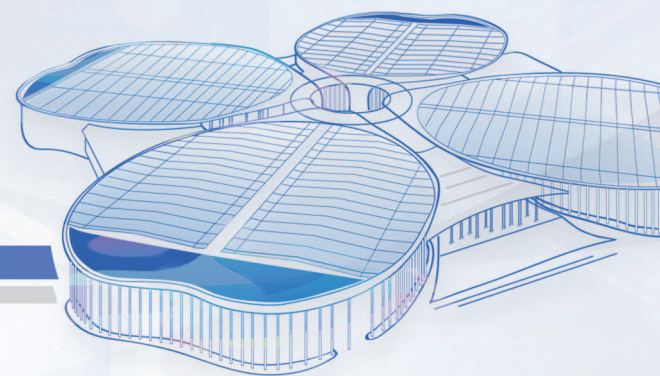




新时代 共享未来

NEW ERA, SHARED FUTURE



震坤行工业超市与陶氏公司、施耐德电气达成巨额采购意向订单

上海交易团一亿美元“首单”背后的秘密



在第二届进博会现场，中外客商正进行交流沟通。

本报记者 叶辰亮摄

上海交易团全力出击第二届进博会

力争到会采购商和意向成交均超首届

■本报记者 徐晶卉

上海交易团注册单位和人数远超首届。第二届中国国际进口博览会上注册报名结束后，上海交易团秘书处办公室欣喜地统计出这些数字：上海交易团成功报名单位超过两万家，较首届增长4700余家；成功报名人数为16.7万人，较首届增长4.3万人。上海团规模再度扩容，不仅“2+4+18+X”的交易保障体系架构更加立体，而且“6天+365天”交易服务平台也增加了更多“新面孔”，将努力实现“采购商到会数量和意向成交规模均超首届”的目标。

把消费升级“购物车”装得更满

首届进博会交易采购成果丰硕，按一年计，累计意向成交578.3亿美元，其中上海交易团的成交占比超过一成。市商务委主任、上海交易团秘书长华源此前透露，首届进博会上上海交易团半年以内的意向订单履约率已达99%以上。上海企业采购的33台价值4.3亿美元的大型医用设备已全部到货；与意大利莱奥纳多公司签订的直升机订单已陆续交付。

今年，上海交易团的阵容更加豪华，在首届进博会交易服务线上线下平台、四大采购商联盟、18个交易分团的基础上，还新增了“X”的概念——市重点行业、重要领域的采购商群体，并加强了民营企业和中小企业的招商力度。记者获悉，今年交易团新增女企业家采购分团、青年企业家采购分团、中小企业采购分团等特色群体，使得交易团结构进一步优化，采购涉及面更广泛。

采购成交金额是衡量展会成效的重要指标

之一。上海交易团会同各交易分团，在开展前已加强了意向订单排摸，促进采购成交。来自上海40多家国企组建的国资交易分团，采购商品涵盖智能装备、汽车、食品及农产品等多领域。就在这两天，一大批合作将纷纷落地。而11月7日，大型零售采购商联盟也将举行集中采购签约仪式。

上海交易团今年还首次在“四叶草”——国家会展中心（上海）设立上海交易团常年展示中心，内设“上海交易团之家”，对四大采购商联盟及承接溢出效应的成果进行展示。

把对外开放“朋友圈”扩得更大

提升展会成效、促进采购成交，进博会期间，上海交易团将举办46场配套活动，数量比去年更多，交易“朋友圈”比去年扩得更大。

配套活动主要包括对接签约类、研究发布类、论坛活动及政策解读类活动。其中，18场供需双方对接签约类活动中，包括浦东交易团现场集中签约、大型零售采购商联盟集中采购签约、上海市级医院大型医用设备集中采购签约等几场重量级活动。15场研究发布类活动各有发力点，包括“长三角G60科创走廊九城市扩大开放政策发布会”“跨境电商助力进博会”等，能让参展商更好地了解上海的特色；8场论坛展开“头脑风暴”，将围绕“长三角康复辅助器具产业创新”“上海产业国际竞争力”等议题展开讨论；而5场政策解读类活动则包括“建设长三角高质量营商环境”等。

上海交易团秘书处相关负责人表示，将充分利用好进博会这一国家级平台，宣传好上海

的贸易投资环境，宣传好上海扩大对外开放所取得的成就。

把进博会溢出效应承接得更好

打造“永不落幕的博览会”，首届进博会时，上海共为31个“6天+365天”交易服务平台授牌。一年来，31个平台累计引入近800家参展商的两万多种（件）展品，进口约752亿元商品。

毗邻“四叶草”的绿地全球商品贸易港，是承接进博会溢出效应的最佳观察窗口。绿地商贸集团总经理薛迎杰表示，截至11月初，这里已引入食品、酒饮、日用品、保健品、小家电等5万余件进口商品，共吸引来自50个国家和地区的137家客商入驻，迎来参观客流60余万人，接待专业采购商1100余组，举办各类商贸活动50余场，累计成交金额达到50亿元。

运营并拓展好“6天+365天”交易服务平台，今年10月底，新一批18家“6天+365天”交易服务平台挂牌，成员单位总数提升至49家，逐步成为进博会展品进入中国市场的重要对接渠道。

与此同时，已有的交易服务平台也在不断突破，提质升级。去年已授牌的虹桥进口商品展示交易中心，其重要组成部门B型保税物流中心今年8月底竣工，9月初通过海关现场验收，9月底落成运营，这个总建筑面积达5.1万平方米的B型保税仓投入使用后，将使上海在探索保税展销加跨境电商、“前店后库”模式，打造联动长三角、服务全国、辐射亚太的进口商品集散地的道路上迈出坚实一步。

■本报记者 徐晶卉

第二届中国国际进口博览会昨天开幕，参展商和采购商在国家会展中心（上海）开始对接洽谈。首日，上海交易团的“首单”已签——来自上海青浦分团的企业震坤行工业超市宣布，已与陶氏公司、施耐德电气达成1亿美元采购意向订单。

上海交易团在第二届进博会上的首个采购意向订单为何如此迅速？“豪单”之中又透露了哪些玄机？记者昨天找到“买家”震坤行，听他们聊了聊“首单”背后的故事。

“购物篮”里不少“中国首发”

见到震坤行工业超市公共事务总监仲燕的时候，她正在陶氏公司的展台。“这次陶氏带来了许多‘中国首发’，我正好来学习一下。”她透露，与陶氏合作的订单中，不少是首次亮相中国的产品，“比如运动鞋所采用的中底材料，这是工业智能制造所需的耗材，不少下游企业都需要”。

记者在陶氏展台看到，玻璃柜中陈列的就是用于制造中底的陶氏耐特3D 3335液体硅橡胶（LSR）。据介绍，这是一种开创性的硅酮材料，结合3D打印技术，可将有机硅弹性体的性能优势应用于增材制造，为设计师和制造商提供更大的设计自由，更有助于缩短产品开发周期。

仲燕表示，首张订单采购的产品主要包括智能制造所需的电子电气产品、耗材等，除了首次亮相中国的产品，也包括日常合作采购的产品。

谈起“进博速度”，仲燕还透露了一个小故事。原来，去年震坤行就来参与进博会了，无奈“手速”太慢，没有在会期中达成交易。不过，企业在逛展时发现了不少长期合作伙伴的身影，

更看到了他们带来的“中国首发”“亚洲首发”，这让企业决定，今年要早早下手，第一时间把好货装进“购物篮”。

第二届进博会未开展，展商客商就早早对接。“为了这1亿美元订单，我们与两家企业做了很多线下沟通，跨国企业会在进博会上展示什么产品，我们需要采购什么新品、新品定价多少，每一个环节外企都需要向总部报批，经过共同努力才达成了这个意向。”仲燕表示，关于订单的商务细节还在进一步洽谈中，将于进博会期间签署采购协议。

不用飞全球，一站式采购

1亿美元“豪单”的背后，是一个充满潜力的中国市场。根据《2019年中国工业品B2B市场研究报告》的数据，去年中国工业品B2B市场规模约为2700亿元，线上渗透率仅为2.7%，预计未来五年工业品B2B市场规模年复合增长率约为43%，2023年，中国工业品B2B市场规模将达1.58万亿元。

“下豪单”的震坤行工业超市来自青浦分团，是一家主要为制造业提供一站式工业用品服务的平台，经营百万余种工厂使用的辅料和易耗品（MRO），是这个市场里的电商领头羊。向上连接施耐德等8000多家工业用品类供应商，向下连接1.5万家制造业企业客户，作为沟通者的平台最知道客户的需求。仲燕表示，国内各公司对优质进口耗材的需求一直在高速增长，因此，平台也在到处寻找新品，“很感谢有了进博会的平台，让我们不用飞到全球各地，就能一站式采购。”

据悉，震坤行工业超市是今年新授牌的18家“6天+365天”交易服务平台之一，也是承载进博会溢出效应的重要载体之一。仲燕透露，“未来几天，我们还将继续在展馆内寻找‘好货’，为明年企业扩大规模做足准备。”

交易幕后



本届进博会供需对接会首次为中外客商提供视频对接专区。本报记者 袁婧摄

视频对接，让交易更便利高效

■本报记者 王嘉旻

供需对接会，是进博会主办方为促进展商洽谈交流而特别设置的“一对一”洽谈环节。记者昨天从供需对接会承办方中国银行获悉，今年进博会首次引入的视频对接区正进入最后调试环节。截至目前，中国银行在全国八座城市设置的分会场已陆续接到将近180家企业的报名申请。

中国银行总行普惠金融事业部高级经理年综潜告诉记者，引入视频对接区其实是依托于中国银行两年前开始搭建的中银跨境撮合服务系统。他所在的研发团队在开发这套系统时，遇到过许多次客户双方有洽谈需求但不在同一会场的窘境。由此，他们联想到，何不紧接着开发视频对接环节，使商务对接跨越地理限制，让贸易更便利高效。

今年4月，这套视频对接系统在克罗地亚亚举行的“2019年中国—中东欧国家中小企业跨境对接会”上率先试水。不过当时这套视频对接系统面对的企业客户数量远远没有第二届进博会那么大。据了解，今年进博会，中国银行在视频对接区设置了8张视频对接桌，分别对应8个分会场。

与此同时，在分会场的地点选择上，研发团队充分考虑了国内企业客户的需求，重点选择东南沿海、长三角等区域。年综潜说，考虑到广东地区高新技术企业比较多，对海外展商需求较为集中，因此特地在广东设置了一个分会场。此外，民营经济发达的长三角地区也是分会场设置时重点考虑的区域。

成功报名后的企业在对接会前就会收到一份由中国银行提供的详细企业名单，上面列出企业所在行业、产品介绍、商业需求等各种信息。报名企业可以在名单中挑选更符合自己需求的展商进行洽谈。

去年首届进博会上，不少中小展商没有提前报名对接会，却也表露了浓厚兴趣。年综潜表示，针对有临时需求的展商，他们在中银对接会助手App上专门新增了“临客注册”功能。只要展商在对接会二维码墙上扫到了心仪合作伙伴的信息，就可以直接找现场工作人员进行“临客注册”，简单输入参会人员名字、联系方式、希望对接企业等信息，就可完成现场注册。

年综潜告诉记者，如果视频对接系统顺利通过第二届进博会“大考”，未来将进入常态化应用，更多企业将因此受益。



中国·上海 | 2019.11.5—11.10