

抓住“买全球、卖全球”的巨大进博商机

上海交易团36个采购项目集中签约



汽车馆内，众多观众围着展出的新车型近距离看个仔细，甚至坐进驾驶室体验一番。

本报记者 赵立荣摄

■本报记者 徐晶卉 占悦

第二届进博会会期过半，展客商的面对面咨询、一对一交流，已擦出炙热火花。昨天，上海交易团大型零售采购商联盟的36个采购合作项目集中签约；而光明、锦江等集团也分别签订了一系列意向订单……

乘势而上，签约项目量质“双提升”

作为上海交易团的四大采购商联盟之一，大型零售采购商联盟是进博会采购交易的一支重要力量。去年首届进博会期间，该联盟签约29个项目，今年则乘势而上，签约项目数量及质量实现“双提升”。

去年，百联集团旗下进口食品供应链公司“百联优安”与澳大利亚最大葡萄酒集团“富邑”签下订单。今年，双方的进口商品意向签约金额和品类均较去年实现翻番。

绿地商贸集团总经理薛迎杰透露，截至目前，绿地商贸主要采购的是“一带一路”沿线国家的特色商品，签约金额较去年提升15%。他透露，去年的订单已基本落地，“这些产品非常受消费者欢迎，进口品牌方曾经因为当地节庆放假工厂停工，还跟我们打招呼说要‘断货几日’。”

记者获悉，今年大型零售采购商联盟的成员也得到充实。目前联盟成员单位数量已达27家，较建立初期增加6家。

把最新展品第一时间放进“购物车”

众多“全球首秀”“亚洲首秀”“中国首秀”在进博会上甫一亮相，就被上海交易团的专业买手相中，加入“购物车”。

强生公司安视优欧舒适全视智能感光隐形眼镜刚刚在进博会现场做了“中国首秀”，就被三联集团相中，而且立刻签约。三联集团总经理柳雁雁介绍，这款智能隐形眼镜能在光线条件发生变化时做出调整，符合消费升级趋势下的需求。她表示，今年三联与“强生视力健”通过进博会达成了更深层合作，引入多款更具有科技感的产品，不仅能弥补市场缺口，也将进一步提高企业在市场上的竞争力。此外在大健康产业方面，百联集团旗下的第一医药与欧姆龙、罗氏诊断、3M中国等境外品牌商签约，未来这三大品牌将成为第一医药布局零售终端销售的重要合作伙伴。

据了解，此次零售联盟集中签约项目涵盖的进口商品种类相较以往更丰富，包括食品、服装等与民生相关的各个品类。

立体采购体系促进精准交易

今年上海交易团规模再度扩容，搭建起“2+4+18+X”交易保障体系架构，同时，“6天+365天”交易服务平台也增加了更多“新面孔”，有效促进精准交易，提升交易效率。

就在前一天，上海交易团国资分团举行集中签约仪式，上海农商银行、科创投集团等14家企业集团就25个项目集中签约。签约结束后，不少企业仍在不断下单，锦江国际旗下全球采购平台昨天与加拿大羽绒床上用品品牌圣纪施美达成合作，后者是首次参展且以前从未进入过中国市场。

昨天，“全球食品集成分销平台”也完成了6个批次、28个项目的集中签约，进一步加快建设企业国际供应链的步伐。

今年10月，上海18家“6天+365天”交易服务平台新获授牌，它们正逐步成为进博会展品进入中国市场的重要对接渠道和承接进博会溢出带动效应的重要载体。

进博会传递中国改革开放砥砺前行信号

(上接第一版)

此外，我认为，中国以进博会为契机，通过深化改革，正在再平衡国企、民企和外国企业的关系，引导三者有序发展，服务中国经济，并有助于经济全球化。中国推出支持民营企业发展六条举措，全面实施准入前国民待遇加负面清单管理制度，这些措施将使外国企业和民营企业的发展获得新动力。

记者：习近平主席在第二届进博会开幕式上再次强调经济全球化是历史潮流，指出应该推动经济全球化朝着更加开放、包容、普惠、平衡、共赢的方向发展。与此同时，我们看到近年来世界一些地方保护主义抬头，全球化遭遇逆风。请问您怎么看待这一问题？

李成：我认为习近平主席的讲话彰显中国推进全球化的坚定决心，这是值得世界各国称赞的。

在全球化问题上，我们应当看到，大多数国家仍然坚守自由贸易和多边主义。我前些天前往东南亚访问，发现东盟、日本、韩国等在经贸问题上的立场与美国有很大区别。这些国家是全球供应链的重要组成部分，希望推进高标准多边经贸机制建设，更希望抓住中国发展带来的机遇。这次东盟峰会宣布完成区域全面经济伙伴关系（RCEP）的谈判，这将构筑全球最大规模的自贸机制。中国在谈判中发挥了至关重要的作用。东盟等发展中经济体非常认同习近平主席提出的“一带一路”倡议，期待与中国在基础设施建设等领域深入合作。

我认为，由于美国政治经济的需求和其全球视野，迟早会重返多边机制。

(本报华盛顿11月8日专电)

22.7万人！“四叶草”单日客流创新高

进博会开幕以来达成初步合作意向协议千余项

本报讯（记者周渊）据统计，第二届中国国际进口博览会前三天单日客流量均高于首届，其中，6日客流达22.7万人次，刷新“四叶草”——国家会展中心（上海）落成以来最大单日客流，比首届同期入场人次增加25%。交易方面，迄今为止，共有约1200家参展商和2600家采购商实现多轮次“一对一”现场对接洽谈，达成初步合作意向协议千余项。

第二届进博会会期已过半，在昨天举

行的新闻发布会上，中国国际进口博览局副局长刘福学介绍了开展以来相关情况。

国家展成为第二届进博会热门展，多国著名历史古迹、特色景观、风土人情吸睛无数，展台亮点活动也悉数登场。国家展展区6日迎来首个客流高峰，最大实时在馆人数达万余。截至目前已接待国内外近百个代表团。

企业商业展同样人气爆棚，七大展区各个展台人头攒动，现场洽谈、交流气氛

热烈，面对大客流情况，各馆应对有序，总体运行良好。展商们普遍反映本届观众层次更高，专业性更强，洽谈意向更明确。前三天，各省市区政府部门、央企、大型民营企业、境外采购商上百个高级别团组进馆观展。此外，每天还有数千人次体验位于北广场的室外汽车创新技术及自动驾驶专区和冰雪专区。

“买买买”之余，各项配套活动也有序开展。截至7日，共举办258场配套活动。

本届进博会在展馆北厅新设“展示发布平台”，6日起已举办互动演示、走秀等发布活动25场，以及文化公益演出活动32场。

为保障签约洽谈有序进行，截至7日，主办方为各地方交易团、央企交易团、国家卫生健康委交易团提供了89个档期的签约服务。同时，展馆内设置了5个贸易洽谈区，提供商务设施和相对独立空间。记者获悉，目前各交易团正在收集、统计交易情况，相关数据将于明天发布。

交易幕后

从匹配客商采购需求到为企业提供融资便利

供需对接会：促见面，更促交易

■本报记者 王嘉旖

为期三天的第二届进博会展期供需对接会昨天落幕，不仅将海内外展客商“牵”到一起，更跨越地理限制，让无法亲临会场的采购商也能同享进博会红利。商业通路不断扩大的同时，消费者也因此受益，“足不出户、买遍全球”成为现实。



供需对接会上，中外客商积极接洽。本报记者 袁婧摄

需要轮候的“视频对接室”，满足企业远程采购需求

今年的供需对接会上，红底白字的“视频对接区”字样十分醒目，不少展商甚至拖着行李箱在外排队轮候。越南新安康贸易有限公司昨天刚刚与来自河北的一家连锁超市达成初步意向，

双方决定就咖啡、茶叶等功能性饮品交易进行下

一步深入交流。

负责视频对接区的中国银行总行普惠金融事业部高级经理年综潜告诉记者，今年进博会首次引入视频对接区，通过这套视频对接系统，企业不必专程来上海，就可直接在中国银行设置的8个分会场内与这些海外展商进行视频交流。

早在一年前举办的首届进博会上，年综潜就发现，不少国内客商其实也有采购需求，不过因为种种原因无法亲临现场参与洽谈。“今年的视频对接区非常火爆，不少企业都早早预定了位置，甚至还有不少企业冲着专门的展商而来。”年综潜说。

银发经济、冰雪体育正当时，专业展区满足专业需求

为了让参与供需对接会的采购商能迅速购买到心仪商品，本届进博会专门设置了银发经济、冰雪体育产业对接专区。

设置银发经济产业专区，是为了呼应人民群众不断升级的养老服务需求，而冰雪体育产业专区则可以以为2022年北京冬奥会和冬残奥会做好充足准备。

此外，今年的中银对接会助手App专门还新增了“临客注册”功能，企业可以像逛淘宝一样，将心仪企业加入自己的“购物车”，再扫码生成自己的“意向清单”。只要将这份“意向清单”交给现场工作人员，

就可以顺利匹配到感兴趣的展商，进而开展商务洽谈。

聚合贸易链各个环节，帮助小微企业抓住商业机会

以进口为主题的进博会，最终目标是促成更多企业交易。不少小微企业虽然在进博会上嗅到了商机，但苦于本身资金实力不足，加上缺乏抵押物，较难从银行获得贸易融资支持。

针对这一现象，中国银行上海市分行在第二届进博会期间携手上海最大对外贸易平台之一——东方国际集团，推出“中银—东方”星E贷服务方案，为广大小微型贸易企业带来包括普惠金融、进口通关、物流仓储管理等全流程综合服务解决方案。

上海益洁食品有限公司是这一全新融资模式的首个“尝鲜者”。据了解，该公司在供需对接会上与一家澳大利亚企业签下订单，将引进一批优质牛产品。在解决了融资问题后，益洁进口的这批牛肉很快就会抵达上海自贸试验区临港新片区保税仓库，走入更多中国消费者家中。

中国·上海 | 2019.11.5 — 11.10

