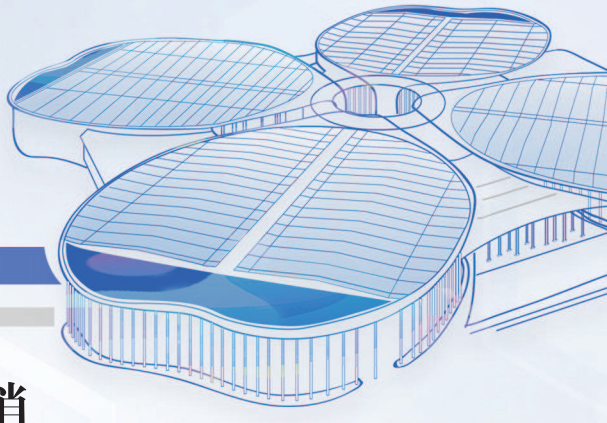




第三届中国国际进口博览会

www.whb.cn
2020 年 11 月 4 日 星期三

文匯報



外资股东经营机构首次在国内开展文物、古物、收藏品展销

享受税收优惠,5卷古画珍品首次亮相进博会

本报讯 (记者何易 | 周辰)5 卷古画昨天运抵“四叶草”——国家会展中心(上海),这意味着,借助进博会平台,外资股东经营机构将首次在国内开展文物、古物、收藏品展销。在上海会展中心海关的查验平台上,上海海关、上海市文物局组成联合查验组,对这 5 件文物进行开箱查验、鉴定,并开具入场许可证。

为支持进博会“办出水平、办出成效、越办越好”,促进海外文物回流,今年 10 月 12 日,财政部、海关总署和国家税务总局三部委联合发布《关于中国国际进口博览会展期内销售的进

口展品税收优惠政策的通知》,在进博会展期内,每个展商销售艺术品、收藏品及古物类展品,可享受 5 件以内的税收优惠政策。

“按照前期入境申报单来看,此次开箱查验的是 5 卷古画,进博会开幕后将在国家会展中心 8.2 馆进行展示。”上海会展中心海关展览品监管三科副科长王斐告诉记者,为减少文物在开箱时可能出现的物理损伤,此次开箱,上海海关联合市文物局共同到场,对申报古画进行物理属性和文物属性监管查验。按照申报单来看,5 件展品其中一幅为沈周的《雪江山水》

长卷,三幅传为仇英的《西巡图》《山水人物》长卷以及《庭院仕女》,另外一幅传为赵伯驹的山水长卷。

开箱后,海关人员对箱内古画一一核对,确认无夹带、货物物理属性与申报内容一致后,将古画交接给市文物局文物保护管理处监管人员。

在查验平台上,文物监管人员小心翼翼地打开接近 11 米长的《西巡图》画卷,对画卷的材质和品相进行核对和确认。“我们主要是确定这些古画的合法来源,是否与申报的有出入,是否为国家严禁交易或出入境的。”市文物局文物保

护管理处副处长胡巍表示,国家文物局发布关于支持 2020 年第三届中国国际进口博览会文物类展品监管和便利化措施的公告后,市文物局第一时间就予以落实,并提前与这次唯一确定带文物参展的中国香港展商进行接洽,对参展展品进行先期审核、排摸来源。

参展商、香港鸿畅驹进出口贸易有限公司高级项目经理纪晓蒙表示,这 5 件展品为一位资深藏家所提供,此次从日本委托他们在本届进博会上展销,消息刚发布即广受关注,多位国内藏家已联系他们,表达了展后购买的意愿。

留购之后,这 5 件文物展品将遵循有关公告要求,在国有文物收藏单位进行三年公益性展示,从而把进博会作为人文交流平台的意义发挥到最大。“今年由于时间紧迫,只有一家展商带着文物前来参展,但已有大量展商和我们取得联系,希望明年能来参加第四届进博会。”胡巍认为,外资古玩经营机构首次参展进博会的示范作用显而易见。

据统计,截至 11 月 3 日,上海海关已经保障第三届进博会物资通关共 400 批次,4188.05 万美元。

六大“藏宝区”与世界分享新潮展品



► 医疗展区葛兰素史克(GSK)展台。
本报记者 邢千里摄

制图:李洁



▲ 通用电气展位。

本报记者 袁婧摄

■ 本报记者 徐品卉 张懿 史博臻 张晓鸣 周洲 占悦 王嘉旻

“四叶草”的四片叶子尽数打开,六大展区以盛装迎接客商。医疗器械及医疗保健展区、消费品展区、食品及农产品展区……每一个展区里都“藏”着很多“宝贝”,标注行业发展的风向标,展商已迫不及待要拿出新品与世界分享。本报记者昨天兵分六路,提前探营“四叶草”里的“藏宝区”。现场的展台搭建已经全部完成,展商们正在做最后的展品“内装”,不少新品也提前揭开了神秘面纱。

医疗器械及医疗保健展区 窥见全球医疗最前沿

在医疗器械及医药保健展区,约 340 家展商纷纷拿出“压箱底”的最新医疗科研成果和产品。各家展台上,众多高科技产品悉数就位,工作人员正在仔细擦拭仪器,进行整体亮相前的最后调试。

首次参展进博会的雅培几乎拿出了所有业务板块的“看家本领”。记者看到,600 平方米的展区内汇聚了 100 多件展品,既有医疗器械,也有药品和营养品——全球首款采用导管技术的微创性二尖瓣返流治疗器械,在海外经历了 10 万例手术的考验,将手术对患者的伤害降到最低;不用扎指尖采血就能测血糖的新一代仪器;用于早产儿的心脏封堵器,被形容为全球最小的“补心器”,最小型号的实际尺寸比四分之一颗红豆还小。

罗氏制药公司是第三次参加进博会,不仅展品过硬,展台设计也格外吸睛:一朵绽放的“创新之花”屹立中央,象征着“诊疗携手——创新点亮未来”,闪耀的双色 DNA 分子链盘旋交织而上,创新基因深嵌其中,律动的生命之光即刻被点亮。

消费品展区 驶向美好生活的“起点”

消费品展区的钻石与宝石精品馆前两年都是人气超旺的展区之一。记者昨天看

到,展台灯光已经亮起,更显“珠光宝气”。在爱丽丝展台,该品牌商品部副总监韦春燕正在紧张地整理商品,她告诉记者,今年品牌展位面积比去年增加一倍,“我们将以各国国花为设计元素展示艺术珠宝产品,不仅会带来很多系列新品,而且未来还可能进入上海开店”。

总部位于意大利的维缇珠宝去年的展位是长条形的,今年则早早预定了方方正正的展位。公司创始人海伦昨天还在忙碌地布置展品,她告诉记者,11 月 6 日是中意建交 50 周年纪念日,围绕这个主题,企业将带来 15 个代表意大利四大珠宝品类的知名品牌纪念限量款,包括 5 个全球首发产品。

负责招展和运营 6.2 馆的东浩兰生集团场馆负责人介绍,在消费升级和境外消费加速回流的大背景下,今年参展珠宝企业规模较前两年有所提升,有来自 33 个国家和地区的 189 家企业参展。

在一旁的 5.2 馆,今年首次参展的历峰集团布展的主题是“匠心与创新”。记者在现场看到,500 平方米展区内所有的珠宝展示柜都已搭建完毕,等待展品入驻。布展负责人告诉记者,集团旗下此次有 11 个品牌参展,包括消费者熟悉的卡地亚、登喜路、万国表等。

往前走,占地 1500 平方米的优衣库展台打造了一个“明日博物馆”,白色、黄色、黑色三件巨型羽绒绒悬挂在空中。展厅里还建起一个透明的风雨不惧服装实验室,展示防风防水的 BlockTech 面料,实验室里的互动装置可体验到狂风下面料的韧劲。

6.1 馆是美妆护肤品牌们的集结地。在爱茉莉太平洋展台,工作人员正在仔细检查核对展品。今年公司旗下雪花秀品牌将展示的一款新品时光瓶已“上线”。据介绍,它融合了尖端的萃取技术与独有的生物转换科技,能多方位满足消费者肌肤抗皱需求。

食品及农产品展区 “世界厨房”新颖开宴

前两届进博会上,这个舌尖上的展区

宛如“世界厨房”,琳琅满目的各色美食令人食指大动。昨天的展区一片热火朝天的景象,工作人员正在紧锣密鼓地布展。记者发现,在常态化疫情防控下,各家展台将以更新颖、有趣的方式迎接盛会的到来。

在西班牙国宝级品牌 5J 火腿展台上,40 只伊比利亚火腿一字排开,颇为壮观。今年进博会上,5J 火腿不仅将继续带来高品质产品,还将完成一项“进阶任务”——艺术输出。

美食与艺术这两样看似并无交集的产品如何碰撞出火花?现场,一幅蓝色背景画作或许能给出答案。用“天马行空”来形容这幅画作一点也不为过。画面中,天上黑猪在“飞”,树上挂着火腿,就连画中女人的裙子都是由火腿片做成的。

人们耳熟能详的菲律宾企业上好评为上海小囡带来了一份珍贵的回忆。企业展台上侧的桌子上放置了一台老式电视机,一旁还配有红色邮筒、三轮自行车。据现场负责人殷姿介绍,这些充满“年代感”的老旧物件能带领大家“秒回”上世纪 90 年代的上海。展台外侧还贴了一面哈哈镜,让人联想起上海曾经最大的室内游乐场——大世界,那里的哈哈镜前是不少人的童年“打卡地”。

“今年的展台设计更接地气,也更能引发一代人的回忆。”殷姿告诉记者,上好佳从上世纪 90 年代起便在上海扎根,见证了这座城市的飞速发展,因此,公司这次特地选用了“上海风”元素,也是借此表达深厚感情。

服务贸易展区 智慧元素赋能“解决方案”

作为进博会上唯一看不见实体展品的展区,今年的服务贸易展区有何亮点?记者了解到,近年来,随着新一代技术革命的快速发展,数字化贸易新业态正成为服务贸易的重要突破口。在服务展区的“剔透”中,这一趋势得到了突出体现,各大展商带来的最新服务方案都跟数字化紧密相关。

全球四大会计师事务所普华永道、德勤、毕马威和安永再次齐聚,在进博会平台传递最智慧的解决方案。虽然比拼的是看不见的服务,但现场同样体验感满满。

在普华永道展台,参观者可通过现场 AR(增强现实)互动体验,成为未来数字产品“进博特刊”的封面人物;德勤展台主打交互式、沉浸式体验,展示前沿创新数字化解决方案。

物流是全球贸易的命脉,疫情加速了企业对深化数字化转型和更高灵活性的需求。进博会的“三朝元老”、全球快递物流巨头美国联合包裹以“连接全球,共创机遇”为主题,带来了智慧物流、绿色物流的一系列智能解决方案。疫情期间已率先在海外投入医疗物资配送的无人机被搬进展区,现场还展示了贴心的微信触屏快速下单服务。

美国洛克菲勒艺术中心是进博会的新朋友,首次参展便豪气拿下展区第三大展台,300 平方米的展览面积被精心打造成开放式艺术空间,既有模拟博物馆,也有上海和纽约两地街景的交互呈现,还有诸多代表着未来数字艺术发展的细节等你来发掘。值得一提的是,现场特别展出了 7 幅洛克菲勒家族掌门人史蒂文·克拉克·洛克菲勒二世创作的摄影和书法作品。

技术装备区

“智慧工厂”“智能制造”扎堆

技术装备展区是进博会中“硬核”展品最为集中的展区。记者昨天快速扫馆后发觉,该展区的“硬核”,一方面体现在它集中了进博会上最大、最重、最能体现工业之美的展品;另一方面,这里还大量凝聚了尖端工艺与“硬核”创新的高科技产品,使得整个展区的性格体现出多元、跨界的特点。

今年,数字化成为全球产业界应对疫情冲击的重要选择,顺应这一趋势,技术装备区除了传统的机械、设备,更有“智慧工厂”“智能制造”扎堆。

ABB 展台与“新基建”相呼应,重点推介交通、能源、城市基础设施等领域的数字化方案。西门子、霍尼韦尔等展台集中展示与中国大企业合作提升“中国制造”的案例。欧姆龙在现场摆出了一套人机协作的智能化工厂生产线案例,多个工序中,机械臂与人并肩配合,确保产出“零次品”。

技术装备区的一大魅力,就是可以看

汽车展区

未来汽车唱起了主角

今年,各大汽车及相关产业企业继续携带重磅展品在进博会上亮相。

新能源汽车无疑是汽车展区的重头戏,而今年氢燃料电池汽车唱起了主角。馆里最醒目位置被一辆高大威猛的卡车所占领,这辆来自现代起亚的卡车就是全球首款量产氢燃料电池重卡 Xcient Fuel Cell。据介绍,它共安装了 7 个大型储氢罐,根据温度不同,加热时间需 8-20 分钟,续航里程为 400 公里。今年 7 月,现代起亚已向瑞士客户交付了 10 台氢燃料重卡,后续将持续交付 50 台。

丰田展台上,氢燃料电池版柯斯达活像一款来自未来的车,这是丰田汽车为响应“蓝天保卫战”而开发的氢燃料电池商用车,可在严寒天气中使用,可实现平滑、安静行驶,行驶过程中二氧化碳零排放。此前,丰田与拥有丰富的商用车开发技术和市场经验的中国代表性整车厂家,以及在氢燃料电池系统开发方面具有丰富经验及实际业绩的亿华通达成合作,将研发具备竞争力且符合中国法规的燃料电池系统。

以轮胎而为人熟知的米其林,同样展出了氢能源电池组。米其林去年与标致雪铁龙旗下汽车零部件企业佛吉亚合作成立一家新公司 Symbio,致力于氢能源电池组和燃料电池系统的研发。此次展出的将是集成于不同类型电动汽车的氢燃料电池模块电堆包,其原理是利用空气和氢气产生电力,实现零排放的同时,增强车辆轻便性。

经历过疫情考验,城市交通愈发凸显既要保证有效运输,又要降低疫情扩散风险的必要性。因此,智慧出行尤其是自动驾驶展现了其实用性和可行性。

去年进博会上,伟巴斯特首次展示了一款应用于无人驾驶的概念智能车顶模块,引起业内广泛关注,今年则带来了全新的迭代产品。伟巴斯特中国区研发副总裁王辉博士介绍,所有传感器全部被集成于车顶内部,还车顶一个清爽面貌,天窗也可正常开启使用。

博世是进博会的三届“老友”。在驾驶辅助和自动驾驶方面,公司将展示最新一代传感器产品组合,有效支持车辆实现车身周围环境的感知;还有用于重型商用车的多功能摄像头,为卡车提供专门的视觉感知解决方案。

新时代
共享未来

CIIE



NEW ERA, SHARED FUTURE