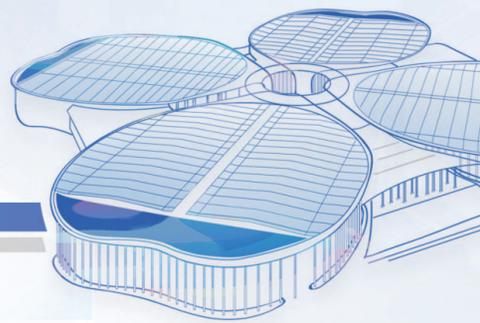




新时代 共享未来

NEW ERA, SHARED FUTURE



进博会：二度召开，这次有啥不一样



第二届进博会明日开幕，150多个国家和地区的3000多家企业、约50万专业采购商将齐聚上海。图为航拍“四叶草”国家会展中心(上海)。

本报记者 刘栋撰

新华社记者 贾远现 有之忻 龚雯

小到一张餐桌，大到一家企业，都可以成为集纳全球优秀产品的平台。首届中国国际进口博览会举行一年间，不少展品成为商品，不少爆款走进生活，不少新朋成为老友。“穿越”全球的进博会带来了开放市场、包容心态和共享期许。

“中国国际进口博览会不仅要年年办下去，而且要办出水平、办出成效、越办越好。”习近平总书记在首届进博会开幕式上的庄严承诺言犹在耳。第二届进博会即将开幕，150多个国家和地区的3000多家企业、约50万专业采购商将齐聚上海。

进博会二度召开，这次有啥不一样？

“穿越”全球的舞台

首届进博会的闭幕之日，便是第二届进博会筹备启动之时。“去年12月我们刚回到新西兰，第二届进博会的招商工作就在大洋洲开始了。”新西兰NAC贸易有限公司董事张燕说，“要不要参加第二届进博会？我们的回答是立刻、马上！而且极力争取展位从一个增加到四个。”

尽管第二届进博会的展位数量和面积都将“扩容”，但仍然“一展难求”。第二届进博会的展馆面积达36万平方米，比首届企业展和国家展总面积多了6万平方米，参展企业平均展览面积将达到93平方米，比首届增加20%以上。签约参展第二届进博会的世界500强和行业龙头企业已经超过250家。高人气、高规格、高收益的首届进博会超出参展企业的预想，“二刷”进博会更要打好提前量，申请增加展位数量的企业不在少数。

数字时代，展会这样的贸易促进平台不是已经落伍？展商的回答是“并没有！”对于企业来说，达成交易仅仅是收获之一。首届进博会上，来自韩国的爱茉莉展位吸引了19万人次的参观者，这对企业来说是一次难得的市场调研。“进博会帮助我们更好地了解消费者需求，这对于开拓市场非常重要。”爱茉莉太平洋集团中国市场部总经理高辛说。精准、超前是企业赢得市场空间的关键，“二刷”进博会的爱茉莉显得自信满满。“网红”新产品、“量肤定制”的个性化美妆体验以及个性化的“混玩唇色”现场口红秀等是爱茉莉的新“卖点”。

货物的流通、信息的流动都离不开的交流，这是在信息时代，进博会仍然对全球企业产生超强“磁场”的原因。“尽管获取信息的渠道多元，但对高附加值产品，客户还是需要面对面洽谈、考察。”张燕说。

结伴前行的全球贸易伙伴

84家新加坡企业选择组团亮相进博会，除了重点瞄准在中国下沉市场寻找机遇，他们还计划寻找中国伙伴，共同开拓东南亚乃至全球市场。不少展商还在进博会上意外地对接了东

南亚、欧洲、非洲的潜在客户。

“进博会在中国举办，但辐射效应远不止中国。首届进博会上，我们就意外地接洽了韩国客户，这让我们意识到来到进博会一定要放眼全球。”张燕说。

全球展会平台多种多样，美国、日本、迪拜等经贸中心都举行过多次，但在展商看来，进博会不容错过是因为其独特的开放基因，来自全球更面向全球，不局限于一时一地，而是真正搭建起全球共享共创的平台。

第二届进博会的参展国家和地区、国际组织、企业以及采购商、观众数较首届都有所增加，“进博之约”是跨越五洲四海的握手。其中，第二届进博会50万人的采购商中，6000多人来自海外，他们是全球化贸易格局中的“开放因子”，也将在进博会上结伴前行。

结伴前行，全球产业链无缝衔接。作为进博会采购商及零售高联盟的一员，首届进博会上，来自伊旗旗下进口品牌“亚米”与澳大利亚自由食品集团有限公司等签署了意向采购协议并开展深入合作。对比签约前一年的市场销售额，其中全脂牛奶同比增长754%，鲑鱼肠同比增长达到100%。“进博会并非一个简单的采购生意，它是一个品牌向全球展示的机会，是让企业借势加速完善全球化供应链建设与布局的平台，通

过‘全球直采’把更多更好的进口美食引入国内，同时也能开发更优的产品带到国外。”来自伊旗品牌公关总监张明说，“预计本届进博会来自伊旗采购额将超过去年的1亿元。”

结伴前行，开放带来的溢出效应已经显现。企业齐聚中国，但成果不仅留在中国，合作的辐射效应全球共享。首届进博会短短6天，累计意向成交578.3亿美元，闭幕后的300多天里，订单一一落实，合作落地生根。东方国际集团就是进博会的受益者之一。到目前为止，东方国际集团已完成首届进博会意向订单采购2.066亿美元，成交落地率72%，共签约总经销代理20余家。

结伴前行，凝聚转型升级推动力。开放的大门越开越大，中国主动扩大进口，不是权宜之计，而是面向世界、面向未来、携手各国共同发展的务实行动和长远考量。从“吃穿用”向“住行游”，从生活必需品到高端工业品，中国市场结构调整、流通方式加快创新，在深度融入全球市场的同时，也通过全球合作形成转型发展、消费升级的助推力。

共商共议、共谋发展的平台

“无论是企业的决策者，还是行业专家，都对参加进博会抱有极大的热情，因为在这里可



以实实在在地看到商机，以及商机背后蕴含的规则改变和技术前瞻。”德勤中国创新主管合伙人刘明华说。

关注当下，更面向未来。来自全球的超级大脑和顶尖制造纷纷亮相，第二届进博会首发的新产品、新技术预计将超过首届进博会。自动感知乘客生理状态从而调节车内环境的概念汽车、佳能1.2亿像素CMOS影像传感器……更多新产品、新技术、新服务、新工艺、新应用将实现“全球首发、中国首展”。

垃圾分类、智慧城市、医疗健康……全球性热点在第二届进博会上也成为关注焦点。“地球已经不堪重负，科技能够提供怎样的解决方案，产业化路径在哪里？”在中国，垃圾分类的智能解决方案即将“登场”。德国阿吉斯特装备制造集团的IMPAKTOR 380 PLUS还未亮相，已经引起广泛关注。这款智能装备可以将建筑垃圾等固废以每小时150-200吨的速度变废为宝。瑞士的ABB也带来一套人工智能解决方案，可以实现对输送链的无缝精准跟踪。

进博会不仅是一个促进全球贸易的平台，更是一个共商全球性问题，共寻解决路径的平台。针对“开放、规则和营商环境”“人工智能与创新”“世贸组织改革和自由贸易协定”“数字化时代与电子商务创新发展”及“70年中国发展与人类命运共同体”等议题，将有4000多名来自全球的政商学界和国际组织代表与会，共商共议、共解难题、共谋发展。

“没有开放的平台，这样的合作、交流不可能实现。希望进博会永不落幕，为世界带来新的可能。”刘明华说。（新华社上海11月3日电）

更多新品的协同创新。今年4月，资生堂集团与天猫国际达成新品孵化合作计划，将基于中国消费者需求，研发更多独家新品；强生集团刚刚把自己在中国的旗舰店定位成全球跨境新品孵化中心，作为全球跨境新品孵化的新基地。

从合作中汲取经验，为高质量发展集聚内生动力

如何把鲜活的龙虾、帝王蟹运抵中国？进口生鲜成为热词对中国某食品贸易巨头提出新挑战。首届进博会上，这家企业把问题抛给了参展区的达飞集团，对接后，达飞给出量身定制的冷藏物流解决方案——使用配有大金主动气调系统的集装箱，快速降低氧气水平，确保高敏感度货物到目的港后的新鲜度。面对这个经过“最强大脑”酝酿的方案，企业负责人连声称赞，“我们会着手布局，进一步提高国内冷链的水平。”

万商云集的进博会，当全球展商带着最拿

进博会溢出效应明显，“展品变商品”勾勒未来经济美好图景

“进博能量”带来高质量发展“强动力”

综述

本报记者 徐晶卉

一瓶进口鲜奶的落地，看起来是丰富了消费者餐桌，背后却可能是通关模式的升级；一条生产线的落地，看起来是设备升级，背后却可能是产业生产力和生产效率的提升；一份合同的签订，看起来是单纯的产品买卖，背后却可能有着服务与技术的融合，带动协同创新的力量。

中国搭舞台，世界大合唱。中国国际进口博览会是一场中国与世界共舞的全球盛会，举办一年间，它的溢出效应明显：展品变商品，真实而生动。当全球商品进入中国市场，这逐渐成为进一步促进中国经济高质量发展的内生动力，勾勒出未来经济的美好图景。

优化营商环境，有着进博会的一份重要推动

距上海1700多公里之外的海南博鳌，很多来自进博会的“明星展品”已落地使用。在博鳌超级医院，世界上最小的无线心脏起搏器去年

不仅是全球进口，还有本土化落地和协同创新

扩大开放，为中国经济高质量发展提供了巨大机遇，这种机遇来自进口产品的本土化落地、来自高端生产线落地，更来自协同创新。

首届进博会期间，联合利华带来了30多个从未进过中国市场的新品牌，如今，不仅其中的大部分海外品牌已走进中国市场，不少产品还实现了本土化创新、生产。联合利华北亚区副总裁曾锡文介绍，花漾星球、花木星球、七世代等新品牌均已在合肥工厂生产，“从全球进口到本土化创新的速度正在加快，这使得中国的产品可以更加稳健地走向全球市场。”

这样的案例比比皆是。罗氏将最新研发的组织诊断和分子诊断生产线从瑞士移到苏州工厂；阿斯利康的新药罗沙司他不仅是首个在中国早上市的创新药，更是首个在中国孵化的原创新药；辉瑞集团把成熟药物业务板块全球管理中心——辉瑞普强全球总部设在上海。与中国同行，这是全球企业的共识。

全球企业与中国同行，中国企业则参与了

更多新品的协同创新。今年4月，资生堂集团与天猫国际达成新品孵化合作计划，将基于中国消费者需求，研发更多独家新品；强生集团刚刚把自己在中国的旗舰店定位成全球跨境新品孵化中心，作为全球跨境新品孵化的新基地。

从合作中汲取经验，为高质量发展集聚内生动力

如何把鲜活的龙虾、帝王蟹运抵中国？进口生鲜成为热词对中国某食品贸易巨头提出新挑战。首届进博会上，这家企业把问题抛给了参展区的达飞集团，对接后，达飞给出量身定制的冷藏物流解决方案——使用配有大金主动气调系统的集装箱，快速降低氧气水平，确保高敏感度货物到目的港后的新鲜度。面对这个经过“最强大脑”酝酿的方案，企业负责人连声称赞，“我们会着手布局，进一步提高国内冷链的水平。”

共商共议、共谋发展的平台

“无论是企业的决策者，还是行业专家，都对参加进博会抱有极大的热情，因为在这里可

中国·上海 | 2019.11.5 — 11.10

