

越长越“高”！进博会八岁了

新华社记者 叶昊鸣 杨有宗

在这里，中国经济与世界经济交融，汇聚成推动世界发展的源源动力。

11月5日，第八届中国国际进口博览会在上海开幕，“四叶草”喜迎八方来客。

展览面积超过43万平方米，155个国家、地区和国际组织参与，4108家境外企业参展，290家世界500强和行业龙头企业参展……在八方来客眼中，进博会越长越“高”、越来越“壮”。

广阔的、迅速发展的市场，让人们看到一个活力满满、动力十足的中国。

连续4年参展，进博会已经成为美国企业欧加隆每年的“打卡项目”。本届进博会，欧加隆带来了在心血管领域的整体解决方案。

“对高品质生活的追求，让人们更加关注自身身体健康。我们积极支持健康中国，期待与更多合作伙伴一同推动血脂管理的科学化、规范化，共同跃升健康繁荣未来。”欧加隆中国总裁吴泽发说。

聚焦供应链韧性、数字化转型等相关主题，联邦快递在本届进博会上全面呈现在中国市场的最新战略布局和创新成果。

“进博会是国际经贸交流合作的重要平台，更是众多企业与中国市场共成长、共创新的战略交汇点。”联邦快递中国区总裁许宝燕表示，将通过进博会这个舞台，在中国构建更加智能、韧性、可持续的供应链，在全球贸易新格局中释放出更大价值。

据悉，本届进博会共组建43个交易团、700多个交易分团到会洽谈采购，专业观众注册达到44.95万人。“中国绝对是全球最重要、也最有机会的市场。”立邦中国区首席执行官钟中林说，“进博会带给我们的红利是实实在在、超乎预期的。”

进博会是沉浸式感受中国超大规模市场优势的“体验区”。过去七届进博会累计吸引境外参展商2.3万家次，累计意向成交额超5000亿美元。以中国大市场的“确定性”应对全球市场的“不确定性”，助力各国企业共同应对国际市场波动困局。

八岁的进博会，发展实力更强，创新动力更足。

美国罗克韦尔自动化推出显著提升系统通信效率和扩展灵活性的多款新产品；法国云帆智控公司首展具备双臂协同30公斤负载能力的电力身智能机器人；加拿大可立克魔科技公司全球首发面向“银发族”的家庭陪伴机器人……

“全球首发”“亚洲首秀”“中国首展”，全球头部企业齐聚这里。本届进博



11月5日，人们在第八届进博会国家展中国馆观看潮光仿生鲨1.5展品。

11月5日，第八届中国国际进口博览会在上海开幕。本届进博会上，中国馆展示中国“十四五”期间全面深化改革、推进高水平开放的最新成就，众多科技成果尤为引人注目。

会展示461项新产品、新技术、新服务，涵盖低空经济、人形机器人、新一代信息技术、人工智能、绿色低碳等前沿领域。很多细分领域领军企业将首次参展，并带来首秀新产品。

这里既有全球十大工业电气企业、四大粮商等行业龙头企业持续参与，也有多家医疗领域跨国企业携多款聚焦慢性疾病、罕见病治疗的医疗产品重磅亮相。

默沙东在本届进博会将集中展示在中国境内已获批的约30种药物和疫苗，覆盖肿瘤、抗感染、糖尿病、罕见病等领域。

“我们致力于将突破性科学成果转化重要药物及疫苗。目前，默沙东正在中国推进多个治疗领域的临床研究，预计未来5年将向中国引入40多项新产品和新适应证。”默沙东全球高级副总裁兼默沙东中国总裁唐凯宇表示，期待借助进博会的溢出效应，将更多前沿创新带到中国。

透过逐渐“长大”的进博会，一个更加开放自信的中国向世界走来。

“全勤生”纽仕兰将在本届进博会首发纽仕兰草饲Omega-3高蛋白牛奶，新西兰青草草饲高端牛奶全面进入中国市场。

“进博新生”宣伟涂料今年带来了专为动力电池开发的绝缘粉末。“中国在新能源汽车领域，特别是动力电池的技术与规模上全球领先，这也是公司选择参展进博会的原因。”宣伟通用工业事业部亚太区总经理朱懿华说。

进博会把中国发展之需与世界发展之盼紧密对接。不少国家的展商通过“进博之旅”，搭上“东方快车”加快全球化步伐。

孟加拉小伙萨夫和妻子唐河将家乡的黄麻手工艺品带上进博会这个国际舞台，为3000多名依靠手工为生的孟加拉国妇女点燃了希望。八年间，他们不仅收获了中国买家的稳定订单，更将产品出口到美

国、欧洲、日本等地。“若没有进博会，这一切根本不可能实现。”唐河说。

以实际行动展现开放共赢之姿。本届进博会，来自最不发达国家的企业达163家，同比增长23.5%。虹桥论坛还将首次围绕“增强全球南方经济韧性”和“全球南方农业可持续发展”展开研讨。

开放是世界繁荣发展的必由之路，也是当代中国的鲜明标识。

开幕前一日，“共享大市场·出口中国”系列活动在上海正式启动，通过十大主题活动扩大进口规模，让更多商品“进得来”，让出口中国“走得远”，让中国机遇“惠全球”。

在风云变幻的世界经济浪潮中，进博会如一座熠熠生辉的灯塔，汇聚全球目光，激发市场活力。越办越好的进博会将让中国携手各国伙伴，在开放合作中创造更多发展机遇。（新华社上海11月5日电）

煤矿安全生产视角下干部思想政治工作的实践策略

岳皓

煤矿安全生产是行业高质量发展的生命线,而干部作为安全生产的决策者、推动者和监督者,其思想认知、责任担当直接关系到安全管理体系的落地成效。加强干部思想政治工作,能够引导干部树立正确的安全发展理念,筑牢责任意识防线,破解安全生产中的思想梗阻问题。在煤矿安全生产形势日益复杂的当下,探索干部思想政治工作的实践策略,对防范安全风险、保障生产稳定具有重要意义。

一、以理论武装坚定安全发展理念

思想是行动的先导,干部的安全认知水平决定其工作推进的方向与力度。要将习近平总书记关于安全生产的重要论述纳入干部学习教育核心内容,通过专题研讨、集中学习、线上宣讲等多种形式,引导干部深刻认识煤矿安全

生产的极端重要性。持续强化“安全第一、生命至上”的价值导向,摒弃重生产、轻安全的错误观念,将安全发展理念内化为干部的思想自觉和行动自觉,使其在决策部署、现场指挥、监督检查中始终把安全放在首位。

二、以责任传导压实安全履职担当

干部的责任担当是安全生产工作落到实处的关键。通过思想政治工作明确干部在安全生产中的岗位职责,建立“一岗双责”的责任认知体系,让干部清晰认识到自身在安全管理中的关键作用。加强责任意识教育,引导干部克服麻痹思想和侥幸心理,主动扛起安全管理责任,做到守土有责、守土尽责。同时,通过常态化的思想沟通与谈心谈话,及时化解干部在安全工作中的畏难情绪,激发其主动作为、勇于担

当的工作热情,确保安全责任层层传导、落实到位。

三、以制度保障规范思想工作开展

完善的工作机制是干部思想政治工作持续发力的重要支撑。建立健全安全生产与思想政治工作融合机制,将思想政治工作纳入干部日常考核评价体系,形成“思想引领与安全履职”双向促进的工作格局。构建常态化思想动态排查机制,定期了解干部在安全生产中的思想波动,针对不同阶段、不同岗位干部的思想特点,制定个性化的引导措施。此外,健全激励约束机制,对在安全工作中思想坚定、履职到位的干部予以表彰,对思想松懈、责任缺失的干部及时提醒纠正,营造重视思想建设、抓实安全生产的良好氛围。

文旅融合实践下的枣庄境内博物馆文创发展探析

刘娜

一、枣庄境内博物馆文创发展现状

史前文明：北辛文化的器物美学转化
在多元文化IP矩阵的搭建中，北辛文化作为枣庄境内可追溯至7300年前的史前文明核心，其器物美学是挖掘本土文化特色、打造差异化IP的关键载体。滕州市博物馆围绕北辛文化器物美学，打造了“北辛陶韵”系列文创，形成了从文化提取到市场落地的完整路径。

春秋文化：诸国特色文创IP矩阵

春秋时期枣庄境内诸侯林立，滕国、薛国、小邾国、偃阳国等古国各有独特的文化印记，其出土的青铜器更是承载着诸国历史脉络与工艺智慧。围绕这些文化资源，枣庄市博物馆以馆藏“春秋铜伏鸟罍形器”“春秋青铜壶”等青铜器为灵感，打造覆盖多古国的泛春秋IP，开发兼具趣味性、教育性的文创产品，有春秋铜伏鸟罍形器积木、春秋青铜壶积木、龙纹青铜壶积木，成为传播春秋青铜工艺的“趣味教具”。

运河文化：流动的历史场景再现

台儿庄古运河作为世界文化遗产点段，不仅是承载千年漕运历史的水利工程，更以其完整保留的船闸、码头遗址，围绕这一空间载体，台儿庄大战纪念馆联合景区跳出传统“静态讲解”模式，以明清漕运历史为蓝本，开发“运河往事”沉浸式剧本杀产品：游客可化身漕运官员、船工、商贩等角色，在古运河畔的实景场景中，通过解读“通关文牒”核验流程、破译“漕运密奏”中的贸易信息等任务，沉浸式体验明清漕运的运作逻辑与历史细节。

二、文旅融合对博物馆文创发展的影响

（一）对博物馆文创发展带来新机遇。一是扩大受众群体与市场空间。在文旅融合的发展浪潮中，博物馆的角色正从传统的“文化展示窗口”加速向“沉浸式旅游目的地”迭代，不仅让更多人走进博物馆感受文化魅力，更直接拓宽了文创产品的消费群体基数，为文化资源的市场化变现开辟了新路径；二是激活文化资源的多维价值。博物馆的功能定位正从单一的文化收藏与静态展陈，向文化传播、体验互动的“动态叙事”转型，推动其突破“文物本体”的物理局限，将散落的文化元素提炼、整合为具有辨识度与传播力的“文化IP”，为文

创产品开发提供更立体、更富故事性的素材库，让沉睡的文物真正具备与现代生活对话的能力。三是促进跨界合作与产业联动。文旅融合的深入推进，正持续打破文化、旅游、制造等领域的传统行业壁垒，为博物馆搭建起多元主体协同合作的新平台。构建起“文化挖掘+创意设计+生产制造+市场营销”的完整文旅产业链，既延伸了文化价值的实现路径，也拓宽了产业发展的盈利空间。

（二）对博物馆文创发展新要求。一是产品创新：从“文物复现”到“体验创造”。这一转变要求文创产品不再是文物形态或图案的简单复制，而需深度承载文物背后的历史故事、文化内涵与精神价值，同时具备故事性、互动性与场景适配性，让游客在接触文创的过程中，获得超越“拥有物品”的文化共鸣。二是营销模式：从“线下单一”到“线上线下融合”。“互联网+旅游”的消费模式逐渐成为主流，这要求博物馆文创营销突破“线下门店单一售卖”的传统模式，构建“线上引流+线下体验+全域转化”的融合体系，以适配消费者多元化的购买习惯，最大化拓宽市场覆盖范围。三是文化叙事：从“单向输出”到“双向互动”。这一趋势对博物馆文创的文化叙事方式提出了全新要求——需打破以往“知识灌输式”的单向输出模式，通过设计让文创成为“文化互动载体”，引导游客主动参与、深度感知，最终实现从“了解文化”到“认同文化”的情感共鸣，让文创成为连接博物馆与公众的“对话桥梁”。

（三）对博物馆文创发展新挑战。一方面是文化内涵与商业价值的平衡难题。在文旅融合推动博物馆文创市场化的过程中，“文化内涵”与“商业价值”的平衡成为核心挑战。文创产品的本质是文化传播的载体，但若过度追求市场效益、迎合大众浅层审美，极易陷入“重商业轻文化”的误区，导致文化内涵被稀释甚至失真。例如将严肃的红色文化过度娱乐化，用调侃、戏谑的方式消解其精神价值；或对历史人物IP进行无边界商业化，推出与人物历史定位不符的产品，割裂文化符号与背后的历史语境，最终使文创沦为“无文化的商品”，背离博物馆传承文化的初衷。另一方面专业人才与创新能力的双重缺口。博物馆文

创的创新发展高度依赖“复合型人才”的支撑——这类人才既需具备深厚的文化素养，能精准解读文物背后的历史脉络与精神内核；又需拥有专业的设计能力，可将抽象的文化元素转化为符合现代审美的产品形态；还需具备敏锐的市场洞察力，能精准捕捉消费者需求、把握行业趋势，最终实现“文化内涵+设计美学+市场需求”的有机结合。然而，当前多地博物馆在人才储备上存在明显短板，尤其是三、四线城市博物馆，“专业人才不足”与“创新能力薄弱”的双重缺口，已成为制约文创高质量发展的核心瓶颈。

三、枣庄境内博物馆文创发展存在的问题

（一）产品开发缺乏深度与创新。枣庄境内博物馆虽然已经开发了一些文创产品，但部分产品仍存在对文化内涵挖掘不够深入的问题，只是简单地将文物图案或元素印在产品上，缺乏对文化故事和精神内涵的深度解读和创意转化。产品形式较为单一，多集中在传统的文具、饰品、纪念品等领域，缺乏与现代生活紧密结合的创新产品。例如一些博物馆推出的文具套装，只是在笔、本子等上面印了些文物的图片，产品形式单一、样式呆板，没有对文物元素进行深度挖掘和创新设计，难以吸引消费者。

（二）营销推广力度不足。营销渠道方面，主要依赖博物馆内的实体商店销售，线上销售平台的运营不够成熟，社交媒体、电商平台等新兴营销渠道的利用不够充分。品牌建设意识薄弱，缺乏对文创品牌的整体规划和宣传推广，导致枣庄博物馆文创产品的知名度和品牌影响力较低，在市场竞争中处于劣势。比如滕州市博物馆虽然推出了不少文创产品，但在品牌宣传上力度不够，除了在本地有一定知名度外，在其他地区的知晓度较低，品牌影响力有限，导致产品的市场占有率不高。

（三）人才短缺与专业能力不足。博物馆文创发展需要既懂文化又懂设计、营销的复合型人才，但目前枣庄境内博物馆普遍缺乏此类专业人才。博物馆工作人员大多以文物研究、展览策划等专业背景为主，在文创产品开发、设计、营销等方面的专业知识和技能相对不足，限制了文创产业的发展。比如在产品 designing 时，由于缺乏专业设计人才，难以将文

教育部等六部门：完善高校教师评价改革

新华社北京11月5日电（记者 王鹏）记者11月5日从教育部获悉，近日，教育部等六部门联合印发《关于加强新时代高校青年教师队伍建设的指导意见》，提出完善高校教师评价改革，加大对青年教师的引导支持力度，突出创新能力、质量、实效、贡献导向，科学确定评价指标，科学设置考核周期，客观评估个人与团队贡献，强化激励创新、审慎包容的评价导向。

指导意见提出，加强青年教师科研项目完成质量和成果应用评价，改变简单以量化指标评价科研水平，完善同行专家评议机制，推进代表性成果评价制度。坚持科研自立自强，鼓励青年教师在国内学术刊物上发表论著。合理设置高校评价标准，不把人才称号作为高校评价指标，淡化论文和奖项数量指标，避免层层分解为青年教师考核评价指标。

在优化教育教学评价方面，指导意见明确，强化青年教师教书育人责任感，注重教学业绩在聘期考核、职称评聘、绩效分配及评优评奖中的运用，加大课程建设、教材编写、教学改革等成果在教师评价中的权重，促进青年教师将最新科研成果融入教学。

指导意见还提出，推进高校薪酬制度改革，扩大高校薪酬分配自主权，支持探索年薪制、协议工资、项目工资等分配方式，鼓励采取多种办法提高青年教师待遇。减轻非教学科研负担，减少安排青年教师从事一般行政事务性工作。

第138届广交会闭幕 到会境外采购商超31万人创新高

新华社广州11月4日电（记者 洪泽华 丁乐）第138届中国进出口商品交易会（广交会）4日于广州闭幕。本届展会共有来自223个国家和地区的超31万名境外采购商到会，较上届增长7.5%，再创历史新高。现场意向出口成交额达256.5亿美元。

据主办方统计，本届展会上，来自欧盟、中东以及美国、巴西的采购商增长明显。其中，“一带一路”共建国家采购商到会21.4万人，增长9.4%。参展主体与“一带一路”共建国家的出口成交占比超六成，传统市场成交保持稳定。

本届展会共举办了632场新品发布活动。新产品、绿色产品和自主知识产权产品在460万件展品中占比均超过20%。具身机器人、脑机接口设备、生物基材料、AI智能康复设备、3D打印等成为备受欢迎的展品。

第138届广交会创新升级，首次采用二维码证件形式，实现了最快30秒快速制证，比以往速度提升6倍；首次推出采用“蓝牙+5G+北斗”技术的展位级导航，升级AI逛展、智能指路等设施，实现“一键导航、一码逛展”，累计吸引47.7万人次使用。

神舟二十号载人飞船 返回任务将推迟进行

新华社北京11月5日电（李国利 杨欣）记者从中国载人航天工程办公室了解到，神舟二十号载人飞船疑似遭空间微小碎片撞击，正在进行影响分析和风险评估。为确保航天员生命健康安全和任务圆满成功，经研究决定，原计划11月5日实施的神舟二十号返回任务将推迟进行。

四、以作风建设筑牢安全纪律防线

过硬的工作作风是保障安全生产的重要前提。通过思想政治工作强化干部的纪律意识和规矩意识,组织学习煤矿安全生产相关法律法规和规章制度,引导干部严格遵守安全操作规程,坚决杜绝违章指挥、违规决策等行为。大力弘扬求真务实的工作作风,推动干部深入一线、靠前指挥,及时发现并解决安全生产中的实际问题,避免形式主义、官僚主义。

结语

煤矿安全生产的平稳推进,离不开干部思想政治工作的坚实保障。理论武装、责任传导、制度保障、作风建设四位一体,构建起干部思想建设的完整体系,为安全发展注入持久动力。面对复杂多变的安全形势,唯有持续深化干部思想政治工作,不断强化理念引领、压实责任担当、规范工作机制、锤炼过硬作风,才能推动干部以坚定的信念、务实的行动筑牢安全生产防线,为煤矿行业高质量发展提供坚强的思想支撑和组织保障。（作者单位：兖矿能源集团股份有限公司济宁二号煤矿）

物背后的文化内涵以新颖、独特的方式转化为文创产品,难以把握市场需求和流行趋势,导致产品与市场脱节。
四、枣庄境内博物馆文创发展对策
一是深入挖掘文化内涵,强化创新设计。深入挖掘文化内涵,加强对枣庄地域文化的研究,从历史故事、民俗风情、名人典故等方面入手,提取具有代表性的文化元素,将其融入文创产品设计中,赋予产品更深层次的文化价值。二是拓展营销渠道,加大品牌推广力度。博物馆可以利用线上电商平台开设官方旗舰店,展示和销售文创产品,优化购物体验,提高线上销售额。线下在博物馆内设立文创产品展示体验区,开展文创产品优惠促销、互动体验等活动吸引游客参与。三是加强合作与联动,打造特色文创品牌。一方面,枣庄境内的博物馆可以加强合作,整合资源,共同打造具有枣庄地域特色的文创品牌;另一方面,博物馆还应与当地的文化企业、高校、科研机构等开展广泛合作。四是加大资金投入,培养专业人才。一方面可以邀请行业专家进行授课和指导,提高工作人员的专业素质和服务能力;另一方面引进专业人才,制定优惠政策,吸引具有设计、营销、管理等专业背景的人才加入博物馆文创团队,为文创团队注入新鲜血液。

五、结论

文旅融合为枣庄境内博物馆文创发展带来了新的机遇和挑战。通过深入挖掘地域文化资源,创新文创产品开发思路,加强营销推广和人才培养,枣庄境内博物馆文创产业有望实现高质量发展。这不仅有助于传承和弘扬枣庄的历史文化,提升城市文化软实力,还能为文旅融合发展增添新的动力,促进文化事业和旅游产业的协同发展。在未来的发展中,枣庄境内博物馆应积极适应市场需求和时代发展趋势,不断探索创新,打造具有地域特色和市场竞争力的博物馆文创品牌,为游客和市民提供更加丰富多样的文化产品和服务。

2025年度枣庄市哲学社会科学规划课题(文旅高质量发展专项)成果;课题编号:WLFZLX05
(作者单位:枣庄市博物馆)

论文选登