

承诺、机遇、信心

——第四届中国国际进口博览会迎来倒计时100天

中国国际进口博览会,是迄今为止世界上第一个以进口为主题的国家级展会。今年11月5日,跟往年同样的日子,第四届进博会将在俗称“四叶草”的国家会展中心(上海)如期举办。

履约举办进博会,全球企业共享东方机遇。第四届进博会将再次成为履行中国承诺、挖掘中国机遇、注入中国信心的“大舞台”。

承诺:100天后,相约上海

尽管有疫情等因素影响,第四届进博会筹备正酣。

中国国际进口博览局副局长孙成海介绍,第四届进博会签约展览面积已达36万平方米的预期目标,工作重心已转向组展招商。其中,国家展将首次采用虚拟现实、三维建模等技术手段,并设置互动功能,目前已有50多个国家确认参加国家展。

以“百年变局下的世界经济:后疫情时代全球经济合作”为主题的本届虹桥国际经济论坛的筹备同样正在提速。全球化智库理事长、国务院参事王辉耀在第四届虹桥国际经济论坛解读会上说,疫情对全球经济造成巨大影响,我们仍然处在疫情之中,需要加快研究和采取应对措施,虹桥国际经济论坛提供了一个很好的交流平台。

上海市政府副秘书长、进博会城市服务保障领导小组办公室主任顾洪辉说,第四届进博会城市服务保障将重点围绕“五个更”,实现疫情防控更精准、服务保障更精细、城市运行更平稳、溢出效应更显著、进博品牌更响亮。

早对接,早洽谈,早出意向成果。举办展区推介会、招商路演、进博会投资促进活动、供需对接会,提

前“动起来”的招展招商活动正在提升进博效能。

7月26日,在第四届进博会食品及农产品展区、医疗器械及医药保健展区展前供需对接会上,远在新西兰的乳业企业纽仕兰研发总经理罗伊·范登克通过视频跨洋连线了洽谈现场,成为全场焦点。

去年11月,范登克不惜来回隔离28天来参加第三届进博会,还首次尝试了直播带货这种全新的销售模式。他说,跨洋直播为企业带来更多机遇,今年第一季度企业线上销售额同比增长145%。“我们计划将100万罐青草饲料4.0牛奶通过直播形式售卖,让‘进博同款’产品快速进入中国居民的家中。”

上海商业“航母”百联集团在第三届进博会期间与展商签订了总价值高达1.32亿美元的采购合同,相比往年的采购金额增长近七成。百联集团相关负责人介绍,企业已经提前与意向企业进行对接洽谈。

前来参加洽谈会的国中康健集团有限公司供应链负责人周复亮说,企业有意采购一批全球领先的医疗设备,进博会搭建了中国企业与外国供应商互联互通、共享机遇的平台,能帮助企业降低采购成本,赢得更多市场机遇。



这是国家会展中心(上海)(2020年11月3日摄)。

机遇:新老朋友“用脚投票”

中国“进博之约”热情拳拳,全球企业积极回应。新老朋友纷纷前来,展商联盟不断扩容,进博会的“朋友圈”越来越大。

“第四届进博会签约参展的世界500强和行业龙头企业数量超过上届,回头率超80%,有30多家为首次参展。”孙成海说。

7月27日,进博会的“老友”米其林、恒天然、欧莱雅、资生堂、纽仕兰等知名企业再次许下“进博之约”,签约参展第五届进博会。

“这次签约意味着恒天然将连续5年参加进博会,这是公司践行对中国长期承诺和对中国市场信心的见证。”恒天然大中华区首席财务官阿克沙伊·阿加瓦尔说。

全球领先的口腔设备企业卡瓦集团将首次亮相第四届进博会。企业中国区高级市场经理花樱说,企业将在进博会上实现多款

基于数字化创新科技的“亚洲首发”,比如,被称为“种植牙手术机器人”的X Guide口腔种植手术导航系统,能在手术阶段实时导航种植体的计划位置与种植深度。

法国百年品牌郇尔铂也将首次亮相进博会。郇尔铂大中华区负责人赵麟表示,希望能搭乘进博快车,加快拓展中国渠道。

以进博会为舞台,一系列新产品、新技术、新服务将全球首秀、亚洲首发、中国首展。

德龙集团将“全球首发”搭载物联网技术的智能咖啡机,冠城钟表珠宝集团将带来多款手表的“全球首发”,博西家用电器将带来专为宠物家庭设计的电动软刷强力吸毛器和多功能厨师机等多款全球首发新品……

资生堂中国首席战略官长谷直子介绍,在第四届进博会上,资

生堂将在中国大陆线下首秀高端护肤品牌“醉象”,还将全球首秀专为亚洲“Z世代”男性设计的“新奢”男士护肤品牌。

携手合作,挖掘市场新潜力,进博会将为世界经济复苏和增长注入动力。

7月26日,中国国际进口博览会参展商联盟医疗器械专业委员会正式成立,这也是继能源低碳及环保技术、汽车创新发展、公共卫生防疫等之后的又一专委会。

进口博览会参展商联盟医疗器械专委会副会长单位雅培核心诊断业务副总裁陈健忠说,进博会强大的溢出效应使雅培享受到更多的发展机遇,雅培将借助专委会这一平台,携手行业伙伴,助力医疗器械产业的智慧升级与可持续发展,将更多尖端科技和创新成果引入中国。

信心:进博撬动大投资

以上海为“跳板”进入中国更多城市,进博展品的加速落地,让全球企业在中国深耕的脚步更为坚定。

百年南京路上,“进博商品集市”里人头攒动,游客们忙着在这一进博主题消费新业态里感受来自“四叶草”的热情。

绿地集团总裁助理、绿地贸易港集团总经理薛迎杰说,“展品变商品、展商变投资商、采购商变贸易商”的良性生态圈正日渐形成。集纳了进博会展商的绿地贸易港,在上海获得成功,进军哈尔滨、宁波、重庆等地,进博商品从“四叶草”出发驶向全国。

上海市商务委副主任周岚介绍,遍布上海的56个进口博览会“6天+365天”常年展示交易服务平台,累计引入进博会展品近18万种,涉及展商共1390家,累计进口商品达到1464.7亿元。

扩大产能、追加投资、“升级”总部,进博会正在成为越来越多全球企业365天加码投资的“催化剂”。

“进博同款”产品落地跑出加速度,让进博企业更有奔头。

第三届进博会“全球首发”的6恒气候站,第二届进博会同款的快眠系统、电动分离床……7月19日,位于江苏宜兴的雅达·松下社区正式亮相,1100多套面向中国居民健康和养老需求的未来住宅里,有不少“进博同款”产品的身影。

“三届进博会的效应,让我们对中国市场充满信心。疫情期间,我们在中国设立了新公司,在广东、江苏、浙江扩建了4家新工厂,在11月的第四届进博会还将带来助力消费生活升级和助力环保的产品、技术和解决方案。”松下电器中国东北亚公司总裁本间哲朗说。

透视进博“窗口”看开放,外资企业加速在华深耕投资。

“进博会为企业带来‘大商机’,折射出中国开放大门越来越大的承诺。”瓦里安全球资深副总裁兼大中华区总裁张晓说,乘着进博会的东风,瓦里安在疫情下不仅推进了高能测试间扩产项目,实现产能翻番,还积极投建“瓦里安中国创新中心”。

张晓说,瓦里安中国北京研发和生产基地超越硅谷总部,成为拥

有最全产品线的研发和生产基地,实现了中国智造服务全球。

欧莱雅集团首席执行官叶鸿慕说,欧莱雅已经连续3届参展进博会,这一平台带来的机遇非常振奋人心,不仅能展示企业的创新成果,还是企业感受中国“双循环”新发展格局脉动的窗口。在进博效应的带动下,企业近期将位于上海的中国区总部“升级”为北亚区总部,未来中国将成为北亚区的核心。“在第四届进博会上我们将带来不少亚洲首秀、中国首发。”

不断优化的营商环境正为全球企业搭乘“中国快车”保驾护航。今年,上海将进一步优化前三届进博会量身定制的支持政策,支持浦东新区在进博会期间试行更大力度的人员出入境等配套政策,并推动常态化、制度化。

上海海关副关长叶建介绍,海关将创新展品查检模式,避免企业在海关查检和布展环节两次开箱作业,切实提高参展商品通关效率,便利服务全球企业。

新华社上海7月27日电
本版图片均据新华社发



在国家会展中心(上海),第四届进博会食品及农产品展区、医疗器械及医药保健展区展前供需对接会的参会嘉宾用手机拍摄参展企业的展品模型(7月26日摄)。



在国家会展中心(上海),参加第四届进博会上海招商路演暨消费品展区展前供需对接会的一名参展企业工作人员(左)向参会嘉宾介绍产品(7月15日摄)。