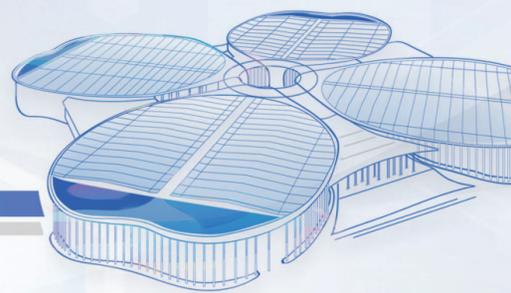


第二届中国国际进口博览会 特刊



新时代 共享未来

NEW ERA, SHARED FUTURE



网上“丝路”实现“货通天下”梦想

第二届中国国际进口博览会举行期间,泰国、俄罗斯、墨西哥、秘鲁、阿根廷等10个国家宣布,进驻天猫开设国家商品旗舰店。这些获得各国政府授权的旗舰店,好比就是各国商品进入中国市场的网上“丝路”。

这一天,泰国副总理朱林、墨西哥经济部长马克斯、智利贸易部副部长亚涅斯等多国政要忙着一件事情:在进博会现场“拥抱”中国互联网,并将本国的“国宝级”美味带到“双11”。

进博会国家展展区,二维码在各国展台随处可见,越来越多国家渴望通过电子商务打开中国市场的大门。无论是对小国还是大国而言,开放的国际贸易对经济发展至关重要。

一家远在欧洲的中小企业可以将特色产品卖到中国,一个中国消费者可以对每天喝的牛奶来自新西兰牧场的哪头牛进行溯源……数字经济和电子商务的发展,让“货通天下”梦想变为可能。阿里巴巴集团董事局主席兼首席执行官张勇表示,电子商务让世界变得更加扁平,让所有消费者和供应商能够更紧密地连接到一起。

随着电子商务持续快速发展,发展“丝路电商”已成为“一带一路”经贸合作行动计划的重要内容。中国已与多个国家签署电子商务合作备忘录并建立双边电子商务合作机制。

电子商务的创新发展,促进了世界经济贸易的普惠共赢,带动了流通基础设施现代化建设,推动了生产和流通的深度融合。电子商务为打造对外开放新格局提供了新平台,“丝路电商”为实现包容持续的经贸合作描绘了新愿景。事实上,当中国电商们把在国内市场积累的丰富经验投向跨境电商这片新蓝海时,就已搭建起了线上“永不落幕的进博会”。通过这一发展最快、独创性最强的领域,中国电商正在成长为国际贸易的重要力量,深远影响着世界贸易发展格局。

——编者的话



①波兰国家馆。本报记者 袁婧摄
②卢旺达国家馆。本报记者 叶辰亮摄
③俄罗斯国家馆里的“俄罗斯制造”。本报记者 袁婧摄
④泰国工艺师在纸上作画。本报记者 赵立荣摄

俄罗斯 鱼子酱伏特加上架“俄品多”

■本报记者 祝越

第二届进博会俄罗斯国家馆人气爆棚,俄罗斯丰厚的人文底蕴和先进的科技成就汇聚在馆内,让观众目不暇接。

一辆黑白双色拼接的“金色俄罗斯”高级轿车,成为馆内当之无愧的“网红”,这是俄罗斯总统的同款座驾,不少人前来一探究竟。除了豪车之外,还有蓝白相间的新型中型客舱客机、红白色的消防直升机、蓝绿色的世界领先破冰船……各种“硬核”产品令人叹为观止。

俄罗斯国家馆内还突出介绍了中俄两国正在合作或是具有合作前景的领域,包括航空和船舶制造、农业和能源机械制造、数字经济、智能机器人和珠宝工艺等。参展的俄罗斯企业

则来自肉类和家禽、蜂蜜和谷物、乳制品、糖果等行业。

本届进博会期间,俄罗斯特色食品进驻阿里巴巴天猫大食品进口平台,“俄品多”成为俄罗斯特色食品商店的运营商,将在中国市场推广俄罗斯商品。俄罗斯国家馆展示了二维码,访客扫码就能直达网店下单购买。

“俄品多”是国内首家专注经营俄罗斯商品的跨境电商平台,在天猫、京东、1688、拼多多等中国电商平台均开有在线商店,目前已涵盖面粉、植物油、蜂蜜、糖果巧克力、坚果、啤酒、饮料、伏特加等在我国市场热门的俄罗斯进口商品品类,包括爱连巧、联合糖果、阿孔特、雪兔、白熊等俄罗斯知名品牌,后续还将陆续上架冰淇淋、鱼子酱、海鲜等特色产品。

俄品多科技有限公司董事长陶沙介绍,“我们的目标是在一年内帮助500家以上俄罗斯企业直接接触阿里平台的7.3亿消费者,目前已与俄罗斯联邦11个州政府和州出口中心达成合作,让俄罗斯厂家能够享受一站式服务,这个数字将随着我们服务模式的不断完善而成倍增长。”

去年进博会后,俄罗斯出口商在俄罗斯出口中心的支持下,签署了总价值超过3.5亿美元的多项重要合同和协议,俄罗斯公司向中国出口了数十万吨的油脂产品、牙科材料、食品、珠宝和其他商品。

俄罗斯出口中心第一副总裁克热夫尼科夫·列克谢表示,“俄罗斯多样广泛的出口商品拥抱中国互联网,将让俄罗斯具有良好出口潜力的行业保持积极发展的势头。”

波兰 女性最爱的国家馆上线了

■本报记者 祝越

第二届进博会国家展展区,红白相间的波兰国家馆特别受到女性参观者的青睐,琳琅满目的化妆品、琥珀、皮毛制品让人看花了眼。

波兰投资贸易局副局长格热戈日·斯洛莫科沃斯基回顾说,去年有80多家波兰企业参加首届进博会,化妆品、食品、家禽、小型飞机等领域的参展商与中方签署了相关协议,可以说,成效显著。

“从去年参展情况来看,化妆品和食品行业的反馈尤其好,所以今年我们就主推化妆品和农副产品。”斯洛莫科沃斯基介绍说,“我们选择了32家知名企业参加第二届进博会,包括13家化妆品企业、12家食品企业和7家服务贸易企业,其中有波兰最

大港口——格但斯克港。”波兰投资贸易局希望通过进博会,让本国参展商找到中国优质的代理商,也让中国老百姓更多地了解波兰。

波兰地处“琥珀之路”和“丝绸之路”的交汇点,是欧洲的“十字路口”,历史悠久、人文璀璨。波兰是欧盟的第六大经济体,也是中东欧地区人口、面积、经济总量最大的国家。

中国跨境电商发展迅猛,首届进博会后, Miraculum、Be Organic 等波兰化妆品品牌通过跨境电商进入中国市场。齐叶雅的山羊奶面膜已成为中国女性耳熟能详的产品,拥有大批粉丝;碧莲达的护肤精华液,自2018年进入中国以来也很受欢迎;彩妆品牌派斯在天猫、京东上均有出售。设在波兰国家馆中的齐叶雅展台

此次也接受了不少咨询。这个波兰国民品牌有着30多年历史,产品出口全球40多个国家。而在过去一年,中国市场销售收入占齐叶雅海外营业总收入人的50%。

本届进博会上,物美集团、汉欧国际与味奇品牌,绿地商与万波品牌先后签约合作,与此同时,雅舒秘品牌的天猫国际旗舰店也正式开通。

“跨境电商销售一方面让消费者等待的时间缩短,另一方面,注册备案手续简化,为初来乍到的海外中小品牌进入中国市场打开了一扇窗。”在波兰投资贸易局中国区首席代表尤德良看来,进博会为经济全球化注入了巨大的正能量,中国不断扩大开放的政策对促进全球贸易无疑将带来积极作用。

卢旺达 “千丘之国”咖啡亮相“双11”

■本报记者 何易

以大猩猩、咖啡、原始木条为醒目标志的卢旺达国家馆里,几位身穿民族服装的卢旺达小伙、姑娘那热情的舞蹈,把观众带往激情四射的非洲草原。

非洲内陆国家卢旺达今年拥有了展示其农业、旅游、投资、矿产等各方面产品的国家馆,并有四家企业参与其中,既有参加过首届进博会的“老朋友”,被誉为“卢旺达老干妈”的加索拉辣椒加工公司,也有首次参展的“新面孔”——卢旺达高山茶公司、西山咖啡公司和田园鲜果公司。

曾在江西省攻读研究生的29岁卢旺达小伙金胜,目前是卢旺达国家发展委员会雇员,也是卢旺达国家

馆工作人员,“卢旺达计划通过参加进博会,让更多企业向中国出口产品,同时,这也是卢旺达企业开展国际营销的机会。”首届进博会上,卢旺达主推的咖啡产品受到阿里巴巴的青睐,并登陆天猫国际和盒马鲜生。加索拉辣椒加工公司则获得向中国出口1500桶红辣椒油的合同,正因为首次参展就收获“大单”,今年便将工厂生产的所有不同口味的辣椒酱以及干辣椒产品都带到了进博会,还与盒马鲜生签约合作。金胜说,20个集装箱的咖啡和两个集装箱的各式辣椒酱已运抵上海,最快在“双11”与中国消费者见面。

农产品外,卢旺达还带来了丰富的旅游产品。金胜说,“我的家乡坐落在维多利亚湖畔的群山之中,地处东非高

原,气候温和凉爽,游客可以体验到和非洲大草原完全不一样的山地雨林风情,所以卢旺达也有着‘千丘之国’的美誉。”去年1月1日起,各国公民均可免签赴卢,办理落地签后进行不超过30天的旅行。卢旺达航空公司目前已开通飞往广州的新航班,今年“双11”,卢旺达在飞猪平台开通线上旅游国家馆,推出山地大猩猩旅游等特色产品。

卢旺达在进博会上取得的成绩有目共睹,但当地农民与企业借助中国电商平台逐步做大贸易时还有很多困难。金胜说,“希望得到中国企业的进一步帮助,让我们把更多卢旺达的特色产品、服务推广到中国、推广到世界。”而进博会就是让卢旺达中小企业得到中国企业更多帮助的最好平台。

泰国 “泰精选”借道电商来华销售

■本报记者 祝越

泰国国家馆以黄、红、白为主色调,共同上升的曲线造型寓意着通过进博会这一重要创新平台,中泰两国共同开展经贸往来、加强双边合作。

本届进博会上,泰国是15个主宾国之一,相比去年,参展规模更大,展品也更丰富。率团来华的泰国副总理朱林表示,自己在20年前曾成功把泰国的橡胶推销到中国。这一次,他又当上了推销员,在泰国馆亲自推介。

泰国国家馆的主题为“通往共享未来的门户”,不仅展示国家形象,还全面展现泰国在跨国贸易、招商投资方面的潜力,以及独有的农产品资源。包括在食物、保健品、调味料和化妆品方面的各种创新实践,以及独具泰国

文化特色的农产品、建筑、交通、物流、数字联通等领域的产品和服务。

泰国国家馆内随处可见“泰精选”标志,这是泰国官方质量认证标志。朱林介绍,“大家在泰国馆看到这个标志,就表示这是正宗泰国货,品质一定能得到保证。”

朱林表示,中国是泰国最大贸易伙伴,也是泰国最重要贸易市场,自2009年以来,泰中贸易额年均增长10.3%。这次进博会对泰国非常重要,为泰国向中国推广产品提供了很好机会。

数据显示,首届进博会上,约有60家泰国企业参展,不仅拿下了大量订单,而且得到了与各种贸易商和客户现场面谈的绝佳机会。参展企业纷纷表示,进博会为泰国商品进入中国市场提供了一个巨大平台。

值得一提的是,为了让更多泰国水果和生鲜产品出口到中国,本届进博会期间,泰国商业部代表团与上海水果进出口商、阿里巴巴旗下盒马鲜生等企业进行接洽,希望通过在中国已非常成熟的电商渠道进入千家万户。

本届进博会上,除了国家展之外,包括环球米业在内的泰国企业,在企业展的食品及农产品、品质生活、医疗器械及医药保健、服务贸易等多个展区展出多个具有泰国特色的产品和服务。受益于电商平台,泰国环球米业有限公司的产品已直接贩售到中国消费者手中。该公司亚洲地区销售经理吴美燕告诉记者,此次参展,接触了很多目标客户,“展会质量非常高,我们现场已经签了三单,还有不少意向客户,我们准备进一步接洽。”



中国·上海 | 2019.11.5 — 11.10