。10月30日，松下宣布面向全球AI相关业务投入约920亿日元，其中约300亿日元追加投资中国苏州工厂，用于扩充MEGTRON的产能。”对松下而言，进博展品的“首发分量”，离不开苏州基地的制造能力。

同为“全勤生”的陶氏公司推出14项首发技术/产品，其中8项为全球或亚洲首发，覆盖高端智能制造、新能源、智能驾驶、可持续包装、消费品等领域，全面展现企业在材料科学领域的突破性成就。值得一提的是，中国是陶氏最大的海外市场。近50年来，陶氏在中国持续完善覆盖研发、采购、生产和服务的本地运营体系，建立了世界级制造基地和完善的供应网络，为中国市场提供稳定、高效的材料科学解决方案。其中，张家港生产基地便是陶氏在亚太地区最重要的制造基地之一，也是中国最大的有机硅一体化生产基地所在地，自2002年至今已累计投资30亿美元。本届进博会，陶氏公司有多款产品来自张家港基地，成为“江苏产线—进博首秀—中国市场”链路的生动写照。

市场贯通 优品直达江苏消费市场

首发首秀的最终检验标准，不在展台上有多少人驻足，而在展品能否走进普通人的日常。依托江苏庞大的消费市场、成熟的流通渠道以及强大的“买手团”，一大批进博首秀的全球优品，借助进博会对接省内采购商，快速进入江苏商超、餐饮、加工企业与普通百姓生活。

本届进博会消费品展区设立家电家居、美妆日化、时尚潮流、体育户外四大专区，展示消费新业态、新模式、新场景，打造国际潮流引领地、世界品牌集聚地、全球新品首发地、提振消费主阵地。宜家全球首发的FÖSSTA弗斯达羊年中国新年系列等新品迎来集中亮相。值得一提的是，于去年进博会首发的马年FÖSSTA弗斯达系列，上市约五个月销量便达到38.5万件。依托宜家在南京、无锡、苏州等多地的布局，许多进博新品得以快速面向江苏消费市场；全球首发三叶草新中式夹克系列的阿迪达斯，也见证着进博展品迅速变为市场新品。其中于第八届进博会展示的2026国际足联（FIFA）世界杯官方比赛用球“三重浪”，也成为“苏超”官方比赛用球，并在阿迪达斯江苏多家门店迎来热销。就在不久前，阿迪达斯官宣成为新赛季“苏超”的官方战略合作伙伴，“三条纹”与江苏消费市场续写合作新篇。

农食产品展区则着力搭建全球优质农食企业深耕中国市场的核心对接平台，高效打通境外优质农食产品对华贸易渠道，提升海内外供需精准对接效能。今年，昆山不再只是进博会的“参展商”，更成为交流中的“东道主”。以一杯咖啡为媒，昆山在食品及农产品馆设立专题展区，围绕“全球好豆·汇聚昆山”主题，集中展示咖啡进口贸易资源与全产业链成果。虽本土不产一粒咖啡豆，昆山却凭借亚太咖啡生豆分拨中心的产业优势，集聚全国超六成咖啡烘焙产能，形成生豆进口贸易、烘焙加工、装备研发、品牌孵化的完整链条。11月5日下午，昆山与中国国际进口博览局联合举办的“品咖啡·观世界”苏州昆山展台咖啡国际交流系列活动正式启幕，搭建起“展示+活动+对接”的一体化平台，国际咖啡供需对接会、风味杯测交流会等活动轮番登场，海外咖啡豆参展商、昆山本地咖啡企业、采购商、烘焙企业等面对面洽谈，把展台上的咖啡豆展品转化为实实在在的贸易订单。依托进博平台与本地产业基础，昆山将进一步扩大咖啡相关产品进口，推动海外咖啡资源与国内采购、加工和消费需求有效衔接，让一方展台上的相遇延伸为一条产业链上的合作。

四大专区亮相，服务贸易展区焕新升级

探馆进博会



□江苏经济报记者 **樊 骏**

“你们这个智能报价助手有哪些功能”“您通过电子邮件提交运输需求，助手就可以生成报价，它还能缩短报价响应时间”……进博会服务贸易展区内，采购商与参展商正热火朝天地交流，来自全球的优质服务产品汇聚一堂，以进博会为“阵地”，赋能中国乃至全球的企业、产业链和生态圈。

本届进博会服务贸易展区以“连接产业，连接中国”为主题，聚焦金融、物流、咨询、文旅等高端专业服务领域，搭建产业协同与国际合作平台。今年服务贸易展区迎来重磅升级，扩展为“金融创新、专业服务、会展文旅、物流生态”四大专区，展区规划更加科学精细。同时，法律服务首次成规模、成体系地进入进博会，超10家涉外律师事务所将以联合展台形式参展，集中展示跨境投资、国际贸易等场景下的专业法律服务解决方案。

展区内，全球优质服务贸易提供商同台竞技，纷纷拿出了看家本领。“作为UPS在本届中国国际进口博览会上的首发展品，UPS与美国APEC国家中心（NCAPEC）联合推出的供应链韧性评估问卷报告，可帮助企业全面评估供应链韧性，及时发现潜在风险和薄弱环节。”联合包裹（UPS）工作人员透露，本届进博会公司一举推出了三款全球首发产品，旨在为包括江苏客户在内的广大中国企业提供更优质的服务。

作为起源于亚洲的全球化咨询公司，ABeam Consulting此次进博会期间重磅首发一站式企业出海解决方案，打破传统单点服务局限，依托丰富的国际化实践经验和全球交付网络，提供从战略咨询、ERP与业务系统实施，到智能制造和AI规模化落地的一站式服务。谈及进博会，ABeam Consulting执行董事兼大中华区董事长、总经理葛山厚一表示：“进博会不仅是一个展示的舞台，更是我们与客户、伙伴深度连接的重要契机。”

展区内最显眼的当数中远海运集团展台，工作人员介绍，公司汇聚境外控股参股的24家企业组成海外参展团，涵盖航运、港口、综合物流等领域。据其透露，集团与江苏有着深厚合作，就在进博会举办前不久，扬州中远海运发动机有限公司注册成立，旨在拓展船舶核心动力装备业务，“扬州项目若按规划推进，将为区域产业链增加关键环节，也为中远海运深化船舶全生命周期服务创造新的业务空间”。

值得一提的是，本届进博会期间，有多家服务贸易展商将在展区内举办“周年庆典”活动。中国国际进口博览局透露，迎来周年庆的企业有冯氏集团、太古集团、DSV、亚航航运等多家世界500强企业，相关活动将形成独特的仪式感与传播点。

南京传统交通业态转型观察（上）

转型焕新　南京公交跑出民生出行新速度

编者按：今年以来，随着《都市圈城际通勤效率提升工程实施方案（2026—2030年）》落地，传统客运正迎来一场深刻变革。面对出行需求的升级，南京传统公交、客运巴士跳出固有运行框架，以定制客运为抓手，延伸出城际通勤、交旅融合等多元服务。即日起，本报记者走进一线，实地观察车来车往中的新变化，以及南京传统公共交通转型中的尝试与思考，记录下都市圈互联互通、交通服务迭代升级的生动实践。

□江苏经济报记者 **沈玉青**

在城市轨道交通四通八达、网约车出行愈发普及的当下，传统公交一度面临客流分流、模式固化的发展挑战，甚至被贴上“逐渐落伍”的标签。但在南京，这座千年古都的公共交通体系正上演一场精彩的蜕变。

地铁口人潮散去，接驳公交平稳驶离；线上一键下单，定制公交按需出发；假日里，文旅专线载着游客穿行城市街巷……一幕幕鲜活场景，正是南京公交转型探索的生动缩影。面对公共出行新需求，南京公交持续创新运营模式，打通交通微循环，以数字化手段优化服务，推动公交业态融合升级，不断提升市民出行获得感，在城市立体交通网络中焕发全新生命力。

“贴铁接驳”，打通出行“最后一公里”

地铁速度快、覆盖广，是南京市民跨区出行的主力选择，但“最后一公里”接驳难题，始终是公共交通体系的薄弱环节。针对地铁站点与居民区、商圈、景区衔接不畅的问题，南京公交依托大数据研判，全国首创“贴铁公交”服务品牌，以“贴铁更贴心”为服务理念，精准衔接地铁线路，织密城市交通微循环网络，实现公交、地铁两网深度融合、高效联动。

9月29日，南京地铁6号线正式开通运营，同步配套上线30条“贴铁公交”专线，依托“小蓝鲸”AI大模型完成线网优化，精准覆盖地铁沿线空白出行区域。不同于常规公交线路的固定长线运营模式，“贴铁公交”线路更精简、停靠更精准、班次更灵活，有效解决了新开通地铁沿线居民短途出行不便的痛点。在地铁6号线栖霞山站、万寿站等站点，记者现场看到，“贴铁公交”停靠站台后，不少市民出站后直接换乘，全程无缝衔接、高效省心。

南京公交集团相关负责人介绍，除了扎实的接驳功能，南京公交还围绕6号线同步打造了“邻里暖巴、通勤快巴、求知学巴、金陵游巴、青春乐巴”5大主题品牌线路，实现了场景化升级。扎根社区的“邻里暖巴”B9路串联起南炼社区的生活网点，把便民服务送到居民楼下，车厢内电子屏滚动播报各类便民资讯；面向新港开发区的“通勤快巴”B12路、213路精简站点、高峰密发，为新港开发区上班族打通高效通勤通道；南部新城定制化的“求知学巴”点对点衔接小区与校园，守护学生上下学出行；串联玄武湖、明孝陵等多处景点的“金陵游巴”G33路，让游客出站即可一站式畅玩金陵风光；聚焦燕子矶青年社区的“青春乐巴”B13路以万象汇商圈为核心串联休闲消费点位，激发片区生活活力。

“以前地铁通了，但家离地铁站还有两公里，步行太远、打车不划算，出行很尴尬。现在‘贴铁公交’直达小区门口，十几分钟一趟，上下班、买菜出行特别方便。”家住应天东街站附近的市民王女士告诉记者，接驳公交的开通，真正打通了出行“最后一公里”。目前，南京“贴铁公交”已形成规模化运营体系，在地铁6号线沿线编织了一张公交接驳网，有效填补轨道交通覆盖盲区，构建起“地铁主干通达、公交末梢延伸”的立体交通格局，让传统公交成为轨道交通的“最佳搭档”。

数智赋能，解锁按需出行新模式

面对市民个性化、多元化的出行需求，南京公交打破“固定线路、固定班次、定点停靠”的传统运营模式，以数字化转型为核心，创新推出网约公交服务，完成从“人等车、车跑空”的供给驱动，向“人需车至、精准匹配”的需求驱动转变，让传统公交焕发智慧新活力。

今年9月，全国首个“公交+平台+车企”三方协同的动态网约公交3.0版本在南京浦口大学城正式落地。450余个站点覆盖约20平方公里的服务范围，串联起校园、地铁、小区、商场与医院，站点平均间隔100—200米。上线三天客流破千，成为全国网约公交客流增长最快的区域。

记者在浦口大学城现场体验发现，橙色涂装的6米级新能源微公交灵活穿梭在高校、居民区、地铁站之间，没有固定行驶路线，全程根据市民出行需求动态调度。市民只需打开滴滴出行App，选择网约公交板块，输入起止点位，系统便会通过智能算法，自动拼合同时段、同方向出行需求，规划最优行驶路线，精准接送乘客。“相比于网约车，网约公交价格更实惠，单次出行仅需3元，而且车辆是新能源公交，安全规范有保障。”南京工业大学一名在校学生告诉记者，大学城片区高校集中、学生出行需求零散，传统固定公交难以适配碎片化出行场景，网约公交上线后，不管是前往地铁站、商圈还是周边生活区，都能一键预约、随约随走，极大提升了出行便捷度。

“手机上能看到预估里程、时长和车辆轨迹，早晚高峰也能有座位。”经常乘坐网约公交的市民李女士说。手机下个单，公交车就来了，网约公交带来了出行“稳稳的幸福感”。一条来自12345热线的表扬工单，道出了乘客对南京网约公交最质朴的肯定：“为浦口区便民公交优化举措点赞，感谢相关部门用心落实民生服务。希望网约公交持续运营，惠及更多市民与师生。”

从固定班次到动态响应，从全域覆盖到精准适配，数字化转型让南京公交摆脱了传统运营的僵化困境。业内人士表示，南京网约公交创新模式，为城市公共交通精细化运营提供了可复制的南京方案，让公交不再是被动等待客流的传统交通工具，而是主动适配民生需求的智慧出行载体。

多元融合，打造城市流动风景线

跳出单一出行服务属性，南京公交深挖城市特色、拓展服务边界，将公共交通与城市文旅、民生服务、文化传播深度融合，打造一系列特色主题公交，让穿梭城市街巷的公交车，成为流动的城市风景线、暖心的民生服务窗口。

在南京街头，各类特色主题公交随处可见。把“毛孩子”搬上车，坐公交车也能“逛动物园”，G28路动物园主题公交车厢内布置可爱玩偶、趣味科普海报，成为亲子出游热门选择；车内电子屏循环播放动画片，冰柜中整齐摆放着南京公交特色文创冰激凌及多种品牌产品，一辆冰激凌专列，让出行成为一段可品尝、可互动、可记忆的旅程；G5路文博专线以“1800米，1800年”为文化叙事主线，将南京最具代表性的南京博物院、明故宫遗址、六朝博物馆、江宁织造博物馆、南京市博物馆5座核心文博场馆一线贯通，实现“一站式博物馆主题游”。

日前，“唱享巴士”已开启常态化运营。夜晚，通体流光溢彩、霓虹闪烁的“唱享巴士”穿梭在城市中。车门一关，星空顶、流动星云和霓虹标语把车厢变成“移动livehouse”。歌手现场领唱，开放麦在乘客手中传递，陌生人跟着哼唱。记者了解到，在这节车厢里已发生许多温暖的故事：外卖小哥趁夜色登车拿起麦克风，在满车歌声中收获慰藉；周杰伦2026“爱在南京”嘉年华演唱会期间，歌迷Apr.轻声唱完《安静》，坦言这是她声带手术后重新开口的第一首歌，满车陌生人齐声鼓励：“加油！一定会越来越好！”

从单一通勤载体，到集出行、文旅、科普、便民服务于一体的多元平台，南京公交彻底打破了大众对传统公交的刻板印象。它没有在城市交通迭代中被淘汰，而是主动求变、精准转型，舍弃粗放式、同质化的发展模式，深耕精细化、差异化、多元化服务。如今的南京公交，既是立体交通网络中不可或缺的接驳纽带，也是数字城市建设的便民载体，更是传播城市文化、传递民生温度的流动窗口。

虎踞 财评

勿让AI“假”探店践踏顾客真诚心

○沈玉青

在数字化浪潮席卷本地生活服务的当下，“探店博主”已经从一种新兴的副业，演变成互联网经济中不可或缺的内容生产力和营销引擎。然而，近日多家媒体曝光，“AI探店”在餐饮行业内被大量应用，并发展成了一条灰色产业链。商家只需提供4张照片，上传给售卖探店AIGC工作流程的商家，最快10分钟就能生成一条几十秒的探店视频，有模特、有台词、有细节，唯一没有的就是真实。虚拟博主“云探店”这种伪造的“消费体验”无疑是虚假营销，不仅侵害了消费者的知情权，也侵蚀了商家的信任根基。

在信息过载的时代，对于消费者而言，外出吃饭最大的痛点不再是“没得选”，而是“选择太多”，以及选择时要面对种种虚假营销。探店博主通过第一视角的镜头，将店面的空间设计、灯光氛围、服务质量以及菜品的真实分量立体地呈现出来，提升了消费者的决策效率，极大降低了线下消费的试错成本。因此，探店一定需要真实的现场反馈，才有其存在的价值和意义，“无中生有”的AI探店本质上就是虚假营销，其内容真假难辨，践踏的是消费者多年来对探店视频的信任，侵害的是消费者的知情权。

虚假的AI探店伤害的不只是消费者。探店流量对商家同样重要，因地段和成本限制，小型店铺和新店需要借助探店视频，实现对周边乃至更远地区潜在消费者的精准曝光。对于缺少消费者信任基础的新开店铺来说，依靠有一定影响力的博主建立低成本的信任背书，更是比自己打广告要高效得多。因此，探店内容的真实性一旦消失，消费者便不会愿意通过探店视频来筛选自己心仪的店铺，探店原本能给商家带来的曝光就会大幅减少，这对没有地段和老客口碑优势的店铺来说，恐怕是弊大于利。

对内容平台同样如此。平台想要以“本地生活”吸引并留下消费者，需要的不仅是高频、丰富的内容生态，更需要给用户提供最真实的体验和评价反馈，才能获得用户的长期信任。放任AI虚假营销内容泛滥，只会反噬自己的口碑和流量。

值得关注的是，餐饮AI探店并非涉嫌AI虚假营销的唯一领域，如今，AI生成的营销内容在服饰、住房、旅游、珠宝等领域都被广泛应用，虚假营销的风险不容忽视。平台的技术铁腕与有关部门的法治重拳应双管齐下，共同构建信任防线。笔者认为，平台应当承担“第一责任人”的角色，强制推行“AI生成”显著标识，确保消费者的知情权；升级对AI产出内容的识别能力，并调整流量分发与店铺评价算法，降低疑似AI生成内容的曝光量；对利用AI虚假营销的商家，作出更严厉的处罚，并加强管理。有关部门应紧跟技术发展步伐，持续完善专项立法与司法解释，落实服务商责任，确保“作恶可追溯”。技术无罪，错在滥用。AI技术应真正服务于效率提升，而不是沦为劣币驱逐良币的造假工具。

第七届中国新材料产业发展大会开幕

本报讯（记者 **张韩虹**）2026年11月4日至8日，第七届中国新材料产业发展大会在南京国际博览中心举行。本次大会面向重大应用场景、行业共性“堵”点、“卡脖子”难题，围绕关键基础材料、关键能源材料、关键信息材料、关键医用材料、关键民生材料、关键环境材料、关键安全材料七大方向设置70个分论坛，全方位推动新材料“政产学研用金”深度融合，赋能新质生产力发展。

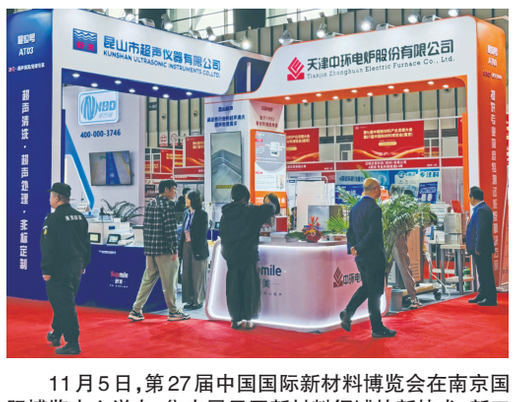
材料是高端制造的基石，是支撑新质生产力发展的物质源头，材料强则制造强、产业强、经济强、国家强。当前全球科技革命与产业变革加速演进，人工智能与材料科学深度融合，航空航天、新能源、集成电路、绿色低碳等领域对新材料提出更高要求。目前，我国已经跻身材料科技与产业大国行列，但部分高端关键材料仍存在瓶颈，创新链与产业链贯通仍需持续发力。

记者了解到，中国材料研究学会作为全球规模最大的材料领域学会，拥有21万名会员及众多一流专家，在新材料成果转化、技术赋能和智力保障上持续发挥学术引领、智库支撑、产业服务、人才培育、科学科普等多重职能，是我国新材料领域的国家战略科技力量。本届大会同期举办“新材料总师峰会2026”“第27届中国国际新材料博览会（南京）”等特色活动，着力打通“政产学研用金”全链条，推动前沿成果从实验室走向产业应用。

新材料是南京“1026”先进制造业集群重点培育方向，2025年全市新材料产业产值突破2500亿元，构建形成化工新材料、先进金属材料、无机非金属材料、前沿新材料四大产业体系，拥有“一核多点”协同产业布局，科教创新资源富集、创新平台载体完备。

本届大会落户南京，依托长三角雄厚的制造业根基、活跃的创新资源，设置多场前沿论坛、产业对接、成果展览活动，聚焦关键战略材料、AI+材料、绿色低碳材料、再生材料、先进功能材料等重点方向，搭建学术交流、成果展示、项目合作、人才对接的一体化国家级平台，以材料创新驱动新质生产力发展，助力我国新材料产业高水平自立自强，全方位服务我国“材料强国”建设。

值得一提的是，开幕式上，南京市专题推介南京新材料产业和投资环境。大会举行多项重磅成果发布：重大基础设施工程材料全国重点实验室联合东南大学、苏博特股份、阿里云共同发布“砼真砼知”混凝土材料科学大模型；南京市科技局、市工信局发布南京新材料产业重大技术成果；在中国材料研究学会与南京市工信局共同发起下，南京新材料产学研联盟正式成立；南京市委金融办、市创投集团发布南京市金融支持新材料产业发展联合倡议，引导金融资本赋能新材料创新。



11月5日，第27届中国国际新材料博览会在南京国际博览中心举办，集中展示了新材料领域的新技术、新工艺、新产品，为产业链上下游搭建了实物展示、观摩交流、贸易对接的平台。　叶倩倩 摄

值班编委/王 琦　责任编辑/沈玉青　版面编辑/杜朝强　校对/宗 茜