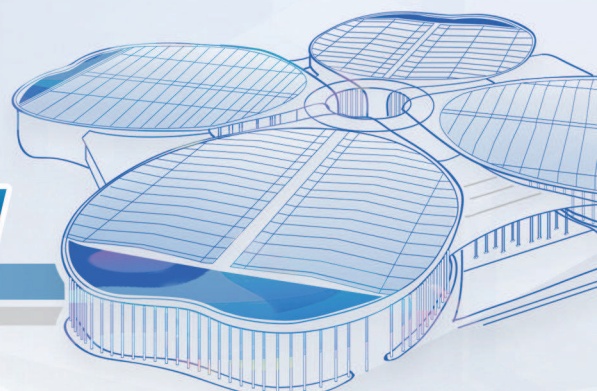


# 倒计时 100天

## 努力把第三届进博会办得 更出彩 更出色 更有影响力



“连续三年参展”是很多参展商在当下的标注，“签约未来三届”是大量参展商对未来的期待

# 推动高水平开放，进博会打开“机遇之门”

■本报记者 徐晶卉

第三届中国国际进口博览会进入倒计时100天，这一国家级综合性展会的新老朋友越来越多了，“连续三年参展”是很多参展商在当下的标注，“签约未来三届”是大量参展商对未来的期待。

中国对外开放的大门不会关闭，只会越开越大。进博会不断释放出进一步开放的鲜明信号，在参展商眼中，一个高水平开放的进博会究竟是怎样的？又能为企业带来什么机遇？参与者最有发言权。

### 机遇之门

只要有好产品，就能找到大市场

用最先进的技术与最庞大的市场需求充分对接，碰撞出璀璨的创新火花——这是进博会让更多展商意犹未尽的地方。如今，到进博会上进行“全球首发”已经是很多参展商的共识，因为这里的“机遇之门”敞开，只要拿出真本事，就能面对大市场。

德国米技今年将首发两款新品，其中Miji Star 3 Format-A嵌入式电灶产品是全球首发，二代可移动式烹饪厨房则是全国首发。“中国消费者对新科技尤为敏感，只要是好产品，在中国市场的消费潜力就会非常大。”品牌联合创始人李月颇有心得。

新西兰蜂蜜品牌荷塔威2018年才进入中国市场，但奈卡塔健康有限公司董事长于富民意识到，要在中国市场后起勃发，创新是最好驱动力。去年，荷塔威在进博会上全球首发一款“勺蜜”产品，订单量噌噌地往上涨，“今年，我们将主打三款产品，分别是可口腔杀菌的蜂蜜口喷剂、含麦卢卡成分的蜂胶、蜂蜜粉剂，均将在进博会上全球首发。”

进博会为各国企业打开“机遇之门”，这正是中国坚持高水平对外开放带来的结果。达能全球高级副总裁谢博认为，进博会体现中国在主动向世界开放市场方面所作的努力，有利于促进中国进一步扩大进口和消费升级，也有助于达能把世界各地先进的研发成果和优质产品更快捷带给中国消费者。

### 合作之门

“引路人”帮助“好收成”建立更强信心

距离进博会主场馆3公里的虹桥品汇，



迎接第三届进博会到来，绿地全球商品贸易港大屏亮起100天倒计时。

本报新媒体中心 张伊辰摄

约聚集70多家参展企业，来自柬埔寨的康健公司是其中之一。该公司的烹喷香牌香米去年首次参加进博会，但体积有点大——麻袋式量贩装的展品，让不少采购商心动却不敢下单。该品牌引进方东方国际观察到这一细节，在展会结束后，向康健公司提出了开发小包装的建议。第三届进博会迎来倒计时100天之际，这款一年只成熟一季的柬埔寨香米新品已经问世，放在虹桥品汇预热，人气颇高。品牌负责人兴奋地说：“我们对中国市场不太了解，还好有‘引路人’，让我们对进博会的‘好收成’更有信心了。”

今年，复星健康发挥生态资源整合能力，将在公共卫生防疫专区展示欧洲著名呼吸机品牌博毅雅、负压救护车、BodyTom自由移动式全身CT等在疫情防控中发挥重要作用的医疗健康产品。在上海复星高科技(集团)有限公司联席首席战略副官官陆皓看来，当前疫情在全球蔓延，世界唯有打开“合作之门”，才能共克时艰，实现共赢。

### 创新之门

云签约体现智慧和诚意，首店、首秀将齐发

作为全球销量第一的轮胎生产企业，米其林集团几乎不参加各类展会，在连续两届观展进博会后，今年决定叩开“机遇之门”。然而，签约准备期间，疫情暂时阻断了线下沟通。还能不能如期签约？米其林一度担心，但进博局很快给了创新方案——云签

约。2月底，米其林集团顺利签约第三届进博会。米其林集团中国区CEO韦伟杰盛赞云签约体现了“组织者的智慧和诚意”，“是创新之举、聪明之举，它透露出中国对展会如期举办的高度自信，进博会将成为经济复苏最有力的‘武器’之一。”

在很多参展商看来，中国积极在招商上创新，千方百计为展商客商打开“机遇之门”，是高水平开放的承诺，这给了企业足够信心，加速他们在中国发展的步伐。记者注意到，为更好参加今年进博会，不少参展商已经开足马力，力求“进博首秀”和“中国首店”齐发。来自埃塞俄比亚的咖啡品牌“埃塞酋长”去年带了三款咖啡豆前来进博会试水，今年又将带来六七款新豆，品牌项目负责人沈华透露，以品牌命名的咖啡店“全国首店”将于9月底在制造局路开业；法国奢侈品牌“卡洛夫”今年首次参展，场内则将带来88克拉黑钻的“中国首店”，场外则将于今年10月在绿地外滩中心开设中国首店。

## 《上海，共享精彩》 全新城市形象片 今天起展播

展现上海蓬勃活力，迎接  
第三届进博会到来

本报讯(记者徐晶卉)今天距离第三届中国国际进口博览会开幕还有100天，上海市新闻办推出全新城市形象片《上海，共享精彩》，展现上海的蓬勃活力，迎接第三届进博会的到来。

“开放、创新、包容”的上海，不断求新、不断发展，以人为本、处处出彩。世界人工智能大会云端峰会成功举办、上海国际电影节广受关注、“五五购物节”促进消费、ARJ21新支线客机加快交付、沪苏通铁路建成通车、“新基建”提升科创能级……以人为本的智慧型城市提升人民的获得感。2020第三届进博会，让我们相聚上海，共享精彩!

《上海，共享精彩》自今天起在各大媒体平台展播。

本报讯(见习记者张天弛)第三届中国国际进口博览会开幕倒计时100天即将到来之际，第三届进博会参展商联盟第一次会议昨天在国家会展中心(上海)举行，乳业专业委员会和公共卫生防疫专业委员会同时宣布成立。会上，35家参展商在现场签订了三年长期参展合作备忘录。

记者在会议现场了解到，本届进博会新增的公共卫生防疫专区已有近50家企业报名参展，涵盖公共卫生防疫领域90%的知名企业，其中世界500强及行业龙头企业有近40家，展览面积超过1万平方米。美国医疗器械及医药保健公司默沙东担任首届公共卫生防疫专委会会长单位，默沙东中国副总裁、市场准入与公共政策部负责人王晓晖表示：“默沙东将充分发挥行业影响力和带动性，推动更多企业加入进博会大家庭。”

食品及农产品展区乳业板块，全球乳业排名前八的境外企业有6家参展，食品展区参展的世界500强和龙头企业中，与乳业相关的约占三分之一。乳业专委会的参展企业数量多，展览规模大，展览面积近1万平方米。

据悉，接下来还将有更多的专委会成立。

在此次会议上，有35家参展商在现场签订了三年长期参展合作备忘录。这些企业大多为世界500强和行业龙头企业，着眼于和进博会长期共同发展，签“长约”体现了他们对深耕中国市场的坚定信心。

“在第三届进博会开幕倒计时100天到来之际，召开2020年进博会参展商联盟第一次会议，具有特别意义。”中国国际进口博览局副局长、参展商联盟秘书长孙成海说。对于联盟下一阶段工作，孙成海希望体现领军企业的行业影响力，展示优质企业的科技创新力，凸显展会核心纽带作用，发挥建言献策的智囊作用以及强化展商代表的桥梁作用。

中国国际贸易博览局副局长刘福学公布了第三届参展商名单，他表示，本次会议将是参展历史上承上启下的一次大会，“站在新的起点，面对新的挑战，各界对进博会参展商联盟的未来发展寄予了更高期望，大家要更紧密地团结起来，共商、共建、共同谋划参展更光明的未来，共同推动进博会越办越好，共享进博机遇。”

修订和完善后的参展章程也在此次会议上公布，今后参展商将引入牵头单位轮值机制，加强专委会功能，提升参展商血液自循环功能，充分调动和发挥参展商企业的参与热情和创造性，为联盟持续发展奠定良好基础。专委会将集中研究展示产品、技术和服务，为行业发展趋势分析提出建议，推动行业可持续发展；同时，整合行业全产业链资源，以大带小，带动关联企业参展，将进博会打造成为行业企业聚集高地。

联盟成立于2018年首届进博会期间，由展商自发倡议成立，旨在成为优质参展企业交流合作平台，连接参展各方信息与资源共享平台，以及为促进中国与世界各国(地区)之间经贸商务往来与发展建言献策的智囊平台。成立以来，成员企业发展迅速，目前已有142家企业加入，覆盖23个国家和地区。

# 35家参展商联盟成员「约定」三年长期参展

进博会参展商联盟成立乳业专委会和公共卫生防疫专委会

哪些抗疫产品和尖端技术未来会加入战“疫”队伍——

# 一批“全球首发”将亮相进博会防疫专区

■本报记者 徐晶卉 见习记者 张天弛

新冠肺炎疫情仍在全球蔓延，在战“疫”过程中，哪些防疫产品备受关注？哪些尖端技术未来会加入战“疫”行列？这是全世界都关注的焦点。

Air Estetic 医用个人防护系统、辅理善瞬感系列动态葡萄糖监测系统、连续性血液滤过机……第三届进博会第二场展前供需对接会聚焦医疗板块，今年进博会将重点打造公共卫生防疫专区，一批抗疫产品昨天提前亮相，加速展商、客商对接。

### 公共卫生防疫专区 成为对接会热点

约40家世界500强及行业龙头企业今年将现身进博会公共卫生防疫专区，一批“全球首发”将持续为疫情防控带来“全球智慧”。记者在对接会上看到，德国自然空气能量解决方案有限公司带来一款 Air Estetic 医用个人防护系统，它将在第三届进博会上进行“全球首发”。不仅如此，该公司还宣布与黑龙江省商务厅达成战略合作，拟在中国投资建设厂，加快医用防护用品的落地投产。

首次参展进博会的雅培昨天展示的 i-STAT 手持式血液分析仪和辅理善瞬感系列动态葡萄糖监测系统，曾跟随上海医疗队奔赴武汉火神山、雷神山医院。雅培快速诊断业务大中华区总经理仇建平介绍，第三届进



## 战“疫”新品

■ Air Estetic 医用个人防护系统、辅理善瞬感系列动态葡萄糖监测系统、连续性血液滤过机……今年进博会将重点打造公共卫生防疫专区。约40家世界500强及行业龙头企业今年将现身进博会公共卫生防疫专区，一批“全球首发”将持续为疫情防控带来“全球智慧”

图为 Air Estetic 医用个人防护系统。本报见习记者 张天弛摄

病患的生命”。

### 医疗展区“中国首秀” 加速市场化

据中国国际进口博览局副局长刘福学介绍，医疗领域许多参展商在疫情期间签约，纷纷扩大了参展面积。今年的展商阵容强大，昨天参加对接会的辉瑞、默沙东、强生、罗氏、雅培等公司，在行业内都具有广泛影响力和带动力。

将在第三届进博会医疗展区进行“中国首秀”的 ROSA 高精度外科手术机器人，来自于捷迈公司。其市场经理王文超告诉记者，今年1月，该产品刚刚获得国家药监局的上市许可，而11月亮相的展品将是升级版，可以“跨领域手术”，既能处理神经外科方面的手术，也能处理

脊柱、关节等骨科手术。

强生最新研发的4K超高清内窥镜摄像系统，将在今年进博会上进行“中国首秀”。这款关节内窥镜首创载实时复原超高清4K画面的技术，与以往高清内窥镜镜头相比，成像更清晰，能让医生更精细地分辨出各处软组织结构。强生(上海)医疗器械有限公司高级产品经理罗文彬告诉记者，这款内窥镜已在中国实现了本土化生产。

### 展商对接预示进博会火爆趋势

昨天，卫生健康委交易团、地方交易团、中国医疗器械行业协会等邀请了一批专业医疗机构和流通企业，包括瑞金医院、华山医院、中山医院、新华医院等参与对接，现场气氛热烈，预示着今年进博会火爆趋势。

中国医疗器械行业协会早早就向2000家会员单位发布了进博会对接会信息，昨天组织了上海及周边地区30多家会员单位来面对面接洽。协会副秘书长胡慧慧表示，此次组织企业对接，一方面是向境外企业学习经验；另一方面也是为加强采购，解决一些原材料短缺的问题，促进行业健康快速发展。

“今年进博会，我们更关注感染控制的技术、产品和急救设备，计划在防疫专区重点寻找相关产品。”国药控股股份有限公司器械业务发展部部长吴斌昨天带着业务骨干前来对接。在第三届进博会上，国药控股还将配合海南博鳌医疗先行试验区，向参展的外资医疗企业推广宣传当地的先行先试政策，推动国内急需的重症、急救产品尽快进入中国市场。



中国·上海 | 2020.11.5—11.10