

# 新潮看进博

## 第六届进博会今开幕,数百位各国企业高管已飞抵上海 跨入“进博之门”,打开“机遇宝库”

■本报记者 徐晶卉 周辰 占悦

第六届国际进口博览会今天开幕,新老朋友如约而至。今年,36.7万平方米的企业展吸引了来自128个国家和地区的3400多家企业,参展的世界500强、行业龙头企业以及创新型中小企业,数量均为历届之最。数百位各国企业高管飞抵同一个目的地——中国上海。“贸易天团”满满的行程表上,装着满满的期待——

“我们对每一年的进博会都充满期待。”ABB中国董事长顾纯元带来了新品。

“我们在利用这个机会与中国的创新领域建立联系。”欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官费博瑞看到了创新。

“中国市场的发展机遇潜力无限,我们正满怀信心加快在华的本土化建设。”碧迪医疗全球高级副总裁、大中华区总经理邓建民提到了投资。

参展商们都认为,跨入“进博之门”,就是打开“机遇宝库”。

为一个融合与协作的平台,美妆行业不仅可以提出创新,还可以与中国市场的生态圈伙伴紧密合作,“实际上,我们在利用这个机会与中国的创新领域建立联系。”

走过风雨无阻的5年,进博会越来越成为中国高水平对外开放的一张全球名片。全球性医药企业梯瓦今年的展台设计以向上之姿的DNA螺旋链条结构为主,彰显持续加码中国市场的坚定信心。梯瓦大中华区总经理黄迪仁说,今年将带来一款治疗偏头痛创新的中国首展首秀,还将引入源自爱尔兰的经典护肤霜Sudocrem,这将是梯瓦在华推出的首个健康消费品,“我们已签约第七届进博会,中国是梯瓦在全球的重点发展区域。”

“多年来,中国一直是肖特集团最大的增长市场,进博会为我们在中国发展提供了绝佳展示平台。”肖特集团首席执行官何德瑞说,每届进博会都带给他新收获、新感悟,“今年肖特带来了超半数的新品,希望能借助进博会的溢出效应在更多领域获得增长机会。”

TECNIS Synergy 跃级人工晶状体亮相进博会后,作为首款提供33厘米近视力的连续视程人工晶状体引起了广泛关注,依托“先行先试”政策,去年12月就在海南博鳌实施了首批两合植入手术,并于同月正式获批。如今,Synergy已在全国多地完成植入,为中国白内障患者带来更好的视觉体验。

溢出效应更体现在展商取得优异成绩后的满满自信。“我们对每一年的进博会都充满期待。”顾纯元表示,过去5年,ABB在进博会上展示了210多项创新产品与前沿技术,发布多款新品和数字化解决方案,累计签署90项战略合作协议,“借助进博会强大的影响力和溢出效应,我们期待今年有更多ABB新产品和新技术从进博起飞,在全国落地。”

### 谈信心:投资中国成为共同选择

“回头客”听诺飞今年选择重返进博舞台,表明品牌对于中国市场一而再的决心。“中国是听诺飞的‘第二故乡’,我们是中国高质量发展道路上的积极参与者。”听诺飞全球高级副总裁兼东北亚地区总裁王昀表示,今年听诺飞将携最新技术及产品登上进博舞台,并不断深耕中国市场。

无论是新朋友还是老朋友,对中国的信心是企业高管们挂在嘴边的高频词。赫力昂中国内地及香港地区总经理顾海英强调,中国是赫力昂全球最为重要的市场之一,“2022年,赫力昂全球全年实现109亿英镑的销售和9%的有机增长。今年上半年,赫力昂全球实现10.4%的增长,中国市场表现尤为突出,为其全球和亚太地区的整体增长作出了重要贡献。”

投资中国,是进博会参展商的共同选择。碧迪医疗今年将带来10余款首发首展及近百款明星创新产品。邓建民表示:“中国的发展机遇潜力无限,企业正满怀信心加快在华的本土化建设。”今年7月,碧迪医疗大中华区创新中心在杭州揭幕,与位于上海的创新设计及多功能研发中心、苏州的工程实验研发中心协同合作,进一步提升并赋能企业与多方合作伙伴的综合创新能力,加速本土创新落地。

“我们非常珍惜参加进博会的机会,中国是丹佛斯一个非常重要的市场。”丹佛斯集团总裁兼首席执行官方行健表示,企业正在中国加大投资,在天津武清设立了总投资1.4亿元的丹佛斯全球制冷研发测试中心,在南京建设的新工厂将生产核心零部件的功率模块,“将全球最新最好的技术实现本地化制造和研发。”

### 谈变化:溢出效应激发澎湃动能

进博会不仅是一年一度的经贸盛会,更显示出强大的溢出效应。在一场场洽谈、一次次签约中,开放春风扑面而来,发展动能激越澎湃。

淡水河谷是一家“元老级”参展商,已连续6年参展。淡水河谷中国区总裁谢雪感受到的最大变化,是进博会的影响力和朋友圈逐年扩大,“以我们所在的采矿行业为例,我们曾连续几年是参展商中唯一的采矿企业,但从去年开始,主要的同行企业也纷纷成为参展商,这让进博会变得更具吸引力,企业可以在更大的综合展平台上与同行企业相互学习,有利于促进整个采矿行业的长远发展。”

溢出效应体现在展商亲眼见证的“展品变商品”速度。安进公司董事长兼首席执行官罗伯特·布拉德韦深有感触:去年企业首次亮相进博会,得益于这一开放平台,展出的新药普罗力已于今年2月迅速获批新增适应症,用于治疗骨折高风险的男性骨质疏松症。今年安进携重磅创新疗法再次赴会,罗伯特说:“进博会彰显了中国坚持推进高水平对外开放、与世界共享中国高质量发展新机遇的决心。对安进而言,中国是一个具有重要战略意义的市场,而进博会为我们提供了一个宝贵的平台。”

溢出效应更体现在展商亲身感受到的营商环境温度。强生全球资深副总裁、中国区主席宋为群一口气说了很多“展品变商品”的案例和背后的故事。去年,强生全视的

### 谈期待:首发首秀再成爆款

进博会对参展商意味着什么? 疆住水科技集团大中华区首席执行官兼疆住集团全球高级副总裁陶江说得直接:进博会的最大特点是“综合展专业办”,参展商、采购商和专业观众来自各行各业,丰富度是行业垂直展会所不具备的,这为品牌创造了深入洞察消费者的绝佳机会,能收获巨大的曝光量,从而大大缩短从研发新品切换到量产产品的周期,快速抢占市场竞争的制高点。她说,第六届进博会开幕之际,疆住已签约第七届进博会,期待续写进博故事。

走过硕果累累的5年,进博会已成为参展商全球首发、中国首秀的“第一选择”。澳大利亚企业REGENT RV PTY LTD首席执行官安德鲁·罗伯特·曲柄说,今年是品牌第二次参加进博会,作为在澳大利亚市场上竞争力较强的房车品牌,他们很高兴能够再一次在进博会舞台上向世界展示新品,“今年参展的重磅车型将呈现我们最新、最先进的房车智造技术,创新、高品质的产品将为更多消费者带来更加美好的房车旅居生活。”他期待,希望首发首秀再成“进博爆款”,品牌能够在进一步在世界范围内提升知名度。

走过硕果累累的5年,进博会越来越成为一个新的“创新起点”。今年,欧莱雅将首次进驻创新孵化专区,并作为首家跨国美妆企业在专区内设立“BIG BANG 北亚美妆科技共创孵化展区”。费博瑞表示,进博会已成



第六届进博会上海人文交流馆今天揭开面纱,同时也将持续打造“云上上海馆”,同步线下的展馆与展品。  
本报记者 袁婧摄

## 本土精品海外优品同场“对话”

上海人文交流馆亮相,设国际采购等7个主题展区

■本报记者 徐晶卉

看全球美食送达百姓餐桌、看进博展品变为畅销商品、看进博好物演绎丝路精神、看本土品牌成为国际潮牌……以“进博首发彰显溢出效应”为主题的第六届进博会上海人文交流馆将于今天揭开面纱。

记者日前提前探营看到,上海馆整体外观绚丽多彩,刻画了黄浦江两岸五光十色、物阜民丰的胜景。市商务委相关负责人介绍,本届进博会的上海馆策划了国际采购、展品变商品、展商变投资商、“一带一路”名品、本土品牌国际化、品牌联手出海、老字号产品创新7个主题展区,展示90个本土精品和海外优品的进博故事,尽显进博会的溢出效应。

### 聚焦国际采购,融通贸易连接

每年进博会的上海馆都有不一样的呈现方式。今年上海馆设国际采购主题展区,依托进博会的平台优势,光明食品集团通过国际采购布局了全球食品产业链供应链。相关负责人介绍,这几年,集团收购了西班牙高端海鲜罐头和熟食百年品牌企业“阿尔伯”,依托进博会并购置意大利SALOV集团和法国葡萄酒经销商DIVA公司,引入高端橄榄油品牌翡丽百瑞和法国高档红酒品牌……目前这些商品在商场、超市、电商等渠道均有售,让国内消费者更便捷享用全球美味。

进博会融通贸易连接,促进各类进口产品更便捷、高效进入中国市场。记者在上海馆看到,塞尔维亚的特色商品黑松露片、秘鲁的“温暖驼”羊驼毛玩偶、阿根廷的帕拉蒂托马黛茶、捷克的水晶制品、巴基斯坦的喜马拉雅盐灯……这些展品都已飞入寻常百姓家。

依托进博会,上海与“一带一路”共建国家加强贸易、金融、物流、科技、人文等领域的全方位合作。记者在“一带一路”名品主题展区看到,这里有玛戈隆特与白玉兰真丝跨界打造的丝路宝船瓷器,有敦煌与国外美术馆合作、采用国家非遗技艺制作的梵高向日葵古筝和莫奈鸛尾花琵琶,有叙利亚



上海馆内汇集百年老字号、本土引领品牌和网络新品牌。

本报记者 袁婧摄

贝壳镶嵌的工艺首饰盒,有孟加拉的黄麻手工艺品等,这些产品从进博平台中走来,演绎着丝路精神。

### 见证国货出海,拥抱数字时代

国际品牌纷纷登陆上海,上海品牌则选择扬帆出海。上海馆还集中展示了上海品牌国际化发展的成果。

“依托进博会,上海品牌打开了国际视野,拓展了国际市场,与国际品牌、全球资源合作交流,建立起国际化发展战略,在新发展格局下实现新的突破。”市商务委相关负责人表示。记者在现场看到,有着百年历史的蝴蝶牌缝纫机这次带来了两款多功能迷你缝纫机,这家企业已成功转型为全球工业缝纫机先进制造商;上海家化进军国际市场代表作佰草集、双妹,国货高端护肤品牌林清轩,诠释上海本土美妆护肤品牌的独特东方文化底蕴。

今年,上海馆持续打造“云上上海馆”,同步线下的展馆与展品,让众多市民可以“一部手机云游上海馆”,大部分展品还能链接到品牌官方网站,直接下单购买。此外,上海馆还首次引入“小红书”,以独特的“种草模式”来介绍生活方式。

上海馆还有不少高科技的产品。得物带来了进博首发产品——国内首台AI(人工智能)自动鉴别仪器。工作人员将一双李宁的驭帅13减震防滑耐磨高帮篮球鞋和鞋垫放入AI自动鉴别仪器下方的拍摄区,环绕一圈的相机立刻自动拍摄多张不同角度和细节的照片,回传至得物查验鉴别数据库进行细节匹配,大约5秒之后,这双运动鞋的鉴别报告生成,商品真伪立马现形……展会工作人员介绍:“这台仪器还在研究测试阶段,背后的AI计算引擎能辅助提升查验鉴别的效率,目前能支持鉴别100多个品牌的运动鞋。”上海本土科技型文创企业来哈游也来到上海馆,讲述其向海外成功输出产品和文化的故事。

今年,上海馆持续打造“云上上海馆”,同步线下的展馆与展品,让众多市民可以“一部手机云游上海馆”,大部分展品还能链接到品牌官方网站,直接下单购买。此外,上海馆还首次引入“小红书”,以独特的“种草模式”来介绍生活方式。

## 上海税务部门“精准画像”定制“税务方案” “蓝精灵”驻场服务保障进博会

本报讯(记者周渊)税务“蓝精灵”驻场服务、为进博会相关企业“精准画像”……第六届进博会今天开幕,上海税务部门对标高水平高标准,进一步把服务保障的各个环节抓实抓细,确保进博会税收服务工作稳步有序推进。

服务进博最前线,今年,上海税务部门精心挑选培训的“精兵强将”将继续驻点“四叶草”——国家会展中心(上海)的政策解读专区,为参展商、采购商提供现场咨询、政策宣讲、投诉受理等税收保障服务。

青浦区税务局发布进博会“6+365”全生命周期服务进博机制,助力进博会青年突击队、服务进博多语种青年突击队、示范区税务青年服务进博突击队3支队伍采用驻场服务和场外响应相结合的工作模式,为进博会提供全方位税收服务保障。新鲜出炉的《双语服务手册(进博版6.0)》,汇集最新税费优惠政策,更加契合买卖双方实际需求,将为现场客商提供专业指引。

驻场服务的同时,场外延伸服务也在多点齐头并进。以“四叶草”为圆心向外辐射,税务部门全力打造“主阵地+志愿服务站+税务文明实践基地”的服务圈,进一步扩容税务保障辐射范围。

青浦区税务局第一税务所“文明先锋站”已开通进博会绿色通道服务专窗和双语服务专窗,满足展商三方和外籍纳税人的办税需求。“青税易办工作室”开启全天候待命,第一时间解决涉税疑难杂症。在“虹桥枢纽-国家会展中心”地下通道,闵行区税务局以“包干制”形式设置服务站点,进博会期间提供双语翻译、线路指引、税收政策咨询等服务。长宁区税务局专门设立“青柠檬”城市文明青年志愿服务站,

深耕楼宇税收服务,为进博企业做好最新税费优惠政策的宣传辅导。

一位特殊的“志愿服务队员”——“智慧自助办税终端”已先行入驻“四叶草”党群服务中心。该设备嵌入5G、人工智能、人脸识别等前沿科技元素,集成电子税务局、一网通办、办税指南、智能互动、双屏互动、自然人业务等六大功能,纳税人在自助办税的同时,还能远程获得操作辅导、政策咨询等协助。

前期,上海税务部门围绕高质量服务进博会课题主动调研需求,对相关企业的涉税需求、意见建议进行采集,量身定制“税收政策服务套餐”,深入一线解疑答惑,内外联动纾困解难。

上海策广餐饮有限公司旗下的“老娘舅”连锁品牌,其国家会展中心门店在进博会期间生意十分可观。“税务部门主动上门,排摸我们门店进博会期间的开票需求,全程协助发票申请,解决了我们的后顾之忧。”上海策广餐饮有限公司财务负责人沈巧怡说。

据悉,青浦区税务局前期通过“实地调研+数据建模”,对进博会相关企业进行精准画像,提前制定发票优化方案。截至目前,已全程指导265家周边企业优先办理电子发票业务,为22家餐饮、酒店、停车场和布展企业临时提高开票额度。

作为本届进博会官方指定搭建商的欧马腾会展科技(上海)有限公司也接受了税务部门的“定向服务”。闵行区税务局主动找“人”,指导企业享受各项税收优惠政策。今年1至9月,欧马腾享受境外展会增值税免税政策,累计减免金额1200余万元,增值税进项加计抵减16余万元。

