

欧洲自营航线启航,到2025年自主品牌欧洲市场销售目标力争突破10万辆

力推“欧洲攻略”,上汽国际化发展再提速



昨天,上汽旗下运载量最大的汽车滚装船——“上汽安吉凤凰号”停泊在上海海通国际汽车码头,搭载近1800辆MG新能源汽车驶向欧洲。

■本报记者 王翔

昨天,上汽集团宣布欧洲自营航线首发启航,旗下运载量最大的汽车滚装船——“上汽安吉凤凰号”搭载近1800辆MG新能源汽车驶向欧洲,上汽国际化发展再提速。上汽还发布拓展欧洲市场目标:至2025年,在全球车企巨头重兵布阵的欧洲,上汽自主品牌市场规模力争突破“十万辆级”。

面对“电动化、智能网联化、共享化、国际化”行业发展趋势,上汽集团将坚持推动创新转型,不断扩大品牌影响力,加快培育国际竞争力,以更绿色、更智能的产品,为全球消费者带来更好的汽车生活体验。

全产业链出海,海外销量逆势增长

据悉,今年1至9月,上汽克服疫情影响,实现海外整体销量22.1万辆,继续保持国内行业第一,占中国车企海外总销量的三分之一,“海外每卖出三辆中国车,就有一辆是上汽造”。其中,上汽自主品牌海外销量达14万辆,逆势大涨24.7%。作为中国汽车单一品牌出口冠军,MG品牌在欧洲已实现销量近2万辆,新能源车产品占比近50%。

上汽在海外实现逆势增长的关键,在于开创了一条中国车企“走出去”的差异化道路。作为中国首家有系统、有规划、成建制“走出去”的汽车企业,上汽在海外构建了包括创新研发中心、生产基地、营销中心、供应链中心及金融公司在内的汽车产业全价值链,产品和服务已覆盖全球60余个国家和地区,打造了超过750个海外营销服务网点,形成了泰国、英国、印尼、智利、中东等七个“规模级”海外市场。上汽旗下华域零部件在海外拥有95个生产研发基地,安吉海外全价值链汽车物流业务覆盖近40个国家。

欧洲航线首发,“十万辆级”市场在望

在市场产品策略方面,上汽集团也采取差异化打法:在成熟市场,以电动车为切入点;在新兴市场,侧重于探索差异化的智能网联技术。在欧洲,通过抢抓新能源汽车市场发展机遇,今年1至9月,上汽MG和MAXUS新能源汽车销量近1.2万辆,创下历史新高。依托自身强大的技术实力,上汽新能源汽车的安全性、寿命和里程数业内领先,2019年MG EZS成为Euro NCAP历史首款获得五星安全评价的纯电动小型SUV,得到以严苛著称的欧洲消费者的认可。

此次欧洲自营航线的启用,将有效

缓解上汽当地销售网点的交付压力,大幅缩短欧洲用户的提车时间。目前,上汽集团自主品牌MG和MAXUS已“登陆”英国、爱尔兰、荷兰、比利时、卢森堡、挪威、丹麦、冰岛、法国、德国等十余个欧洲国家,年内销售及售后服务网点将超过200家。未来,上汽计划推出更加丰富的电动车产品进入欧洲市场,力争2025年把欧洲升级成“十万辆级”市场。

拥有4条海外航线,东西双向全球布局

另外,上汽旗下的安吉物流已成为全球领先的汽车零部件和整车物流企业,每年整车物流业务达到千万辆规模。作为上汽全球供应链中心的重要组成部分,安吉物流不仅在境内打造了强大的铁路、公路和水路物流体系,还积极在海外建设运输网络,为海外产销保驾护航。2016年,安吉物流率先开辟中国自主运营的第一条滚装国际航线——中国至东南亚航线。2019年又开辟了南美西航线,打造从中国到南美西的最快捷航线。

开通欧洲航线后,上汽已拥有东南亚、墨西哥、南美西、欧洲4条国际航线,初步形成东西双向全球航线布局,更安全、更高效的全球供应链体系正在逐渐成型。



第三届进博会消费品展区远超规划面积,围绕“新”生活、“酷”科技、“最”潮流 打造世界品牌集聚地、全球新品首发地和国际潮流引领地

800多家展商将诠释“美好生活新风尚”

■本报记者 徐晶卉

松下电器将全球首发全新型号纳米水离子发生器,欧莱雅将推出全球首款家用定制化妆品配方概念产品 Perso……诠释“美好生活新风尚”,第三届进博会消费品展区将是全球商业巨头携新品首秀集中地。

“今年进博会消费品展区展览面积达到9万平方米,远超规划面积,800多家展商参与,其中包括30多家世界500强及行业龙头企业。”消费品展区负责人陈文璇介绍,围绕“新”生活、“酷”科技、“最”潮流三大方向,消费品展区将打造世界品牌集聚地、全球新品首发地和国际潮流引领地。

打造世界品牌集聚地

记者获悉,消费品展区将设立美妆及日化用品、家居用品及礼品、智慧生活及家

电、母婴及儿童用品、运动及户外休闲和时尚潮流及艺术品等板块,行业集中度逐步提高,打造世界品牌集聚地。

陈文璇介绍,在美妆及日化用品板块,全球十强化妆品集团排名前五的欧莱雅集团、联合利华集团、雅诗兰黛集团、宝洁集团、资生堂集团悉数参展,爱茉莉太平洋集团、花王集团等众多美妆日化行业龙头将携超过400个进口品牌参展,一系列行业顶尖科技产品及全新品牌将首次亮相。

欧莱雅中国区副总裁兰珍珍介绍,集团旗下五大新品牌将在第三届进博会上首秀,同时推出一系列全球首发、亚洲首发新科技和中国首发新品,如亚洲首发的全球首款家用定制化妆品配方概念产品 Perso,以及全球首款不含电池的便携式肌肤环境检测仪——理肤泉“小针探”。资生堂中国经营战略本部本部部长谷直子透露,代表资生堂集团最高端的奢华护肤

品牌“THE GINZA”将首次亮相,“与树木共生”的高端护肤品牌“BAUM”将是在日本国外的首次亮相。

在智慧生活及家电、家居用品及礼品板块,包括松下、三星、博西家电、卡赫、福维克等行业龙头及细分行业隐形冠军在内的200余个品牌将参展。

时尚潮流及艺术品板块汇集了历峰集团、开云集团、爱特思集团、迅销集团、泰佩思琪集团等行业巨头,它们将携超过100个旗下高端定制品牌及休闲服饰共同参展,部分品牌的联名款、定制款、限量款将在第三届进博会上首秀。其中,瑞士历峰集团旗下伯爵品牌将在中国首发厚度仅为2毫米的世界最薄机械腕表,厚度仅相当于一枚硬币。

首次设立体育产业专委会

本届进博会参展商联盟的纽带作用不断

增强。目前,日化消费品专业委员会、体育产业专业委员会已相继成立,为境外企业提供高质量、跨领域、全方位的经验分享平台。

陈文璇介绍,体育用品及赛事专区展览面积达7300平方米,将打造集篮球、跑步、网羽、骑行、帆船、铁人三项、室内健身和电子体育为一体的商贸平台。耐克、迪卡侬、NBA、亚瑟士、斯凯奇、尤尼克斯、任天堂 SWITCH、亚洲电子体育联合会、F1电竞等25家全球企业参展,首次参展企业占比超过90%。

耐克是首次参展进博会,公司大中华地区市场活动高级总监林颖表示,他们将重点打造 Move to Zero 工作坊,邀请多名艺术家利用回收物作为原材料进行现场创作,将可持续创新和发展理念进行艺术呈现。迪卡侬此次将携旗下全产业链6家子公司和40个子品牌参展,其大中华区副总裁王亭亭介绍,企业将全球首发充气皮划艇 KAYAK 500。

高质量完成最后阶段筹备工作

进博会组委会全体会议召开

新华社北京10月20日电 中国国际进口博览会组委会第四次全体会议20日在京召开。国务院副总理、组委会主任胡春华主持会议并讲话。他强调,要认真贯彻落实习近平总书记重要指示批示精神,在有效做好疫情防控工作同时,高质量完成最后阶段各项筹备工作,确保第三届进博会取得圆满成功。

胡春华指出,办好第三届进博会对于充分展示我国抗击新冠肺炎疫情斗争取得的重大战略成果和坚定不移全面扩大开放的决心,推动形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,都具有重要意义。要聚焦重点任务和关键环节,精心筹备好开幕式等重大活动,认真办好虹桥国际经济论坛及配套活动。要确保企业展出办出水平、办出成效,切实提升展品质量,争取好的成交效果。要坚决把疫情防控措施贯彻到进博会的全过程、各环节,确保重点人群、重点区域、重点展品的防疫措施落实到位。要精益求精,继续扎实做好安保、宣传、服务保障等工作。各成员单位要进一步增强紧迫感和责任感,加强协作配合,齐心协力做好最后阶段的筹备工作。

中国国际进口博览会组委会各成员单位参加会议。

半小时内60余吨展品顺利入境

本报讯(记者何易|周辰)随着会期临近,参加第三届中国国际进口博览会的各国展品集中于近日运抵上海。昨天下午2点半到3点,来自德国、丹麦和新西兰的总计60余吨展品顺利入境,等候通关申报。

德国和丹麦的展品搭乘“中远海运金牛”集装箱轮靠泊洋山港二期码头。德国参展商带来了7天分装式药盒、厨房用具、清洁工具等十多种类别展品,总重400多公斤;丹麦参展商带来的婴幼儿配方奶粉足足4个高箱,总重60多吨。

洋山边检等口岸查验单位和盛东码头公司密切配合,助力展品安全高效卸运入境。据悉,该轮10月2日驶离埃及塞得港后,经18天航行抵达洋山港,途中全船船员健康状况正常,且抵港后无船员换班需求。确认以上情况后,洋山边检站凭申报直接为船舶办理了入境检查手续,在严格落实防疫措施的前提下,为展品第一时间卸船转运提供便利条件。

达飞轮船公司船舶“澳航贝尔威亚”(Bellavia)集装箱轮载运着新西兰国家展品抵达上海外高桥口岸。该货轮上的展品总重达1.7吨,来自新西兰的奶粉和保健品总计装满了5个高箱。

为兼顾疫情防控和展品顺利入境,外高桥边检站利用船舶信息提前了解“澳航贝尔威亚”轮入境前30天轨迹,掌握船舶在各港口停泊情况和展品起运情况,并要求代理申报全船船员身份信息、登船时间、地点、身体状况等信息数据,预判涉疫风险。在船舶靠港前,外高桥边检站通过上海国际贸易单一窗口“边检许可服务平台”为船舶办理预检手续,保障船舶靠港后便可立即卸运作业。在确认了该轮9月24日驶离新西兰奥克兰港后,途中全船船员健康状况正常,且抵港后无船员换班需求等信息后,外高桥边检站凭申报直接为船舶办理了入境检查手续,在严格落实防疫措施的前提下,为展品第一时间卸船转运提供便利条件。

全球行业龙头企业“加码”投资,外资“新锐”纷纷前来落户

进博会溢出效应!近30个展商项目扎根陆家嘴

■本报记者 唐玮婕

从首届进博会到第三届进博会,来自全球的很多“新朋友”成了浦东陆家嘴的“老朋友”。这里不仅吸引到一批全球行业龙头企业“加码”投资,还有不少外资“新锐”也纷纷前来落户。

记者昨天从上海自贸试验区陆家嘴管理局获悉,包括进博会“网红”参展商西班牙伊比利亚火腿品牌 La Encina(拉恩西纳)、以色列企业 Watergen(沃特金)在内,目前已有近30个进博会展商项目在陆家嘴扎根,进博会溢出效应不断放大。

“从推动企业参展进博会,到吸引外商来华投资,我们形成了一套深度服务进博会的工作机制,也把承接进博会溢出效应的服务理念融入到我们日常的工作中。”冯

吉是陆家嘴管理局招商团队中的一员,已经服务过多家进博会展商,“我们会定期与企业展开互动,了解他们发展的动态信息,提供一个在华投资、业务布局和资源整合的最佳发展平台。”

在陆家嘴滨江金融圈,新注册的沃特金公司正在抓紧完成新办公室的装修。这家公司参加第二届进博会后,充分感受到中国市场的潜力,决定把一个创新研发项目——空气制水机引进来,开拓新的业务空间。通过进博会“相中”沃特金后,陆家嘴管理局为公司组建了专门的服务团队,在项目设立初期,就深入了解其未来发展规划。最终,这个项目得以快速落地,并借助陆家嘴的平台,把业务逐步辐射到中国市场。

沃特金中国区首席代表伊万告诉记者,除空气制水机项目外,今年又在中国投

资三个项目,其中两个将参加第三届进博会,“我们已决定在陆家嘴设立管理型总部,这也充分显示公司对中国市场发展的信心,以及对陆家嘴开放、创新的营商环境的高度认可”。

搭建平台引外资,越来越多的进博会参展商正在“变身”为陆家嘴的投资商。冯吉告诉记者:“为积极服务进博会参展商,承接进博会溢出效应,我们会继续打造陆家嘴‘专业服务’的品牌,向企业提供个性化、专业化的‘一企一策’战略服务方案,为企业参展进博会、在陆家嘴提供全方位服务。”

在陆家嘴管理局的精准推动下,今年共有8家全球龙头企业首次参展进博会,包括达索系统、卓佳和玛泽、世邦魏理仕和第一太平戴维斯、意柯那、优普、历峰集团等。同时,区域内还有40余家企业参展第三届进博会,把进博会作为一个舞台,向世界展示最好的

产品和最佳的服务。

“意柯那今年是首次参展进博会,作为一家全球性的设计公司,我们为中国80%的汽车主机厂提供设计服务。”在意柯那工业设计集团总经理哥伦布看来,进博会的大平台可以给企业带来更多的合作机会,“我们会展示两台概念车,一台无人驾驶汽车底盘以及一台可以充当讲解员的消毒机器人。”哥伦布还透露,意柯那已经在计划“加码”投资中国市场,“把更多设计新理念应用到智慧城市、人工智能、无人驾驶以及智慧农业之中。”

外资企业从参与进博会,到深耕中国市场,陆家嘴将搭建更多的业界交流平台,促进重点企业与来自全球的参展商采购商交流互动,让企业能在陆家嘴互为机遇、互为供给、互为动力,让进博会孕育的大商机尽快转化落地,构建起最优产业生态圈。

出租车行业开展动员,上海港举行应急演练

从陆地到水上,做好进博会安全保障

本报讯(记者张晓鸣)出租车是否够安全?水上发生危机事件怎么办?第三届中国国际进口博览会开幕在即,上海昨天举行的一场动员会和一场演练,展现了从陆地到水上的安全保障能力。

昨天,市交通委道路运输局、市道路运输事业发展中心与市出租汽车暨汽车租赁行业协会在国家会展中心(上海)举办“冲刺15天”服务进博动员活动。本届进博会期间,出租汽车行业将严格落实防疫要求,加

强营运车辆消毒和驾驶员个人防护。本市出租汽车行业还将调集全行业保障力量,在确保疫情防控措施落实到位前提下,满足参展人员等个体出行需求;设置东、西、北3个出租车到客点,以及P6离场出租车上客点和P21二级蓄车场,具备客流高峰日离场调度4000辆次运力的保障能力;五大骨干企业公司将配备纯电动出租车近2500辆,组建新能源出租车进博会专属保障车队。

昨天上午,2020年上海港船载危险货物突发事故综合处置应急演练举行。演习包括启动应急响应、交通管制、危化品泄漏远程监测、泄漏集装箱应急处置等8个科目。演习启用了集装箱化可移动“海上危化品突发事故现场应急指挥辅助平台”,发挥危化品跟踪监测无人机、综合北斗技术的海上搜救漂流标等多项国内首创的科研成果。

右图:2020年上海港船载危险货物突发事故综合处置应急演练。(上海海事局供图)

