

# 神舟十三号乘组两名航天员成功出舱 王亚平成为中国首位出舱的女航天员

据新华社电 据中国载人航天工程办公室消息,北京时间2021年11月7日18时51分,航天员翟志刚成功开启天和核心舱节点舱出舱舱门,截至20时28

分,航天员翟志刚、王亚平身着我国新一代“飞天”舱外航天服,先后从天和核心舱节点舱成功出舱。  
这是中国首位出舱航天员翟志刚时

隔13年后再次进行出舱活动。王亚平成为中国首位进行出舱活动的女航天员,迈出了中国女性舱外太空行走第一步。两名出舱航天员在机械臂支持下,

配合开展机械臂悬挂装置与转接件安装和舱外典型动作测试等作业。其间,在舱内的航天员叶光富配合支持两名出舱航天员开展舱外操作。

## 全球美食汇聚 上千企业为中国吃货“种草”

李佳琦、王冰冰卖光12万罐阿富汗松子,辛巴、朱迅爆卖俄罗斯紫皮糖……在第四届进博会上,通过各种线上新渠道、贸易新方式,中国消费者即使没有进博会门票,也能足不出户买遍进博会的全球“土特产”。

■新快报特派上海记者 陆妍思

■一家展商代表在摆放点心,吸引观众驻足、品尝。  
新华社发



■在第四届进博会食品及农产品展区拍摄的各种水果。  
新华社发

### 好物通过直播卖遍全国

“218g到手价99元,三、二、一,上链接!”11月6日晚,李佳琦携手央视王冰冰搭档第四届进博会“全球进货季”亚非产品专场直播,其中一款阿富汗松子在开链接不久后,12万罐便销售一空。受疫情及当地局势影响,阿富汗松子在丰收年却面临销售困境。在此情况下,中国伸出援手,近日45吨阿富汗松子通过“松子空中走廊”运抵上海,这也是在阿富汗政局发

生变化以来,阿富汗对华的首单出口贸易。这其中就包括了此次卖出的部分松子。

“卖爆”的不止一家。就在11月5日进博会开幕首日,广州直播头部企业辛选集团的创始人辛巴即携手朱迅举行“HI,GO! 博览世界‘进’享好物”的进博会专场直播,包括俄罗斯紫皮糖、智利红酒、卢旺达咖啡豆等37款上架商品总销售额超过6600万元,紫皮糖

等多款商品上架秒空。

353公斤重西班牙金枪鱼王、身上涂满金漆的“雕塑”模特端上法国醇香葡萄酒、植物基“鲑鱼”和“小酥肉”……连日来,新快报记者来打卡进博会食品及农产品展区“名场面”,看到不少展商们现场架起了直播间,搬来了开放厨房,大玩场景式体验,不仅吸引了场内的参观者,更通过小视频、直播等新渠道、新方式向全国消费者“种草”。

### 签约火爆 展品秒变商品

据进博会官方数据显示,食品和农产品展区有近百个国家和地区的上千家企业参展,包括世界500强及龙头企业近30家。全球五大粮商、前两大烈酒和葡萄酒集团悉数参展,6家全球排名前8的乳制品企业参展。其中零食业巨头亿滋国际将携近100种产品亮相,其中50%为“进博会首秀”,麦德龙中国将带来日本瀛七星大米等新品在进博会上首发,全球最大的新鲜果蔬供应商都乐公司,将在第四届进博会上“亚洲首发”比利时红啤梨……………

11月7日,恒天然在进博会展台首

发了最新款新西兰草饲鲜牛乳,并与盒马、南航跨境物流三方签署了战略合作协议。据介绍,该款展品采用72度巴氏杀菌工艺,配以特制遮光瓶,保质期仅有18天,每周二生产,周三直飞中国,周四即可到达消费者餐桌。盒马商品品牌中心总经理肖路表示,“新西兰鲜奶空运当日达”是盒马在进口商品全球化定制上的尝试之一,这批鲜奶于11月7日签约当天开始,即陆续在上海及杭州的60家盒马鲜生门店上架,实现了进博会零时差“展品变商品”。

就在前一天,盒马还在进博会与全

球最大肉类供应商——来自巴西的企业JBS签署战略合作,进口总值2亿元人民币的美国进口谷饲牛肉,双方的直采模式,让产品能更快、价格更低地来到中国市场。盒马肉类采购负责人倪驭地介绍,盒马今年签约金额为2亿元人民币,明年采购额预计达到10亿元。“过去一年,盒马进口直采的商品数增加了近50%,主要集中在红酒、休闲食品、奶制品、牛肉等。”盒马相关负责人对记者说,进口食品主要来自于泰国、日本、新西兰、美国、法国、德国、俄罗斯等全球几十个国家。

### 建立深入的供应链合作模式

除了买买买外,借助进博会的溢出效应,中国食品企业也与全球食材货源产地建立了更深入的供应链的合作模式。

今年进博会上,国内零食巨头良品铺子与法国乐斯福签订战略合作,将共同研发以青稞为主要原料之一的系列烘焙产品,将西部优质农产品青稞推向更大的消费市场,助力西部乡村振兴。

据悉,良品铺子2019年首次到进博会“买买买”,便与巴基斯坦最大的松子采购、加工企业公司签下了3亿元巴基斯坦松子采购订单,还与土耳其农产品企业签订了系列战略合作协议,将土耳其优质干果、水果和特色农产品引入到中国。

11月7日进博会现场的品鉴会上,良品铺子从品牌旗下的15大品类、1200

多款零食中挑选15款明星零食到现场,从巴西松子到益生菌坚果,再到亮相品鉴会的鲜果月、小食仙儿童零食系列,成为良品铺子全球化供应链升级的成果展。“进博会的跨国合作为良品铺子‘全球采买’奠定了基础,使拳头品类坚果完成了更深层次的品质升级,突破供应链版图界限,实现了全球范围的优中选优。”良品铺子相关负责人说。

### 相关

## 广东买手团北上大采购

作为吃货大省,广东交易团组织了约3030家企业、4009名专业采购商,跨越1500多公里来到上海“全球购”,不少“买手”都盯上了食品与农产品。

“我们围绕主业构建产业循环的商业模式,进一步把握扩大内需战略基点,这次主要找三类产品,推动进口及内销业务。”广州纺织品进出口集团有限公司副总经理张菁透露,一是饮料和酒类、休闲食品、乳制品、婴幼儿配方奶粉及配套的婴童产品,二是服装及配饰产品,三是药品、医疗器械、营养保健食品类产品。

中国电子进出口珠海有限公司进口部总经理吕倬兴兴奋地对记者说,公司今年已是连续四届参会,此前曾通过进博会与俄罗斯排名前三的酒厂达成战略合作,成为其国内一级代理商。今年,珠海中电重点寻找了多家健康食品、健康食品溯源的意向合作伙伴,助力打通全产业链。

卓志集团同样拥有采购商和参展商“双重身份”,曾在多届进博会上喜获“丰收”,今年更是带来了“品牌入华直通车”计划。

“我们与多个知名品牌和平台已提前达成合作,为其提供数字营销、全渠道分销、品牌管理、物流履约、技术服务等一站式解决方案。”卓志跨境供应链总裁李金玲表示,将通过进博会为进口品牌商提供“品牌入华直通车”服务,助力其实现全球一盘货运营管理,并为国内企业提供“中国优品出海一站通”服务。