

重点

第三届进博会今起开展,展览面积扩大3万m²、世界500强回头率超70%

400多项新品将在进博会上“首发首展”

11月5日至10日,第三届中国国际进口博览会将在上海如期举办。作为全球首个以进口为主题的国家级展会,在新冠肺炎疫情给世界经济带来巨大冲击的背景下,第三届进博会这场特殊的东方之约为各家企业点亮希望之光,给世界经济带来复苏之机。各家企业参展踊跃,总展览面积比上届扩大3万平方米,世界500强及行业龙头企业回头率超过70%,平均展览面积比上届增加14%,更有数十家企业已连续签约未来三届。

■新快报特派上海记者 陆妍思



■第三届进博会开幕式11月4日在上海举行。图为国家会展中心(上海)一角。新华社发

来自商务部和中国国际进口博览局的数据显示,第三届进博会共设置食品及农产品、汽车、技术装备、消费品、医疗器械及医药保健、服务贸易六大展区,药品、医疗器械、乳业、高端消费品、汽车、工业电气、工程机械等行业排名前十的企业,大部分将在进博会精彩亮相,充分表明世界各国对中国经济充满信心,全球企业对中国市场满怀期待。

戴尔科技集团相关负责人说:“今年是进博会举办的第三年,也是戴尔连续第三次

六大展区齐聚新老朋友

参加进博会,可以说我们已是进博会的老朋友。今年,戴尔将以新一代信息技术赋能新基建为主题参展,展区面积是历次参展规模最大的一次。”

第一次参展进博会的优衣库,打造了1500平方米的“明日博物馆”,成为消费品类最大展台,这也是优衣库LifeWear全球品牌博览会首次在中国呈现。优衣库微信小程序于10月19日提前上线进博会专区“明日博物馆”,全国消费者都能随时随地“零距

离”体验进博会首展10大服饰创新的艺术与科学魅力。目前中国已经成为优衣库最重要的海外市场。今年3月份以来,优衣库中国门店以高于预期的速度恢复业绩,尤其是线上销售额同比增长约20%。优衣库今年6月起在中国市场恢复开店步伐,截至8月底,其中国门店数量达到767家,首次超过日本本土。在11月1日启动的天猫“双11”活动中,优衣库仅用11分钟就冲到女装类目榜首,连续6年“霸榜”。

“首发首展”集中推新

目前已在全球疫情防控中发挥价值。

来自英国的阿斯利康将在防疫专区展示一款创新产品——雾化防疫安全屋。据阿斯利康全球执行副总裁、国际业务及中国总裁王磊介绍,这款产品集多项“黑科技”于一体,屋子整体使用环保材质,配备紫外线灭菌灯,可实现二次灭菌,避免交叉感染。该产品已在广州部分医院进行了试点。

像阿斯利康一样,越来越多的参展商选择在进博会上进行新产品、新技术、新服务的“全球首发、中国首展”。

“虽然疫情给参展带来了挑战,但疫情催生的新经济、新业态,也让我们看到了更

多的中国机会和世界机遇。”跨国药企诺和诺德全球高级副总裁兼大中国区总裁周霞萍说。据周霞萍介绍,今年进博会期间,诺和诺德的展位面积从去年的500平方米扩大到今年的700平方米。除展示已经在中国上市的14款创新药和9款创新注射装置之外,包括基础胰岛素在内的多项糖尿病领域全球创新成果也将悉数亮相。

“借助‘进博效应’,达能新品上市效率大大提升,销售通道进一步打通,去年进博会上展示的近40款明星产品已经成为居民家中的新面孔。”跨国健康食品公司达能大中华区副总裁周志刚表示,在第三届进博会上,达能将携近200款产品亮相。

采购商注册人数达40万

业涵括医疗科技、电子商务、化妆品、酒店用品、机械加工、食品加工等行业。广东省贸促会负责人表示,前两届进博会期间,广东贸促分团均签订超过20个采购意向项目合同,同时通过参加进博会贸促分团,许多企业结识了新的合作伙伴或发掘出新的合作模式。

在第二届进博会上签下3亿元订单额采购巴基斯坦红松的休闲零食企业良品铺子,本届再次组队进博会采购。“良品铺子是中国休闲零食行业首个提出‘高端战略’

的企业,要把产品做好,就要高于同行业标准,才能够在产品端形成差异化,这需要全球化的供应链来实现。”良品铺子总裁杨银芬说,良品铺子2020年6月新成立了进口零食采购部,并提出打造“高质高效高效协同数字化全球供应链”。良品铺子将借助本届进博会再次扩大海外“朋友圈”,将与科汉森、乐斯福、嘉吉、纽仕兰、恒天然、安德鲁等6家全球顶尖食品辅料供应商签订3亿元采购订单,围绕原辅料采购、联合研发、技术引进战略合作。

以贸易促投资 参展商变成投资商

除了各家企业踊跃参展外,采购商热情同样高涨。统计显示,虽然进博会主动调控参展参会人员规模,但各地采购商报名仍积极踊跃,共组建39个交易团、近600个分团,注册单位11.2万家,注册人数达到40万人。采购商中,年营业额10亿美元以上的达到2238家,年进口额1亿美元以上的有近1400家。

广东省贸促会已经连续三届组织企业参展进博会,今年将带队100家企业与机构、200多名专业采购商参会,报名企

机会。

镁宜(上海)实业有限公司总经理伊万,是以色列科技企业沃特金(Watergen)中国区首席代表。沃特金公司有一项独特技术,可以从空气中吸取水分,并转换成清洁饮用水。这样的“空气制水机”在第二届进博会上一经展出,吸引了很多国内外客户的关注。“第二届进博会之后,有200多家企业前来洽谈合作。基于这样的良好反馈,我们决定在中国市场

大展拳脚。”伊万表示,沃特金落户中国的第一步是在上海陆家嘴金融城设立一个贸易公司,如今这一目标已经达成。接下来沃特金还将在长三角选址建工厂,让生产能力也落地中国。

目前,中国正在加快推进数字经济、智能制造、生命健康等战略性新兴产业,形成更多新的增长点、增长极,提高产业链供应链稳定性和现代化水平。这些都为全球的企业带来更多的合作机遇。

链接

进博会“最”展品

最新鲜水果

菲律宾哈斯牛油果首次输华是“一带一路”倡议下中菲两国农业领域合作的又一成功实践,果肉醇香细腻,入口清香软糯,同时具有距离近,成本低,运输时间短,新鲜度高等多重优势。

最环保商用车

全球首发,氢燃料电池版柯斯达是丰田汽车为响应“蓝天保卫战”方针开发的氢燃料电池商用车辆。可在严寒天气中使用,可实现平滑、安静的行驶,行驶过程中二氧化碳零排放。

最长钻井

用于陆地及深海油气开发,通过独有的导向技术,可实现最长3000米水平钻井,世界第一。

最高电梯

奥的斯独创双轿厢高速电梯技术。设计制造世界最高楼的电梯,爬升高度124层,速度每秒10米。自2010年在世界第一高楼投入服务以来,电梯运行总距离超过地球与月球的距离。

最聪明护肤仪

Perso是欧莱雅全球首款家用定制化妆品配方概念产品,由欧莱雅科技孵化器团队开发,人工智能驱动,是一款三合一家用定制美妆护肤仪器,只需简单4步即可立即定制护肤产品,液体唇彩和粉底,而且它还会随着使用越变越“聪明”。

最智慧ICU指挥中心

“妙如”虚拟临床指挥中心,是GE医疗整合全球研发资源,在深度洞察到中国ICU新基建、跨院区病房管理和区域医疗质量提升需求而进行深度国产化研发,适合中国临床救治环境的一套远程临床信息监测管理应用软件系统。该指挥中心于中国首发,并在全球疫情防控中已经发挥价值。

最无界工具

CBRE Plans

世邦魏理仕国内首发互动式场景创建工具CBRE Plans,企业地产专业人员可以在虚拟的3D模型下,对楼层进行沉浸式导航浏览,从而真正实现远程协同设计,促进“无界”交易。