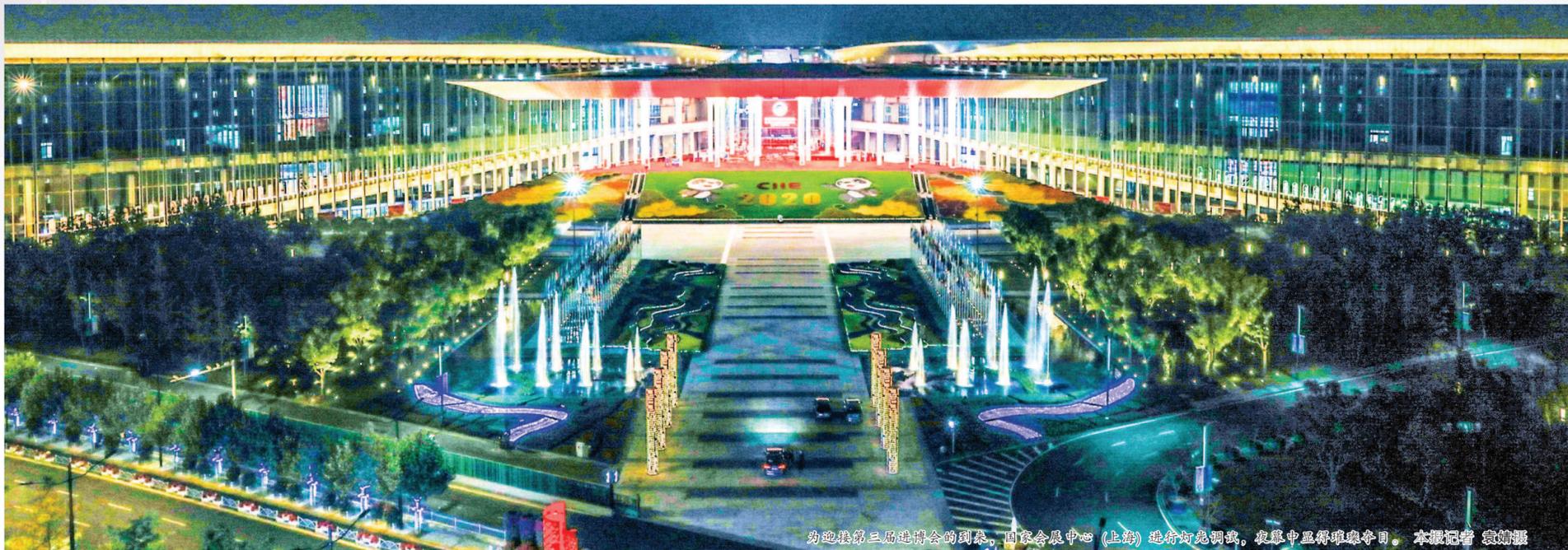


進博會對一個行業的意義,是在集結、比照、創新、延展中健康發展

進口之門越開越大,更多品牌“蜂”擁而至



為迎接第三屆進博會的到來,國家會展中心(上海)進行燈光調試,夜幕中顯得璀璨奪目。本報記者 袁婧攝

我的進口生活

■本報記者 徐晶卉

9月底,新西蘭蜂蜜品牌“1839”今年的第三批貨抵達上海港,這次品牌預定了一個40尺標準集裝箱,比前兩批貨足足扩容了一倍。品牌創始人羅布·麥康納奇的目标很明確:為第三屆中國國際進口博覽會做足準備。

蜂蜜是進博會食品及農產品展區一個極小的品類,但中國廣闊的市場仍吸引了全球視線。從第一屆進博會到即將開幕的第三屆進博會,蜂蜜品牌的集結度越來越高。從業者都說,對於行業而言,參加進博會相當於集結、比照、創新、延展的“升維之旅”,而這些變化都要感謝中國的“世界朋友圈”和越開越大的進口之門。

初生牛犢與百年品牌

“1839”是新西蘭的麥卡卡蜂蜜新品牌,一年多前,它由一對從業20多年的新西蘭夫婦創立,目前在當地200多家連鎖超市均有銷售。但創始人麥康納奇有著更宏大願景——拓展全球市場。他首先瞄準中國,這是新西蘭麥卡卡蜂蜜最大的消費市場。兩年來,正在籌備新品牌的地他特地

到中國考察,恰逢首屆進博會舉行,6天578.3億美元的意向成交額讓他暗下决心,來進博會參展。針對瓶裝蜂蜜取用時“藕斷絲連”的黏膩痛點,“1839”推出“擠着吃的蜂蜜”概念,將在第三屆進博會上“首秀”。不僅如此,最新運抵中國的產品包裝已升級,其中包裝袋上的二維碼是“中國特色”——它可以溯源每罐蜂蜜來自哪個區域哪個蜂箱,這是麥卡卡蜂蜜行業內的首次。

此前,新西蘭蜂蜜品牌從未如此大規模在另一個市場集結,進博會開了先河。瑞琪奧蘭、荷塔威及蜂蜜酒品牌Luxerose首屆進博會就已參展,蜜紐康和康蜜樂參加了第二屆進博會,今年更多品牌“蜂”擁而至。

“荷塔威”今年恰逢品牌成立100周年,奈卡塔健康有限公司董事長于富民打算把百歲“生日宴”搬到進博會現場。首屆進博會,“荷塔威”抱着試一試的心理租下9平方米展位,這是進博會最小展位,沒想到却拿下6000萬元的大單。今年,“荷塔威”展位面積擴大到45平方米,對於一家只經營蜂蜜的企業來說,這已是“巨無霸”。

“全球比拚”與“倒逼創新”

儘管新西蘭這些蜂蜜品牌彼此暗戰較勁,但也常“一致對外”——放眼全

球,新西蘭麥卡卡蜂蜜市場占比僅1%。進博會上,還有其他國家企業環伺。比如,俄羅斯的彩色蜂蜜就是“沒想到”的對手。在第二屆進博會上,Peroni公司將當地蜂蜜與新鮮水果混搭,另辟蹊徑推出全球首款彩色蜂蜜,不顏值極高,還講述着俄羅斯“蜂蜜酥菲”的特色美食文化。

全球進口帶來行業互動,某種程度上倒逼行業創新。于富民在蜂蜜行業耕耘超30年,形容這是“古老而緩慢”的行業,卻驚訝於進博會帶來的“冲击力”。去年進博會上,“荷塔威”帶來了獨家首發的“勺蜜”,後來于富民逛其他展位,看見隔壁咖啡行業的“凍干粉”,就默默記下,展會結束馬上埋頭研發。他透露,今年將在第三屆進博會上做“蜂蜜粉劑”的全球首發。

一個海納百川、計利當計天利下的進博會平台,一個消費升級中的大海般市場,勢必可為行業的前行賦能。正因有了首屆進博會的直觀印象,所以,麥康納奇在創建新品牌時,為其注入了更多文化元素,“人文交流是比單純貿易更高的境界,消費者記住了品牌背後的文化,才會產生更深的链接”。

“超短鏈條”與“超廣視角”

如果把進博會比作通往中國市場

的一扇窗,那麼麥康納奇沒想到的是,一罐蜂蜜從新西蘭到中國的貿易之旅,不僅有“超短鏈條”,還有“超廣視角”。

一切還要從疫情說起。創立品牌後,麥康納奇原計劃先來中國市場“探路”,不料一場突如其來的疫情阻斷了物理空間的连接。人來不了,貨能先行嗎?通過新西蘭貿發局的牽線,位於綠地全球商品貿易港內的新西蘭國家館“接单”了,運營總經理斐斐還為“1839”制定出一套“前置方案”,讓第三屆進博會新品先上市。

由此,貿易鏈條被大大縮短。首批“1839”蜂蜜今年初已在上海市場提前展示,展商和客商的对接洽談在“四葉草”——國家會展中心(上海)一街之隔的地方提前啟動,並通過綠地優選等商超渠道進入全國市場。這讓麥康納奇意識到,進博會並非只是短短6天的展會,它的溢出效應是常态化、可持續的,可以透過一個支點,連接一個世界。

貿易便利化,在於加速要素跨境的流通,也在于減少貿易鏈條的繁複。智利的櫻桃聞名遐邇,智利蜂蜜却少人知曉。今年7月,進博會採購商拼多多上線“智利館”,通過網絡智能分發,智利蜂蜜仿佛裝上了“超廣視角”,“一鍵”直達平台的6.83億用戶。

今天,第三屆進博會將開幕,各國蜂蜜商都已準備好在“四葉草”內迎接四方賓客,期待新的“進口大單”。

嚴格防疫層層把關 冷链展品全部安全入館

■本報記者 徐晶卉
實習生 陳嘉妮

層層把關,閉環管理。記者從市場監管部門獲悉,隨著最後14批進口冷藏食品從集中存放的冷库出倉,乘上冷链車“奔赴”展館,第三屆進博會的進口冷链展品昨天已全部入館,新冠病毒核酸檢測全部合格。同時,市場監管部門已在展館內累計開展冷链食品核酸檢測408批次,結果全部阴性。

前天晚間,一輛物流車駛入位於浦東機場附近的進口冷链展品總倉,緩緩停在進博會專用道入口,消毒人員仔細地對車輛內外進行徹底消毒。同時,最後14批冷链展品从冷库中運出,“驗明正身”後裝箱、封裝。此後,這輛裝有最後一車冷链展品的物流車,直接開到國家會展中心(上海),連車帶貨接受安檢,并由主展商人員去指定區域卸貨。

食品總倉相關負責人介紹,第三屆進博會總計有116批次冷链展品入庫,體積達150立方米左右,按照“分批入庫、統一進館”要求,展品共分5次配送進展館,所有貨物分兩次接受核酸檢測,結果全部合格,沒有異常情況。針對進博會展館內77家食品經營企業的既有供应链體系,市場監管部

門最終遴選出信譽優質的5家集中供應商,4家物流配送企業,確保食材來源可追溯,質量安全有保障。

記者昨天全程跟蹤看到,冷链食品原料从入庫到發車,嚴格防疫,層層把關。入庫階段,物流配送企業實行“定人、定車、定點”,配送人員必須提交核酸檢測報告以及冷链食品第一次核酸檢測報告,所屬監管部門再登錄系統提交檢驗信息,形成閉環。食品原料入庫後,還會二次核酸檢測。據悉,進博會食品原料专区分配3名專員,由專人負責,對25個品類原料以及涉及進入冷库的工作人員進行核酸檢測。

至於出庫階段,青浦區市場監督管理局華新所執法人員張安表示,工作人員根據“進博會市場監管服務保障工作小程序”的信息收集統計,向供應商進行信息核對,包括溫度是否达标、車輛是否進行消毒、品種的數量重量、包裝是否有破損以及封裝號碼等,實時聯網上傳。

在裝車階段,衛生安全相關人員對車輛進行測溫和車輛消毒措施,駐點監管人員核對完原料信息後,將原料裝箱并加貼統一的標籤。最後,駐點監管人員對每台運輸車輛加扣唯一編碼的封裝,防止車輛在運輸中被打開箱門,食品原料直接運至展館。

記者探訪進博會上海綜合形象展區,這其中,有你喜欢上海的理由嗎?

在微縮版“上海”中感受“最上海”風情

■本報見習記者 張天地

從濱江沿岸步道的甲板木,到老上海梧桐樹下的青石板;踏著昔日老城厢里弄的“彈格路”,跨到今天臨港新城“海绵城市”所用的高科技透水磚……第三屆國際進口博覽會·上海綜合形象展區234平方米內,以“美麗家園”“購物天堂”“文化驛站”“夢想空間”4個主題展現上海這座人民城市的温度和广度。記者昨天前往探訪,提前感受“最上海”風情。

美麗家園

蘊含打造人民城市样板間的深意

記者看到,上海綜合形象展區“美麗家園”板塊以楊浦濱江的芦苇為起點,二十棟紅色建築依次排開。“每個紅色小魔盒的屋頂都是人字形的曲线。”展區工作人員介紹,这也蘊含着上海打造人民城市样板間的深意。一進展區,一輛鳳凰自行車與VR(虚拟现实)眼鏡擺在一起。“戴上VR眼

鏡,騎着鳳凰自行車,仿佛置身于濱江骑行道,郵輪碼頭、外滩、陆家嘴的美景尽收眼底。”一位參觀者邊騎車邊說道。

隨後,記者還“乘坐”了一台“老小旧”改造電梯。“一層到了”,順着提示音,記者看到了改造後的社區養老中心,二層和三層則有社區兒童托育中心等。“适老化改造”样板间里展示了老人淋浴時應配備的各種裝置,恒温花洒、淋浴間扶手等一应俱全。

購物天堂

體現“一站買全球、賣全球”便捷體驗

“購物天堂”展區集中展現了上海打造國際消費中心城市的進展。記者注意到,展區里既有代表潮流“种草經濟”的小紅書首店新品直播間,也有代表傳承的老字號推陳出新發布的新品——以格薩爾英雄史詩為主題的英雄鋼筆,筆身繪着唐卡;“國禮”

級別的瑪戈隆特行雲山石茶具……

綠地全球貿易港的迷你國家展館則體現了上海“一站買全球、賣全球”的便捷購物體驗,記者注意到,本次進博會展區之一的新西蘭“1839”蜂蜜也出現在展館之中。“這款展品已經在綠地全球貿易港展出了。”工作人員告訴記者。

文化驛站

可閱讀梧桐深处老街,也能捧起S10复刻奖杯

如果说“購物天堂”板塊體現了“买买買”的激情,那麼,“文化驛站”板塊則展現了海派文化兼容并蓄的气度。

扫描二维码,即可閱讀梧桐深处的老建築,石庫門、武康路、羅密歐台的故事娓娓道來。而展區另一側,擺放着英雄聯盟2020全球總決賽(S10)的复刻冠軍奖杯,它身後展板上細數了上海這座“电竞之都”的發展歷

程:全國80%以上电竞企業和俱樂部、產業規模超過220億元、全國超過50%的賽事在上海舉辦、國內首個电竞運動員注册制……

夢想空間

了解他人眼中的上海,也能写下你对上海的看法

最後一個板塊“夢想空間”汇集了生活在上海的人們的夢想。浦东開發開放30年、臨港新片区、长三角一体化;科创板、人才引進、创新创业,是上海未來發展的节拍器。

展區出口處,展示了這些人眼中的上海。張文宏眼中的上海“汇四海栋梁,聚天下英才”;小紅書創始人瞿芳希望“让上海吸引世界,让世界汇聚上海”……工作人員表示,參觀者可以在这里写下自己对上海的看法。你眼中的上海又是什麼樣呢?

新版光影秀今起点亮

窗口服务保障点位均已进入临战状态

本報訊(記者史博臻 見習記者王宛茗|周展)新版進博會主題光影秀今起在黃浦江畔閃亮登場。光影秀時長約5分鐘,11月4日至10日的每天18時30分至21時30分,逢整點及半點各展演一次,共7場,11月4日晚的光影秀展演增加22時、22時30分兩場。

市綠化市容局表示,新版進博會主題光影秀在去年基礎上進行改編、完善。市民遊客觀看光影秀,應避開人流高峰時間和人流多的區域,听从現場指揮;觀燈看秀,應遵守新冠疫情防控相關要求,注意做好自我防護工作,戴好口罩,保持人員的間隔距離,避免到人流密集區域看燈。

此外,記者獲悉,國家會展中心(上海)周邊通信與電力保障、交通保障、市政市容保障等窗口服務保障點均已進入臨戰狀態,各項保障工作有序开展。窗口服務保障組相關負責人介紹,目前保障工作預案完備,各行業結合疫情防控制定了服務保障工作方案,確保各類狀況發生時能快速反應、及時應對。

NEW ERA, SHARED FUTURE



新時代 共享未來