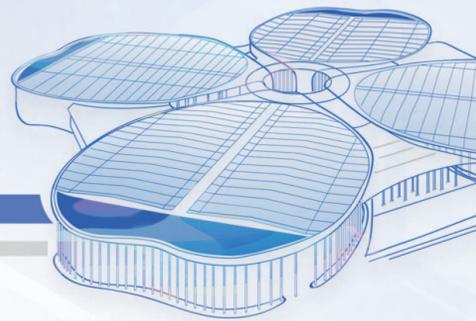




第三届中国国际进口博览会



场外消费者对进博会的一切都充满兴趣——

借助直播“种草”，全球都是进博会的“会场”

■本报记者 徐晶卉

“大家好，我是比尔盖茨喵，我正在进博会的展区直播间向大家直播。”第三届进博会开幕第一天，小红书的首场带货直播就已开启，在参会人员中，小红书博主“比尔盖茨喵”面对镜头，滔滔不绝地介绍起展品来，“种草”更多消费者，即把产品分享给推荐给他们，让他们也喜欢。

在全球疫情蔓延的当下，直播带货成为当红的营销模式，直播也成为第三届进博会上一道新的风景线：一个个展台搭建起透明的直播间，小红书等在线新经济平台甚至开启专属的“云逛进博会”。就像一位参展商所言，借助直播方式，全国甚至全球都是进博会的“会场”，把进博会的展品更好地传播出去。

进博会成为直播间“高频词”

刚吃过午饭，“比尔盖茨喵”就在直播间准备了。她说，在进博会直播是最特别的，因为这里有很多全球首发，中国首发，是小红书“朋友圈”里年轻人的最爱，“在这里，我会以最快的速度把首发展品介绍给大家”。

尽管是一场直播，但画面内外很不同。从外往里看，直播间里只有“比尔盖茨喵”一个人，但直播屏幕上却热闹非凡，“进博会”三个字刷了屏。以至于直播期间，“比尔盖茨喵”还兴致盎然地介绍了她所在的位置——位于“四叶草”圆心的上海综合形象展区，“场外的消费者对进博会的一切都充满兴趣”。

昨天，“直播一哥”李佳琦也来到进博会的消费品展区，以“接力式”行业新品直播的方式，为场外观众直播“进博会的美好”。他走到ACCESS集团展台，拿起一款全球首发的戴莉丝藏红花精华，向镜头里的粉丝介绍西班牙顶级藏红花的功效，他又回到“老东家”欧莱雅集团，面对镜头介绍亚洲首秀的一款香水。

除了真人直播，二次元界的虚拟主播也在进博会“首秀”。“大家好，我是实习主播，今天将由我带领大家抢先体验新奇、高精尖的展品。”伴随着一声甜美的嗓音，一位“元气少女”亮相了，因为身影“虚无缥缈”，“她”在5分钟内穿越四个展区，还与现场展商进行实时互动。

企业从直播中窥见消费者“小心思”

直播，一头连着本届进博会最酷炫的

六大展区，一头连着场外的消费者，它的神奇魅力在于，哪些产品受欢迎，哪些产品有“爆款”潜力，场外的反馈就是最好的答案。

“这个质地像双皮奶一样。”李佳琦在ACCESS集团展台看到“豆腐面膜”时忍不住这样评价。这款被他点赞的面膜属于新西兰品牌诗娃，是当地高级美容院的“御用”产品，但在国内认知度不高。直播时的互动让该品牌展台负责人有些激动，他说，预计今年12月诗娃产品会进入中国与消费者见面。

主播都是行家，直播的选品本就折射出行业的风向标。作为参展商，很多企业都会关注主播，试图从主播敏锐的视角来判断护肤品的潮流走向，窥见消费者的“小心思”。据了解，ACCESS集团今年在进博会上展出的不少新品，都是根据消费趋势来打磨的，比如，中国消费者使用泥膜面膜的分装化趋势越来越明显，此次集团旗下的品牌蔓素就带来了四色泥膜，便携式的胶囊罐装一次一粒，符合中国消费者的喜好。

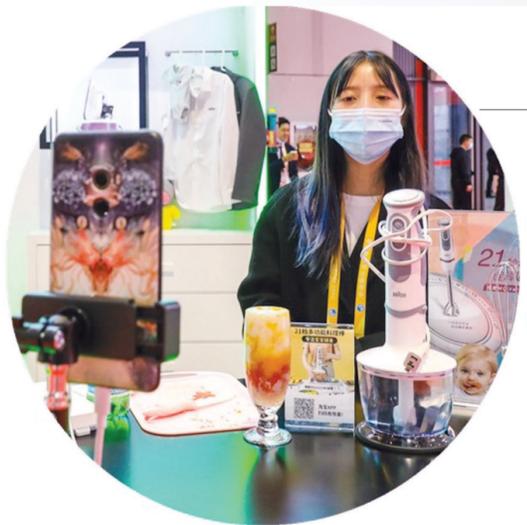
全球盛会通过直播被深度“种草”

直播成为今年进博会的一道风景线，在德勤亚太消费品及零售行业主管

合伙人张天兵看来并不意外，“在过去半年里，疫情加速了消费者对直播带货的认可度，给刺激市场消费带来了正面影响。”从德勤的数据报告来看，直播带货的消费群体直线上升，越来越多的人习惯于在主播引导下进行消费，他说，直播拉近商家与消费者的距离，可大大助力跨境消费增速。

通过直播，进博会的溢出效应变得更显著。进博会的“老朋友”麦德龙搭建起数字直播间，将展馆延伸到线上，与场外消费者“零距离”互动交流。昨天，麦德龙、多点Dmall的一场联合直播中，来自20多个国家和地区的牛羊肉、海鲜、葡萄酒、咖啡、甜点都登场了，在展区大受欢迎的明星商品，不仅吸引现场的采购商、参观者，更通过主播的介绍，触达场外线上更大数量级的消费者。

无论是“最美”的消费品展区，还是“最美味”的食品及农产品展区，直播镜头不间断地把场内的精彩传递到场外。小红书公共政策部总经理熊能表示，小红书将继续发挥好全球品牌成长阵地的平台作用，推动更多优质品牌进入中国、融入中国，“让这场世界级盛会通过直播被中国甚至全球消费者深度‘种草’”。



在消费品展区，一位主播在展台现场带货。 本报记者 叶辰亮摄

朵云书房第三次亮相进博会

书香怡人!“四叶草”内飘来一朵美丽的“云”

■本报记者 董薇菁

在进博会新闻中心，有一片安静、舒适的“山水秘境”，它便是世纪朵云精心打造的朵云书房——参展者停下脚步的心灵驿站。纯白的风格、圆拱形的门廊让人一望便知是“朵云”，简洁宽敞的书桌、多功能的插座和精品选出的书架，应服务本届进博会而生，更集中展现了上海书香文化的品质风貌。

这是朵云书房第三次亮相进博会，新的文化体验和消费层出不穷。升级版藏书票纪念章、文创商品、豆瓣书架、静音仓……这些具有跨界融合思维、互联网思维的产品，深受读者喜爱。开幕仅一天，“52 我爱上海徽章”就售出了100多枚。

特色主题专区展现上海出版的“软实力”

入驻进博会的朵云书房，依旧延续了优雅、安静、舒适的一贯风格。400余种800多册海派文化著作，打造出一个特色主题专区。2020年上海书展精品选书也在其中，展示了上海出版的“软实力”。《大上海》《这里是上海：建筑可阅读》《上海城市品格读本》《繁花》……全方位展现这座城市的方方面面，让人们在阅读中感受上海的历史文化与精神风貌。

以新近出版的《大上海》为例，该书以纪录片《大上海》为蓝本，收录200余幅珍贵档案图片，全景展现上海开埠170多年城市历史轨迹。50余平方米的空间内，精心陈列了诺贝尔文学奖、伦敦书评书店专区、豆瓣精选、迷你口袋书等诸多多品类共2000多册书籍，比去年多出400余册，涉猎广泛的爱书人有了更多个性化的阅读选择。“迷你口袋书”应当下阅读习惯而生，倡导读者利用碎片化时



在进博会新闻中心一侧，朵云书房为记者们打造一方休憩的文化天地。

本报记者 叶辰亮摄

特制版藏书票纪念章 彰显浓郁海派风情

保留“传统”之外，朵云书房在本

届进博会上的亮相也迸发出新的灵感。在朵云书房，参观者可以看书、休憩，也可与五湖四海的来客闲聊。照片主题墙上，呈现了往届国内外记者朋友在朵云书房阅读、挥毫泼墨时留下的影像。

往届进博会广受好评的朵云书房藏书票服务，今年迎来了升级。世纪朵云特别设计了六款精美的藏书票，进博会期间每日推出一枚藏书票，供人们敲章体验和留念。国际藏书票通行拉丁文“EX-LIBRIS”赫然在目，这尚属首次。

六套藏书票的图案元素涵盖了“进宝”吉祥物、朵云书房、小笼包和城隍庙、陆家嘴东方明珠、环球金融中心、上海中心、百乐门等“上海特产”，海派风情浓郁。

其中一枚藏书票上的牌楼造型建筑不常见。据陈宇介绍，这是坐落于徐家汇的土山湾牌楼。土山湾曾经是上海的一个重要历史和文化地标，1854年，土山湾高地建起了孤儿院、工艺坊、画院等

设施，成为中国西洋画的发源地，一代美术大师徐悲鸿就深受土山湾绘画影响。据透露，在不久的将来，徐家汇教堂广场将造起或许是上海最大的书店——徐家汇书院，在三层挑高的中庭内，土山湾牌楼将以3D打印的方式重新被复刻。

书房里，还汇集了朵云最具上海特色的原创好物。上海方言搪瓷杯、“52 我爱上海徽章”和包包、朵云印象丝巾、诗歌店建筑小夜灯等，既复古摩登，又韵味十足。其中，徽章已经成为朵云书店文创设计中的爆款。记者发现，一套以中国传统“五行”元素为概念设计的徽章，造型简约别致，创意独特，“金木水火土”分别对应五种颜色，让消费者忍不住想集齐全套。

今年，朵云书房还新增静音仓——一个绝对安静的工作之处，方便记者写稿、录音、连线。使用静音仓需要预约，“一小时一约，几乎没有空档，说明这项服务做到了记者的心坎上。”陈宇说。

进博会贸易投资对接会今明举行 首设夜场线上撮合会，对接位预订火爆

本报讯（见习记者张天弛）第三届中国国际进口博览会贸易投资对接会将于今明两天在国家会展中心（上海）72号馆举行。据悉，本届进博会首设的对接会线上撮合夜场将于今晚举行。

昨天下午，记者来到7.2号馆，实地探访贸易投资对接会的筹备情况。“目前对接会现场已全部准备就绪，就等参展、采购双方到来了。”对接会筹备负责人陆嫣一告诉记者。记者注意到，今年的对接会还是由中国银行承办。近1万平方米的现场整整齐齐地摆放着80张“一对一”洽谈桌。陆嫣一介绍，考虑到常态化疫情防控要求，今年缩减了现场洽谈桌的数量，每张桌子配备的座椅也从前两届的6个减少到4个，“虽然面对面的洽谈减少了，但线上对接位预订火爆”。

一旁的视频远程洽谈区内，工作人员正在进行最后的信号调试工作。“参展商将在这里视频连线不在现场的采购商。”工作人员告诉记者，视频信号调试工作压力较大，“因为每年都有参展商在视频洽谈间外排起长队等待洽谈”。

“今年针对阿根廷的红酒产业首次增设了夜场线上撮合会。”陆嫣一介绍，因为北京时间与阿根廷时间相差11小时，为了更好地给国际展商提供全天候的便利服务，因此承办方特地增设了撮合会夜场，“北京时间6日19时，现场采购商将通过视频连线阿根廷红酒展商”。

值得注意的是，前两届的供需对接会在今年改名为贸易投资对接会，“我们在对接供需之外，还增加了供企业进行路演、吸引投资的投资推介区。”陆嫣一介绍，投资推介区包括六间现场路演房间和一间“中银直播间”，供企业进行视频展演。

中国今年前三季度实际使用外资逾千亿美元 外商在华投资信心没有改变

■本报见习记者 张天弛

在昨天举行的第三届进博会首场新闻发布会（外商投资专题发布会）上，商务部外资司司长宗长青介绍了今年前三季度的外商投资情况。1月至9月，我国实际使用外资达1032.6亿美元，同比增长2.5%（折合7188.1亿元人民币，增长5.2%），首次实现美元、人民币两项累计指标“双转正”。

“这再次证明，中国超大规模市场对外资的吸引力和综合竞争优势，外商长期在华投资的信心没有改变。”宗长青说，预计第四季度外商投资仍将延续当前稳中向好的态势。

据现场发布的《中国外资统计公报2020》显示，2019年，中国新设立外商投资企业4.1万家，实际使用外资金额1412.3亿美元，同比增长2.1%，规模居全球第2位，占全球FDI（国际直接投资）总量的9.2%。宗长青介绍，截至去年12月，中国累计设立外商投资企业100.2万家，累计实际使用外资金额达2.29万亿美元。

引资规模再创新高，引资结构和质量也进一步优化。数据显示，2019年我国第三产业实际使用外资金额同比增长10.3%；其中，科学研究和技术服务业、信息传输、软件和信息技术服务业实际使用外资金额较上年分别增长63.9%和25.9%。宗长青透露，去年外商投资企业缴纳税收2.87万亿元，占全国税收收入的18.2%。

宗长青表示，吸收外资的这些成果得益于去年我国在扩大市场准入、完善外资政策、加强法治建设、提升开放平台、优化营商环境等方面打出的“组合拳”。宗长青透露，“十四五”时期，我国将继续扩大对外开放，同时，持续完善外资管理体制和进一步优化营商环境。

新时代 共享未来

CIIE



NEW ERA, SHARED FUTURE