



上海交易团大型零售采购商联盟意向签约交易额已达19.68亿元

“健康消费”装满上海“买手”购物篮

■本报记者 徐晶卉

19.68亿元！这是截至目前上海交易团大型零售采购商联盟意向签约的交易金额，涉及49个采购项目，昨天更是一口气签下36个项目。

第四届进博会展期过半，“买买买”落锤的喜讯不断传来，上海交易团的各家采购商都买了些啥？本报记者跟踪采访了包括百联、绿地、叮咚买菜、众安等在内的一批上海“买手”，发现“购物篮”里装的无论是实物商品还是服务合同，“健康消费”都是共同的关键词。

参展商和采购商都更看好健康消费

上海交易团大型零售采购商联盟昨天的集体签约中，百联集团一口气签下33个项目的“豪单”，签约总额达11.57亿元，意向采购金额较去年同比上升超过10%。

其中，联华股份与新西兰、丹麦、马来西亚、俄罗斯等国的6家知名企业及商贸公司签约，采购内容涉及乳品、休闲食品、冲饮、家庭清洁等8个品类；百联优安作为进口食品供应链集成服务平台，与智利蓝宝堂、德国凯菲斯奈特、法国吉伯通、塞浦路斯芬特乐、越南TIPO、巴西BARRA MANSA、阿根廷Friar、巴西Estrela、马来西亚水产等13家企业集中签约。“扩大品类、扩大品牌、扩大采购规模”——联华超市股份有限公司总经理种晓兵对采购清单作出总结。

在全球疫情仍在蔓延的当下，“大健康经济”进入上行通道。“我们今年将加大健康线产品的引入。”来自伊供应链总裁张丽华坦言。昨天，来伊份与韩国易买得等5家企业签订了近两亿元的大单，品类覆盖水果茶、饮品等，加快深海产品和健康线系列的开发。

绿地贸易港已连续四年“买买买”，在绿地集团总裁助理、贸易港集团总经理薛迎杰看来，每年采购的商品都在发生变化，“一方面是采购商在变化，根据中国消费者的需求调整采购订单，另一方面，海外参展商也在积极变化，带来更加贴合中国消费者口味、审美、喜好的商品”。他说，健康消费是近两年参展商和采购商共同看好的趋势。



进博会期间，众多中外客商在进博会平台上对接供需，成就梦想。图为服务贸易展区现场。

本报记者 叶辰亮 制图：李洁

域，从某种程度上也反映了中国消费市场的走向。

进博会展品到商品实现“零时差”

作为健康消费的细分赛道，保质期更短的进口展品如鲜牛乳、水果等品类，也是上海买手们购物篮里的香饽饽。

前天，新西兰乳品巨头恒天然在进博会上亚洲首发进口空运安佳鲜牛乳，保质期只有18天，但它依然成为上海“买手”盒马鲜生的采购目标。

当天，盒马、恒天然、南航3家企业牵手，在国际货运航班的稳定性和运费上达成一致，将实现进博会零时差“展品变商品”。盒马商品品牌中心总经理肖路告诉记者，过去一年，盒马的低温鲜奶销售同比增长10%，此次“新西兰鲜奶空运当日达”是盒马在进口商品全球化定制上的新尝试，未来这款鲜奶销售将有

固定时间表：每周二生产，周三直飞中国，周四即可到达消费者餐桌。

由于全球货运资源紧张，今年运输车厘子的空运航班减少了50%，但智利仍将最好的果实送往中国，并且出现在进博会的展台上。就在开幕当天，上海交易团的叮咚买菜与智利头部车厘子种植出口商吉制以及供应链企业签署采购协议。谈及“买买买”的理由，叮咚买菜负责人说，是因为上海的消费市场太旺了，“今年我们的车厘子美食季已经开始，首批上架后的销量同比增长80%，估计平台上今年车厘子的销售额将突破4亿元，因此赶紧先签下大单”。

健康服务解决方案也是“心头好”

除了实体商品之外，与健康有关的服务也是上海买手们的目标对象。昨天，众安与勃林格殷格翰签约，旨在让国际先进的卒中预防及治疗专业经验惠

及更多患者，共同推动国内卒中管理水平提升。

数据显示，我国每年新增约350万卒中患者。脑卒中已成为中国人生命健康的最大致残和致死疾病。卒中后，患者可能会产生感觉、运动、认知、语言、情绪和精神等方面的后遗症，其中，70%至80%的患者因不同程度的残疾而需要照护，这给患者、家庭、社会带来沉重的负担。

为了让先进的康复治疗普惠更多患者，众安与勃林格殷格翰携手在卒中患者全生命周期服务上展开一系列合作。一方面，通过众安的患者福利平台提供科普，提高患者对于康复的认知；另一方面，众安与勃林格殷格翰旗下穿达康合作，为众安保险“尊享e生”产品客户、患者福利平台的用户提供免费康复体验。众安健康生态医药业务负责人马劫表示，企业将持续发挥自身在大健康领域的生态优势，提升先进医疗科技的普及性，为健康中国建设贡献力量。

■本报记者 王嘉琦

为期3天的第四届进博会贸易投资对接会昨天落幕。一组数据显示了参展商、采购商的满满热情：线下60张洽谈桌、云洽谈100桌，共进行2200轮次洽谈会，吸引超3500家企业报名参会。

首届进博会上，供需对接会在国家会展中心(上海)6.2馆举行。今年，贸易投资对接会重回故地。不少细心的展商客商留意到，推介区变了模样，原先的密闭演讲厅变成了开放式圆厅。一位负责人笑称，“有点像婚庆”。其实，这未尝不是一次由“专业红娘”牵线的“贸易佳缘”。

一张小小的洽谈桌，一边是参展商，另一边是采购商，双方用专业术语来回往复，“同频”了就能确立初步合作意向；云端之上，无法亲临现场的参展商、采购商则“隔屏”同享进博会红利。一桩桩“姻缘”就这样在进博会上得以延续。

展商变投资商，畅通国际贸易投资新路径

相较往年，今年贸易投资对接会新设了投资推介区。在短短3天时间里，上海各区政府、产业园区携最新成果前来“路演”，以吸引更多“目标合伙人”。

贸易投资对接会主办方中国银行期待，这一平台的投资促进效应将持续放大。无疑，推动“展商变投资商”，实现贸易对接与投资推介的互联互通是一种现实路径。诚如一位来自孟加拉国的展商所言，“人都靠两条腿走路，贸易也是这样”。既有进口，也有出口，多元经营才能走得更远。

昨天上午，国盛产投—宝山药谷总经理刘涛带着最新产业“路线图”上台进行了一场激情演说。在他擘画的未来中，北上海生物医药产业园将持续向产业链中高端迈进。不久，沪上一所知名学府就会把实验室落户于此，其拳头产品是一个新药发现平台，将助力园区加速新药产出。剩下的两天，刘涛依旧“行程满满”，“我想在全球医疗巨头的展台多看些新品，也为园区发展开拓新思路。”

扩大全球影响力，解锁数字人民币新体验

今年进博会上，数字人民币首次在展会现场试点使用。贸易投资对接会现场，数台智能设备搭载了多款进博会文创产品盲盒，使用数字人民币购买可享受一定满减优惠，这吸引了不少路过的展商客商驻足尝试。

“太新颖了，有趣又方便，里面的进宝每个都想买。”一位路过的展商听了工作人员讲解后，首次体验数字人民币支付，高兴不已。

在不少人看来，在贸易投资对接会现场推广数字人民币，是一种更具吸引力的市场化手段。与此同时，全球展商、客商齐聚进博会，可近距离感受体验中国在金融服务领域的创新探索，也有利于扩大数字人民币的全球影响力。

不止于短短会期，更在于全天候对接

对接会现场，广播里不时传出祝贺声。“看对眼”的展商客商共同走上舞台合影留念。这是历届对接会留下的一种“仪式感”，今年同样也不例外。

上海市工业行业协会副会长高桦与合作方也留下了一张“打卡照”。今年贸易投资对接会上，高桦可谓“斩获颇丰”，签下的意向合作订单高达2亿元。随着消费升级，国内市场对优质肉类需求持续上升。高桦要帮助客户在全球范围内挖掘锁定更多优质牛肉供应商。“借由对接会，我们可以链接到更多国内采购需求方，帮助其拓展国际市场。”高桦说，大量中小企业海外渠道拓展运营能力有限，因此特别需要第三方机构来牵线搭桥。

进博会期间的贸易投资会时间有限，不少展商客商在交流之余还意犹未尽。不少守候在“云洽谈”一端的客商直言，自己还在等待心仪的展商。为此，中国银行全新升级的“中银e企赢”全球企业生态系统，将在展会后为企业全天候对接服务。届时，海内外展商客商的互动交流将不限于短短会期，在展会之外依旧可以持续开拓自己的“朋友圈”，在一次次“视频连线”中挖掘更多商机。

中国宝武创纪录采购数十亿美元

本报讯(记者张懿)中国宝武钢铁集团有限公司在本届进博会上的采购规模再创新高，总额达数十亿美元。昨天，中国宝武在第四届进博会“现场下单”，与多家全球知名供应链合作伙伴达成战略合作，采购一批极具技术含量的装备与技术。此举将进一步推动中国宝武对外开放，借助全球资源提升“智造”效率，进而带动国内冶金行业加快向数字化、智能化、低碳化实施转型。

昨天，中国宝武与ABB、西门子、欧亚资源、安德里茨、普锐特、西马克、中商商务株式会社等全球知名企业签署多项战略合作协议，主要聚焦低碳冶金、智慧轧钢等领域，采购相关重要装备、重点工艺、高端控制系统等。据中国宝武介绍，今年的签约规模是该公司在历届进博会中最高。

第四届进博会启动影像征集

本报讯(记者王翔)昨天是第22个中国记者节，第四届进博会影像征集启动暨第三届进博会影像征集颁奖活动在进博会新闻中心举行。此次影像征集以“联接世界 点亮未来”为主题，邀请参会媒体与大众拿起手中镜头，捕捉并记录本届进博会的闪耀时刻，传递进博精神，绽放进博风采。

第四届进博会影像征集活动将持续至11月30日，分为媒体图片专区、大众图片专区、短视频专区3个板块，欢迎广大媒体人与公众投稿。

第四届进博会贸易投资对接会共进行2200轮次洽谈

「专业红娘」牵线，展商客商续写「姻缘佳话」

参展商故事

两名以色列商人在第二届进博会上相识结缘，本届进博会之前已合资建厂

“伊万的故事”有了续集

■本报记者 徐晶卉

以色列BIE集团中国管理型总部法人兼总裁伊万是进博会的“红人”。记者最近一次见到他，是在第四届进博会开幕式上，等待的时候，他习惯性地拿着自拍杆进行直播。见到记者便熟练地打起招呼。聊天间，记者发现“伊万的故事”有了续集。

原来，BIE集团与上海一家外资企业合资建设的工厂最近正在紧张建设中，有意思的是，这两家公司的高管都来自以色列。2019年，这两名素未谋面的以色列商人在第二届进博会上相识，交流过程中产生了合作的念头，而到了今年的第四届进博会时，双方合作的工厂已拔地而起。

这或许就是进博会最有魅力的地方——在这里交流的想法、撮合的生意，每年都会有新的进展与变化。

缘起进博会，牵出一根合作投资红线

这个故事的两位主角，一位是BIE集团创始人米哈尔·米利拉什维利，另一位则是南珀湾(上海)电气有限公司的股东之一凯德·约拉姆。他俩都从事饮水机行业工作，彼此都听说过对方，但在以色列时一直无缘见面。

缘分却出现在了进博会。第二届进博会上，BIE旗下的沃特金公司拿到了50平方米的展位，并进行创新型展品“空气制水机”的首发。“简单来说，这台机器的原理就是让空气中的水分子进入机器，完成除尘、过

滤、处理、储存的流程，最后变成可以饮用的水。”伊万介绍，这一展品吸引了业界很多同行和采购商前来观摩，其中就有南珀湾的身影。

“两个人是半个同行，又来自同一个国家，在进博会上一见如故。”根据伊万的描述，两家公司在几次交流后找到了商机，便萌生了合资建厂的想法。去年10月，双方共同投资2亿元，成立一家生产型合资公司锐锋科技，共同打造沃特金等项目的中国生产基地。今年8月19日，项目已在浙江南浔开工建设，目前进展迅速，计划在明年年底前建成投产。

第四届进博会上，BIE的展位又往“C位”挪了挪，而且面积也放大到150平方米，为参展三届以来的最大面积。伊万告诉记者，由于疫情关系，今年米哈尔·米利拉什维利无法前来，但每天通过直播了解进博会的一切，“我希望等到疫情结束，当以色列总部的高管能够再次回来的时候，这个工业园区项目已经建好”。

长三角布局，参展商高速变投资商

浙江南浔，并不是BIE集团在中国的第一个落脚点。事实上，在“伊万的故事”的上一季，这家以色列科技企业已经把中国总部设在

上海陆家嘴。

事情还要回溯到第二届进博会，当时企业一口气收获了300多个潜在客户和代理商的关注，很快产生了“参展商变投资商”的念头。去年1月，上海集中签约了60个外投资项目，“空气制水机”项目就是其中之一。去年8月12日，锐宜(上海)实业有限公司在上海自贸区陆家嘴片区注册成立，公司办公室的视野极好，正对着滨江美景。

从时间轴梳理，在上海建立总部、在长三角投资建厂的工作是同步进行的。有意思的是，这家企业深耕长三角一体化发展背景下的投资“赛道”，与多数在上海扎根的跨国企业相似，公司把“智慧大脑”放在上海，而把“身体”融入长三角，形成较为成熟的发展矩阵。

事实上，记者此前已经在徐汇滨江的一栋大楼里见过沃特金的“空气制水机”，使用取之不尽的空气，一台机器一天可以生产20到25升水。“企业的产品供不应求，但现在只能小规模生产，因此，每台机器的售价将近两万元，我们现在最重要的就是要把生产成本降下来。”伊万显然看到了价格上的痛点，所以很急，“未来南浔工厂投产，空气制水机可实现本土化生产，价格或许能降低一半”。

从第二届进博会一家没有多大名气的以色列中小型企业，到今年第四届进博会时已设立中国总部、投建工业园区，短短两年间，“伊万的故事”不断有续集，这正是进博会溢出效应的最佳案例。正如伊万自己所言，“没有进博会，就不会有公司今天的发展”，但这个故事，依然未完待续。

左图：在第四届进博会开幕式上，伊万拿着自拍杆进行直播。本报记者 张伊辰摄

