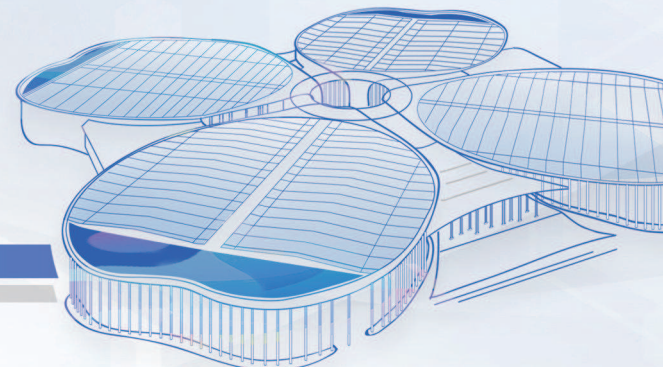




新时代 共享未来

NEW ERA, SHARED FUTURE



第二届进博会供需对接会力争办出科技化、专业化、精准化

“一对一牵手”：让天下的生意变得更好做

■本报记者 徐晶卉 王嘉旖 汪荔诚

走进国家会展中心(上海)新建的2.2号馆,“第二届中国国际进口博览会供需对接会”标识十分醒目。即将开幕的进博会上,参展商想找买家,采购商想找商品,双方都可以在这里“擦出火花”。

记者昨天现场采访进博会供需对接会的搭建情况。据悉,今年供需对接会由中国国际进口博览局和国家会展中心(上海)主办,中国银行承办,将力争体现科技化、专业化、精准化。

可同时容纳2000人对接洽谈

今年进博会供需对接会主场地设在刚刚经过加层的2.2号馆。记者在现场看到,相比去年的6.2号馆,这里整体感觉更加疏朗,目前整个会场搭建接近尾声,主舞台搭建工作已完成,正在进行灯光调试等准备工作。现场近百张桌子摆放整齐,铺上了白色桌布,每张桌子旁配备6把椅子,届时现场还会有翻译全程陪同服务。

进博会供需对接会负责人曹佩告诉记者,为了满足展商旺盛的对接需求,今年2.2号馆的对接会场地面积增至近1万平方米,每天可同时接待人数从去年的1800人增至2000人。

曹佩透露,第二届进博会还未开幕,就已吸引来自近90个国家和地区的数千名中外企业代表报名参加,未来这里将持续三天进行“一对一”洽谈对接,行业覆盖本届进博会全部七个企业展区,包括服务贸易、汽车、装备、科技生活、品质生活、医疗器械及医疗保健、食品及农产品,“目前供需对接会的各项筹备工作正顺利推进,参展商和采购商的对接工作也在顺利开展”。

首届进博会上,中国国际进口博览局为来自82个国家和地区的1178家参展商和2462家采购商进行了“一对一”撮合,已达成657对参展商和采购商的成交意向,意向成交金额达44.46亿美元。



第二届进博会供需对接会各项准备工作正在紧锣密鼓地推进中。

本报记者 袁婧摄

科技化手段助力精准化对接

本次对接会在全新升级的“中银跨境撮合系统”支持下,将通过科技化助力展商对接精准化。除“一对一”主洽谈区外,对接会将特别设立视频对接区,以及乌兹别克斯坦参展企业

专场对接会,冰雪体育、银发经济等多个专题撮合,助力第二届进博会“办出水平、办出成效、越办越好”。

记者在搭建现场看到,2.2号馆“C位”,通透明亮的视频对接区已建成,这也是进博会首次采用视频对接的新模式。曹佩介绍,来不及报名参展的参展商,同样可以通过视频对接,与前来参会的采购商进行洽谈。

同样,对于分散在全国各地的采购商而言,视频对接区也是“神器”。

中国银行上海市分行客户经理杨军表示,首届进博会后,他们发现许多外地中小客商都有参展需求,但受限于参会资格等问题,无法亲自到现场完成对接。“今年中国银行借助国内分行机构网络优势,在全国8个城市设立分会场,让参展商足不出户,就

可与全国各地的采购商进行实时“一对一”对接洽谈,大大拓展对接的地域边界。”

此外,有10台智能自助终端分散在对接会现场。据悉,企业只要在智能自助终端上输入行业、交易需求,系统就会自动跳出所有匹配需求的企业名单,并显示其所在的洽谈桌桌号,再由桌长代为安排,即可完成现场对接。

专场对接活动首次亮相

一批专场对接活动也在准备之中,包括乌兹别克斯坦参展企业,以及冰雪体育、银发经济等专场对接活动。

乌兹别克斯坦是今年进博会15个主宾国之一。记者获悉,继续扩大双边贸易规模,进口符合中国市场需求的乌兹别克斯坦特色产品,支持有实力的中国企业按照市场规则和商业原则赴乌投资兴业,今年进博会将特设乌兹别克斯坦参展企业专场对接会,聚焦食品及农产品行业,举办“一对一”洽谈、营商环境推介、现场意向签约等活动。

据曹佩介绍,进博会十分关注最不发达国家的经济贸易发展,将为这些国家参展企业和采购商搭建平台,尽可能提供服务和支持。

值得一提的是,在首届进博会成功举办的基础上,今年现场还设置了冰雪体育和银发经济产业对接专区。

2022年北京冬奥会和冬残奥会日益临近,为进一步宣传冰雪体育文化,中国银行承办的冰雪体育对接专区,将与展馆内的冰雪体育专区形成联动效应,海外展商与境内客商可围绕冰雪服装器材、冰雪体育服务、冰雪设备制造、冰雪旅游等展开洽谈,让更多展商感受到冰雪体育的魅力。

我国已进入老龄化社会,加快发展养老服务业、全面放开养老服务市场、减免社区养老服务相关税费等多项政策措施先后出台。记者获悉,在银发经济产业对接专区内,境内外养老用品与养老服务供应商、养老地产及养老金融服务商可按自身需求,寻求最适合的合作伙伴。

为了确保展商沟通无障碍,作为活动承办方,中国银行还组建了一支300人的一对一翻译助理队伍,60%翻译助理参加过首届进博会的对接会。除了英语,近60名员工具有其他语种翻译能力,覆盖日语、韩语、俄语、法语、阿拉伯语、阿尔巴尼亚语、德语、西班牙语、罗马尼亚语等十余个语种。

衍生品一开卖就成爆款、“进宝”表情包走红——

文创馆IP热背后涌动“进博潮”

■本报记者 徐晶卉

四叶草幸运对杯、进宝徽章、四喜迎客书签、四叶草胸针、进博T恤……当一件件精致的文创产品摆出来,每一件看起来都有“爆款”的潜质。第二届中国国际进口博览会开幕前夕,位于“四叶草”——国家会展中心(上海)商业广场的文创馆掀起盖子,开卖一系列进博会衍生品。

文创馆的诞生,最初灵感来自去年进博会吉祥物“进宝”的走红——上千个进宝玩偶在1小时内售罄,足见进博会的号召力和影响力。如今文创馆开张,进博会衍生品开卖,IP热背后是澎湃涌动的“进博潮”。



文创馆内进博会周边产品有趣实用,颇受欢迎。 本报记者 袁婧摄

享未来……与去年的静态表情包相比,今年推出的“进宝”表情包2.0版本“动”起来了,16个可爱生动的表情包将为进博会期间人们的微信交流增添更多亮色。

事实上,无论是文创馆的“爆款”,还是“进宝”表情包的走红,背后都是进博会IP效应所散发的魅力。去年首届进博会上,有来自172个国家、地区和国际组织参与,参展企业达到3600多家,累计意向成交578.3亿美元——这些亮眼的数据,让进博会影响力遍及世界,“进博会”三个字更走进了大量参展商的年度规划。

作为进博会唯一战略合作伙伴,中国银行感同身受。努力办好第二届进博会,中国银行充分利用遍布全球57个国家和地区的海外机构以及万余家境内网点,支持境外招展、全球招商及展前供需对接等工作。最近,借力进博会IP,中国银行携手国家会展中心(上海)发布了中银进博主题信用卡,卡面选用进博会吉祥物“进宝”活泼可爱的形象,配以中国古典祥云彩绘,彰显传统与时尚的融合。这也是我国第一张与以进口为主题的国家级展会合作的信用卡产品。

“我们提供了一系列与进博相关的优惠活动,并在外币结汇点差优惠、跨境返现、商圈优惠和保险、出行礼遇等金融服务方面提供便利,希望最大程度为四方来客提供专属增值服务,提升信用卡持卡人的消费体验。”中国银行相关负责人表示。

首批保税参展钻石顺利通关

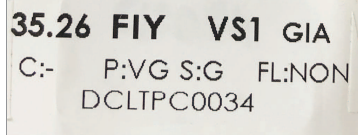
比利时35.26克拉“钻石王”来了

本报讯(记者何易)去年首届中国国际进口博览会上,一颗重10克拉、价值50万美元的赞比亚祖母绿宝石收获万千宠爱。记者昨天从上海海关获悉,今年,新一批参展珠宝、钻石已漂洋过海来“闪”你了,首批参展钻石近日已陆续顺利完成通关。

据介绍,首批来自比利时的参展钻石,10月25日在上海海关隶属上海钻石交易所海关申报进境,该批钻石共计100.77克拉。工作人员第一时间对这批钻石进行查验,并确认放行。

为保障进博会保税参展钻石顺利通关,上海钻石交易所海关先期召集30余家企业开展专题宣讲,提前了解企业的参展意向和实际需求。同时,通过设立专窗服务、公布咨询电话,7x24小时为企业提供政策咨询,解答通关疑难问题。展品进境期间,上海钻石交易所海关还提供专道查放,推行个性化监管,实行预约查放,最大程度做到“即时接单、即到即查、即时放行”,保证参展物资第一时间通关放行。

海关工作人员介绍,这批比利时钻石的进口企业凯吉钻石(上海)有限公司,已是连续两年参加进博会的“老展商”。由于首届进博会“钻石与珠宝精品馆”最“迷你”也最“火爆”,该企业特地调整了本届进博会的参展策略,减少参展钻石总量、提高单颗克拉重,保证今年展品更吸睛。考虑到目前我国钻石消费市场一般以1克拉以下、无色圆形钻石为主,该公司还特地挑选异形切工、彩钻和特大钻石参展,希望借助进博会平台,在开拓国内钻石消费市场的同时,也让更多参展客商和市民有机会亲眼目睹平日里难得一见的巨钻、彩钻。前天,该企业第二批参展钻石也已通关放行,其中有一颗圆形30.04克拉的明亮型无色钻石。



重35.26克拉的比利时黄钻。(上海海关供图)

带一件进博衍生品回家

10月18日,文创馆在“四叶草”开业。在里面逛一圈,最大感受是值得看、值得买。在衍生品区,不论是进宝小夜灯、四叶草胸针,还是四喜迎客书签,都是有趣、实用的商品,很容易就把“进博会”带回了家。

产品很实用,颜值也很高。比如摆放在中心位置的进宝幸运对杯,有着温润如玉的手感,青瓷发出淡淡光泽,杯口设计成四叶草的造型,放在案头,既实用又赏心悦目;而粉红色的四

叶草水晶胸针小巧优雅,无论是设计、工艺,还是材料选取,都颇费心思,现场不少工作人员都已戴上了它。

文创馆负责人表示:“目前上架的上百款衍生品,都是我们团队设计开发的,它们符合当下年轻人对于生活美学的喜好,对于美好生活的向往。”精美的设计,也让这些衍生品一开卖就成爆款。四叶草幸运对杯、进宝徽章、四喜迎客书签和紫光檀酸枝木书签成为开业首日的抢手货。其中,四叶草幸运对杯和紫光檀酸枝木书签,销售均过千份。

记者了解到,进博会期间,文创馆

进博会IP“火”在线下 “热”在线上

进博会IP热,不仅火在线下,更热在线上。就在最近,不少朋友的微信聊天中,时不时会出现“进宝”形象。比心、涨知识、共



中国·上海 | 2019.11.5—11.10