



新时代 NEW ERA, 共享未来 SHARED FUTURE

进口博览会参展企业昨起进入展品布置阶段

每个展台都呈现一种生活方式

■本报记者 王嘉旻

进口博览会各参展企业昨天开始进入紧张的展品布置阶段。记者在现场看到,“四叶草”——国家会展中心(上海)内已是一片忙碌景象,施工人员正有条不紊地运输装饰材料,设计人员针对方案图纸进行最后确认,争取让展台以最佳效果呈现在观众面前。一些“大个子”展品已经送到了现场,从中可窥见展台的雏形。

三天之后,这里就将成为企业展示商品、技术、服务的重要舞台。让人惊喜的是,许多展台别具匠心,用展品呈现出了对生活方式的理解:“小目标”的工作体验、温馨的家庭生活、复古华丽的珠宝鞋……在这里总可寻获最适合自己的那一款。

全球最长机场摆渡车现场“圆润卖萌”

步入汽车展区,工作人员正在为一辆超长机场摆渡车调试系统。这个白色、圆润的“大家伙”创造了一项世界纪录——作为全球车身最长的机场摆渡车,它身长14.72米、宽3.3米,可以容纳124人。这辆摆渡车从斯洛文尼亚的Tam Europe公司远道而来,将在进口博览会展台上完成它的中国首秀。

记者在现场试乘时发现,这款车辆对于儿童、老年人等群体十分友好。按照国家标准,车辆距离地面一般为30厘米,但这款摆渡车为了让人们更轻松地上车,将这一距离主动缩减至28厘米——2厘米的改动带来了用户体验上的巨大差别。

Tam Europe公司负责人告诉记者,这款摆渡车一大特别之处在于设计上的“圆润”:一般车辆的车身设计都是四四方方,在观感上难免有些许呆板;但这辆超长摆渡车却将“圆润”做成了自己的特色——无论从任何角度,人们都能看到一辆可爱、呆萌的摆渡车。

个性化实验室呈现生活的立面

“睡不着又睡不醒工作室”“小目标实验室”,这是英特尔根据旗下不同的电脑型号和性能而特地开辟的两块小空间。

时尚耳机、音响以及各类书籍被随意地摆放在书桌上。黄色与灰色的混搭,让这块小小区域显得生动活泼。工作人员介绍,“睡不着又睡不醒工作室”面向的是工作时间超长的设计师、IT人士等人群;根据他们的工作特点,英特尔将在该块区域展示绘图功能强大的电脑。

“小目标实验室”被布置在“睡不着又睡不醒工作室”旁边,紧邻的两块区域却被设计师巧妙划分成了两块风格迥异的小天地。设计师在“小目标实验室”内布置了一个白色双层床,配上了暖色系的床上用品,十分温馨。据介绍,“小目标实验室”主要面向家庭,主打家庭影视等功能,“家长还可以在这一块区域内辅导孩子做功课。”

如果说“睡不着又睡不醒工作室”向人们呈现的是繁忙的工作场景,那么“小目标实验室”则展现了家庭的温馨。设计师用灵巧的构思把生活的不同立面浓缩在这一方天地里,引起人们的情感共鸣。

芬芳鲜花织就浪漫世界

若是嗅觉灵敏的观众,一定会被香味吸引到这里:盛放的红玫瑰、粉玫瑰、白玫瑰共同构筑起了一个浪漫的世界,宛如爱丽丝梦游的仙境。展台入口处是一个由粉玫瑰和绿植共同装点起的环形拱门——跨过这道门,就能进入由英国品牌纪娜梵营造的梦幻空间。

纪娜梵是由知名鞋类设计师Jimmy Choo(周仰杰)和新锐珠宝设计师Reggie Hung(洪大钧)在今年共同跨界创办的品牌。珠宝与鞋一相逢,便碰撞出火花无数,在芬芳鲜花围绕的核心区域内,将会展出此次进口博览会上纪娜梵的重磅展品——价值3000万元的珠宝鞋。工作人员亲切地将这款由粉红钻和白钻镶镶而成的珠宝鞋称为“鞋王”。纪娜梵此次还将发布更适于年轻群体消费的时尚鞋类单品。

在展台区域之外,纪娜梵特地挪出了一块区域作为客户面谈所用,这块会谈空间的面积虽不大,但种种细节却尽显欧式浪漫:花纹繁复的皮质沙发、独具匠心的墙面布置,都让人恍若瞬移到了欧洲。



进博会各展馆展台搭建完毕后,11月1日至2日参展商开始布置展品,来自世界各地的企业早已整装待发,为展会的盛大开幕做最后准备。
本报记者 袁婧摄

参展品5分钟通关是如何实现的

高低搭配、上下结合、互相支撑的通关便利体系已在上海海关形成

■本报记者 何易

据上海海关统计,截至昨天17时,参展进口博览会物资通关累计共832票报关单(贸易方式为展览品),ATA项下暂时进境货物累计53批次,平均每票展品通关时间不超过5分钟。

据了解,上海海关先后制定了《首届中国国际进口博览会海关工作指引》《展览品结转保税货物操作规范》《保税仓储货物结转展览品操作规范》以及《强制性认证产品入境验证实施细则》等13个工作指引类文件,明确了展品进境各项操作具体规则办法。配合海关总署为进口博览会量身定制的各项便利措施,上海海关形成了一个高低搭配、上下结合、互相支撑的通关便利体系,为进口博览会提供全方位快速通关保障。

线下:进口货物分拨从三天缩短到20小时

10月4日,进口博览会首个进口分拨集装箱顺利运抵吴淞海关,这是上海海关首票进口博览会参展商的进口整箱分拨业务,涉及菲律宾15家参展商的食品。吴淞海关为进口博览会分拨货物设置了“绿色通道”,协调分拨监管场所,设置专用拆箱区域,启动节假日查验专用

窗口,增配海关查验、检验检疫专员待命——根据常规业务操作效率,进口货物分拨物流时间需要2至3个工作日,而这票货物只花了20小时。

据了解,海关各业务现场设置了92个进口博览会物资专窗,并于10月15日在国家会展中心(上海)开启上海海关进口博览会现场指挥中心。国家会展中心(上海)北广场还设置了临时查验区,以满足各种特殊商品的查验需求。

线上:大数据铺就高速通关路

上海海关行邮处处长姜开源告诉记者,上海海关开发了跨境贸易大数据管理平台,并在上面设立了“进口博览会专窗”。目前,进口博览会参展商已经通过该平台申报了100多票货物,展品进境通关时间比以往缩短了1/3以上。

为了能在监管到位的前提下尽可能提升货物通关效能,跨境贸易管理大数据平台实现了海关监管数据与国际贸易“单一窗口”、国家会展中心(上海)数据及其他贸易数据的全面对接,为参展商提供了全流程申报服务。依托这一大数据平台,上海海关实现了展品审批无纸化、申报自动化、通关便利化和监控全程化。平台还可将数据服务延伸至运输阶段,将物资舱单和物资证明函等数据实

时发送给港区,便于企业提前安排提箱计划,实现“靠泊即提”。

护航:“后展会时代”措施业已制定

7月27日,中国国际进口博览局发布首届进口博览会吉祥物“进宝”后,上海海关第一时间完成进口博览会会徽、吉祥物等六项著作权知识产权海关保护备案。

针对进口博览会参展商数量多、展品品类杂等特点,上海海关组织业务专家实施监控,锁定高风险商品种类,加强与市场监管、公安、法院等部门之间的联系配合,深化信息互通和协同执法,进一步提升打击侵权工作合力。截至目前,上海海关共立案查处涉嫌侵犯进口博览会参展商知识产权案件18起,查扣侵权商品22.4万件。

为进一步扩大进口博览会辐射效应和溢出效应,在海关总署支持措施框架下,上海海关积极推动“6天+365天”保税展示展销常态化方案早日落地。据悉,上海海关目前已研究制定“暂时进境展览品结转、保税展示交易”等支持措施的制度规范和落地方案,完善展品与保税品相互转换的申报方式及后续监管措施。

黄浦区出台办法支持进口博览会签约参展品牌落沪

为企业开设首店提供“五个便捷”

本报讯(首席记者顾一琼)为充分放大首届中国国际进口博览会溢出效应,黄浦区近日举办“品牌首店和总部投资环境推介会”,宣布出台相关办法和举措,鼓励支持进口博览会签约参展品牌及其他国际知名品牌在南京路、淮海路等重点商圈开设首店、旗舰店、体验店及设立总部,为企业在设立首店、拓展连锁、成立总部等各环节制定支持政策,并从投资注册、经营许可、通关检验等方面给予企业便捷。

记者获悉,《黄浦区对接中国国际进口博览会鼓励引进品牌首店暂行办法》

将为企业提供“五个便捷”:

——便捷办理投资注册和经营许可,区行政服务中心将协调相关部门为品牌所有者或授权代理人投资设立企业或变更、以及申请相关业务许可证等提供便捷服务;

——便捷选择商务商业载体,鼓励知名国际品牌首店入驻南京路、淮海路等市级商圈,对符合业态导向的商业结构调整专项资助金从优予以支持;

——便捷办理通关通检,品牌所有者或授权代理人使用本区公用型保税仓

库所产生的租赁费用可申请给予一定比例和限额的资助;

——便捷贸易投资风险控制和商事仲裁,支持上海国际贸易仲裁委员会、上海仲裁委员会为品牌首店的投资、融资和贸易提供便捷的商事仲裁服务;

——便捷市场推广和建立分销体系,品牌参加中国国际进口博览会、中国进出口商品交易会、华东进出口商品交易会、中国国际服务贸易交易会、中国国际技术进出口交易会等,可就其参展费用申请给予一定比例和限额的资助。

■本报记者 徐晶卉

来自北极的野生海参、日本的青梅汽水产品、新西兰的蜂蜜……位于上海市中心的中国国际进口博览会“6天+365天”常年展示交易平台也开张啦!经过两个月多地考察和五个月临展试运行,东方国际进口商品国别(地区)展销中心日前对外亮相。

据悉,这一展销中心是市商务委授牌的首批进口博览会“6天+365天”常年展示交易平台之一,将通过“不一样”的价格、“不一样”的体验来承接进口博览会的溢出效应。

“嗡,嗡……”钻孔声之后,身披迪士尼“外套”的泰国香椰出现在取椰口处,插上吸管即可饮用,品上一口,椰香醇厚。东方国际进口商品国别(地区)展销中心运营主管颜奕斌介绍,这款纯正的泰国进口椰青是迪士尼授权商品,与自动贩卖机相结合,首次向市场投放,在展销中心开业期间仅售14.9元。

展销中心坐落于中山北路2900号元中大厦,优质低价是这个地处市中心区域的国别展销中心的一大特色。记者在现场看到,不少奢侈品品牌都有陈列展示。工作人员告诉记者,这里很多产品的价格与欧洲同款的退税价格一样,有些价格甚至更低,目前一期共划分欧洲、美亚、澳新、时尚、家居、主题活动六个展区和一个零售体验区,已入驻来自30多个国家的100多个品牌。进口博览会结束后,将有更多商品移至展销中心进行常年展销。

“这个中心的运作思路是选择市民欢迎的、性价比高的进口商品。”东方国际集团董事长童继生透露,展销中心集中了东方国际自有客户的商品、参加本次进口博览会的展品,以及多国商协会的推荐品牌,包括加拿大的深海海参、德国爱丽飞的“总统壶”等。

除了展示功能外,实现将“展品”变身“商品”是展销中心的另一特色。据悉,法国的布拉妈妈饼干已和锦江集团旗下康铂酒店达成长期合作,即食型泰国椰青已入驻盒马鲜生,部分产品实现规模性的市场铺设。据展销中心运营负责人蔡军透露,后续这里还将定期举办“品牌主题活动”,第一期是“玩具总动员”,将集结来自韩国、法国、日本等国家的玩具品牌。

在开业典礼上,“综合贸易服务商联盟”和“大型零售采购商联盟”还对接探讨合作落地事宜,围绕展销中心B2B、B2C等功能,为客户、消费者带去更好的商机与消费体验。童继生表示,东方国际将以专业服务和贴心态度,帮助全球商品进入中国市场,促进进口博览会的可持续发展,助力打造永不落幕的博览会。

市商务委副主任申卫华表示,今年4月,市商务委向30个进口博览会“6天+365天”常年展示交易平台授牌,这几天,已有大量常年展示交易平台开业或者升级转型。

大会新闻中心布置完毕



首届中国国际进口博览会日益临近,目前大会新闻中心已布置完毕,将为来自世界各地的媒体记者提供完备服务。
本报记者 袁婧摄

中国·上海 | 2018.11.5—11.10

