



距离开幕还有40天

全力以赴确保第二届进口博览会越办越好

可识别用户情绪的汽车、世界最细针头、天然“水晶宫”……

进博会“升温”，明星展品亮起来



■本报记者 徐晶卉

距离第二届中国国际进口博览会开幕还有40天，伴随着这场国家级展会的日益升温，人们对于从世界各地远道而来的明星展品充满好奇。为了抢占“C位”，一些展品已提前揭开面纱，有的还希望在进博会上进行全球首发。

汽车展区

可识别用户情绪的新车全球首发

生物柴油车、会飞的汽车……首届进博会带来了大量汽车界的明星展品，第二届进博会也不例外。据韩国起亚汽车透露，公司将带来展现全新电动化战略的概念车型EV SUV Coupe Concept Car，第二届进博会将是这一车型的全球首次亮相。

肿瘤免疫治疗是当前肿瘤治疗领域中最具前景的研究方向之一。罗氏相关负责人告诉记者，第二届进博会上，罗氏集团将展示全新诊疗一体化方案，覆盖乳腺癌、肿瘤免疫治疗和流感等重大疾病领域。比如，公司展示了最新研发的免疫肿瘤新药Tecentriq，“Tecentriq+安维汀”方案是首个获美国食品药品监管局突破性疗法认定的一线免疫联合疗法。刚刚公布的三期试验中，10%的晚期肝癌患者可见肿瘤灶经过治疗后全部消失，还有71%患

者。进博会上，全球首个出售多功能电动汽车的公司牛仁(Neuron)也将现身。据牛仁董事长斯科特·郑介绍，企业使用可回收材料制造的高品质可再生能源汽车，将冲击传统汽车市场。

医疗展区

最细针头带来无痛注射体验

去年进博会上，世界上最小的心脏起搏器让人眼前一亮，而在第二届进博会上，来自日本的泰尔茂株式会社将带来世界最细的针头——纳诺斯(Nanopass)，它的针头直径仅0.18毫米，采用双锥体结构和非对称切面，能带来无痛注射体验，对于日常需要注射胰岛素的糖尿病患者而言是一大福音。

肿瘤免疫治疗是当前肿瘤治疗领域中最具前景的研究方向之一。罗氏相关负责人告诉记者，第二届进博会上，罗氏集团将展示全新诊疗一体化方案，覆盖乳腺癌、肿瘤免疫治疗和流感等重大疾病领域。比如，公司展示了最新研发的免疫肿瘤新药Tecentriq，“Tecentriq+安维汀”方案是首个获美国食品药品监管局突破性疗法认定的一线免疫联合疗法。刚刚公布的三期试验中，10%的晚期肝癌患者可见肿瘤灶经过治疗后全部消失，还有71%患

者的肿瘤也趋于缩小或得到有效控制。

品质生活展区

去天然“水晶宫”赏宝

珠宝玉石展区是首届进博会的热点之一，今年，一座天然“水晶宫”将成为品质生活展区内的珠宝展部分的“镇馆之宝”。中国宝玉石交易中心负责珠宝展区的招展工作，国际事业部总监陈旭东透露，这座“水晶宫”的面积达到225平方米，将展示自然界中很少见到的一些矿石状态。比如，平时人们所见的海蓝宝原石开采状态是簇状或者条状，但“水晶宫”里呈现的是一个十字架形的海蓝宝原石；还有一块绿色的孔雀石，打开后是两只小脚丫；还能看到世界上最大的天然黄金——狗头金。

就在几天前，第二届进博会“卓越意大利珠宝馆”启动暨签约仪式在上海举行，这也是陈旭东口中珠宝展区的另一大亮点。维提珐(Vetiver)珠宝联合创始人龚利锋告诉记者，“卓越意大利珠宝”相当于意大利珠宝的“国家代表队”，此次登陆进博会，将会带来十余家本土知名珠宝生产商的上万件展品。意大利全国黄金珠宝生产商协会总裁伊凡娜·齐娅巴蒂表示，意大利珠宝商已敏锐感受到中国市场的潜力，将拿出最具代表性的产品来参加盛会。

陈旭东透露，今年的珠宝展区9平方米“格子间”展位将显著减少，50%参展商将以特装形式参与，除“水晶宫”“卓越意大利珠宝馆”外，还有颗与《泰坦尼克号》中露丝所带的“海洋之心”相同克拉的巨大钻石，以及钻石吉他等明星展品展出。

服贸展区

“看不见的展品”充满智慧

即将到来的第二届进博会，看得见的展品让人期待，“看不见的展品”同样充满智慧。国际知名第三方检验、检测和认证机构莱茵TiV负责人告诉记者，企业将在进博会上展示智能医疗升级版一站式服务，同时发布唯一器械标识系统(UDI)服务，以提高产品的透明性和可追溯性。

SGS消费品及零售总经理郝金玉表示，随着5G、物联网等新技术的发展，相关质量标准不断出台或更新，但由于各国家标准的制定方向不相同，各类质量标准和法律法规让人大惑不解，尤其是在汽车智能化和车联网技术应用方面，汽车企业所面临的合规性挑战正越来越大。SGS在进博会上将全面展示5G通讯检测与车联网检测技术，为商用客户提供涵盖车内联网端测试和车外联网端的技术验证、产品认证等服务。

■本报记者 徐晶卉

我国首家进口面料供应链保税平台“Gracina Life”昨天落户上海，将创建进口面料采购新模式，推动高级定制服务质量升级，这也是中国国际进口博览会溢出效应在专业领域内的释放。

据悉，“Gracina Life”作为市商务委在首届进博会期间授予东方国际集团的常年展示交易平台之一，是首批授牌单位中唯一一家以进口面料为主的展销平台。记者在位于愚园路的进口面料供应链保税平台看见，这里是一个集进口面料展示、保税仓、高端服装定制、制作工厂于一体的场所。在保税展示区域，诺悠翩雅、杰尼亚、多美、VBC等品牌的高端进口面料，一卷一卷整齐排列在货架上，保税仓内还设有专门的裁剪室，买家看中面料后，可以“零取料、零剪定制”。

这在以前是不可能有的体验。上海新联纺进出口有限公司总经理陈峰告诉记者，在消费升级的浪潮中，个性化、多元化高级服装定制需求正在成为中国服装行业发展的新趋势，截至目前，全国共有2万多家高定店铺，但新趋势中却也有痛点：很多服装店拿着装有面料小样的册子给客人选择，手动记录客人的需求后再进行下单，在一般贸易模式下，面料订货周期长、成本高，从客户下单到面料进关，中间需要一个多月的等待时间。

首届进博会期间，新联纺利用进博会常年展示交易平台的契机，与上海海关部门联手突破，先行先试保税展示交易的新政策，实现了进口面料通过保税展示，实现销售后零天出库，当月集中完税，形成“展销仓”一体化模式。

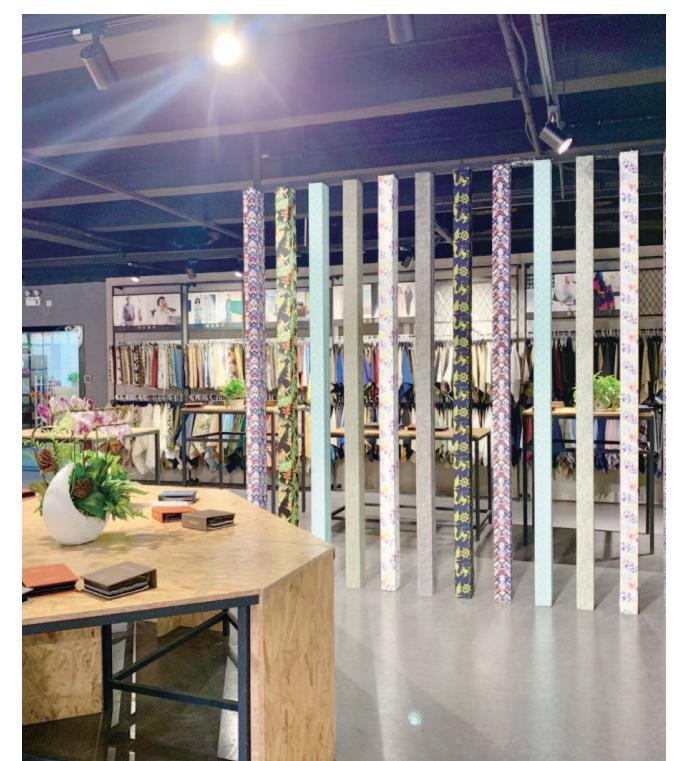
陈峰介绍，在常规模式下，进口面料只能以保税形式存放在上海西北物流保税园区，需要的时候再行提取，而如今在海关的审核下，保税功能延伸到市中心。如此，终端的高级服装定制店可以一目了然地看到产品，不仅有了直观的选择，而且可以直接下单、裁剪、收货，快速跳到服装制作过程，这比以前至少要节约一个多月。

“除了节省时间，这个保税平台还十分节省成本。”陈峰坦言，由于定制产品每一批的面料需求量很少，而且客人的选择相当个性化，定制店一般极少批量进货和囤货，导致进口面料需支付高昂的通关费用。而如今，得益于新联纺的集中进货，光运输成本就能比“单打独斗”降低70%，同品牌同一款面料的购买成本可降低三成，有利于高端服装产业的进一步发展。

记者获悉，新政自去年11月实施以来，当月就成功进行了第一批保税展示交易单，今年1月开始大批量进货，截至目前，这里已累计销售3万多米进口面料，辐射全国各服装高定门店。随着这一进口面料供应链保税平台的正式发布，这里将成为进口面料供应链的重要集散地。

未来，“Gracina Life”进口面料供应链保税平台将以进口面料为核心，提供包括面料采购、全手工/半手工西服设计制作等在内的“一站式服务”，衍生出多业态的服务模式，开拓进口面料采购的新模式。

国内首家进口面料供应链保税平台落沪



“Gracina Life”进口面料供应链保税平台将围绕进口面料提供包括面料采购、成衣设计制作等在内的一站式服务。

本报记者 袁婧 摄

赛诺菲：新药引入中国加速

■本报记者 王嘉旖

首届进博会上闪亮登场的多发性硬化治疗药物奥巴捷(特立氟胺片)曾创下罕见病药物从获批到供药58天的上市新速度。记者从奥巴捷的研发公司赛诺菲获悉，今年该公司将继续参加第二届进博会，还将带来多款尚未在中国上市的新药、新产品，其中包括特应性皮炎生物制剂Dupixent、新一代胰岛素等。

据统计，全球目前有超过230万人患多发性硬化，患病率约为0.03%，我国则有超过3万名患者。奥巴捷的上市，可

有效降低患者的疾病复发率、延缓疾病进展，并大大提升患者的依从性。赛诺菲中国肿瘤及神经科学业务负责人刘菁表示，借助进博会这一重要平台，更多患者、专家和公众对多发性硬化这一罕见病的治疗方案已有所了解。截至目前，已有300余名中国患者从奥巴捷治疗中获益。

今年，赛诺菲的展位面积将进一步扩大。经过前期对中国市场医疗需求的精心调研，该公司计划引进一些更符合国内市场需要的突破性创新药品与疫苗。

今年2月，重度特应性皮炎患者张女士在博鳌超级医院皮肤病临床医学中

心接受了靶向生物制剂Dupixent注射治疗。记者获悉，第二届进博会上，赛诺菲将重点展示这款产品，希望能让更多特应性皮炎患者与相关医疗机构了解这种创新、高效、安全的治疗新选择。

在赛诺菲中国区总裁贺恩霆看来，进博会是展现全球尖端科技成果的重要平台。中国是一个充满机遇的市场，其医药健康需求的增长规模和速度是任何市场都难以企及的。他为赛诺菲设定的目标是，2025年前引进30多个创新药品和疫苗，未来十年内中国市场销售额占比达到全球总额的20%。

德龙：把咖啡馆开进家里

■本报记者 占悦

喝咖啡，如今已成为越来越多中国人日常生活的一部分。但《2018中国咖啡行业洞察》报告显示，我国咖啡人均年饮用量为0.03公斤，远低于欧美国家，市场发展空间巨大。有着百年历史的欧洲小家电集团意大利德龙电器，去年参展首届进博会时看到了这一机遇。

打响了品牌知名度，是德龙参加首届进博会最大的收获。德龙大中华区董事总经理宗延平表示：“去年进博会让我

们新增不少全新采购订单，也获得以往难以触及的市场关注。从长远看，中国经济的快速发展，肯定会让德龙受益匪浅。”宗延平透露，第二届进博会上，德龙将面向中国消费者首次发售Maestosa旗舰咖啡机EPAM960.75，这是该品牌第一台拥有双流出口设计的全自动咖啡机。德龙还将在今年的进博会上提出“一平米咖啡馆”概念，并推广“Coffee Box”。德龙大中华区董事总经理宗延平表示：“去年进博会让我

看到了‘移动的咖啡机’将会有很大的发展空间。咖啡不仅仅是外出时的体验，也是家中的享受——这是德龙将在今年进博会提出的‘一平米咖啡馆’概念，‘只需占用家中一平方米的位置，你就可以使用咖啡机，亲手研磨咖啡豆、压粉、调味，这是不是充满乐趣与满足感？’当然，德龙集团的咖啡机不只面向普通消费者，不少企业也是其客户，而‘Coffee Box’概念也将在进博会上获得推广。届时，‘移动的咖啡机’将会露面。作为意大利家电的当红品牌，德龙对中国市场充满期待。宗延平说：‘我们希望向中国消费者提供稳定、高品质的咖啡体验，并传递真正的意式咖啡理念。’

中国·上海 | 2019.11.5—11.10

