

第二届进博会“升温”

“进博同款”变爆款 “东方之约”不违约

本报记者 张钰芸

杨建正 摄

昨天，中国首家进口面料供应链保税平台“Gracina Life”在长宁区正式开通，今后一批高端进口面料品牌将在国内实现零天取料，零剪定制。而在进博会核心区，虹桥商务区保税物流中心（B型）今天启动运营，隔街而望的虹桥品汇里，前来购买“进博同款”的市民络绎不绝，日本北海道大米、乌克兰食用油、德国啤酒等都是爆款。

距离第二届进博会开幕还有40天，一年前“广结良缘”的参展商和“满载而归”的采购商，都在马不停蹄地做同一件事，放大进博会的溢出效应。当一张张意向合同书，变成一件件“进博同款”，销往全国各地，甚至走向“一带一路”，这一场“东方之约”，获得感满满。

订单落地 沪上“买全球”

今年4月初，绿地商贸成功引进在首届进博会期间“下单”的埃及甜橙，得到“非洲阳光眷顾”的埃及甜橙因含糖量高、汁多肉厚享誉世界，采购规模近500吨，并通过近10家分销商经销商将该批甜橙分销至西安、武汉、重庆等国内多个内陆城市。

上周五晚上，2019上海购物节开幕，远在申长路的虹桥进口商品展示交易中心（虹桥品汇）入选分会场之一，既是意料之外，又是情理之中。来自全球60多个国家和地区的500多个品牌的商品都能在这里买到，其中50%以上是进博同款。这两天，每天都有两三千人次的消费者在这里“买买买”。

这两天，来自丹麦的进口猪肉在盒马上线，形态却是肋排、五花肉甚至大猪蹄子。原来首届进博会期间，丹麦皇冠集团和阿里巴巴达成合作，五年内其浙江平湖工厂里的产品定向供应阿里巴巴及旗下生鲜超市，这几款猪肉就是从丹麦进口，在平湖工厂加工并切分成符合中国消费者饮食习惯的商品，直达盒马货架。

意大利珠宝展商提前来预热 珠宝展区将现天然“水晶宫”

珠宝玉石展区是首届进博会的热点之一，第二届进博会的珠宝玉石展区尽管展区面积基本不变，但大型展商、展团的增加，将让其品质进一步提升。其中，一座天然“水晶宫”将成为品质生活展区内珠宝展部分的“镇馆之宝”。

中国宝玉石交易中心负责珠宝展区的招展工作，国际事业部总监陈旭东透露，“水晶宫”面积达225平方米，将展示自然界少见的一些矿石状态。比如，平时人们所见的海蓝宝石原石开采状态是簇状或者条状，但“水晶宫”里呈

现的是一个十字架形的海蓝宝石原石；有一块绿色的孔雀石，打开后是两只小脚丫；还能看到世界上最大的天然黄金——狗头金。

“今年的珠宝展区9平方米‘格子间’展位将显著变少，50%参展商将以特装形式参与。”陈旭东透露，整个珠宝玉石展区的货值在16亿到18亿人民币之间，比去年高了一倍还多。“国内市场的旺盛需求，让参展商们愿意拿出更好的珠宝，到中国来参展。”

就在几天前，第二届进博会“卓越意大利珠宝馆”启动暨签约

仪式也在沪举行，这也是珠宝展区的另一大亮点。维缇珐（Vetiver）珠宝联合创始人龚利锋告诉记者，“卓越意大利珠宝”相当于意大利珠宝的“国家代表队”，此次登陆进博会，将带来十余家本土知名珠宝生产商的上万件展品。“这次我们带来七八个品牌的产品先做一个小范围的预展，看看市场反应。”意大利全国黄金珠宝生产商协会总裁伊凡娜·齐娅巴蒂表示，意大利珠宝商已敏锐感受到中国市场的潜力，将拿出最具代表性的产品来参加盛会。本报记者 张钰芸

的新模式。绿旺（上海）实业有限公司开设的海外生活用品集成商 Goodies 前段时间刚从绿地全球商品贸易港的二楼搬到三楼，因为代理的产品多了，展示的面积自然也大了。“如果没有进博会，我们还是一家传统的进出口贸易商，但进博会改变了我们做生意的方式。”Goodies 总经理饶静告诉记者，从0到1的改变不仅在于公司在首届进博会上“牵手”意大利餐具、日本生活保健品等更具个性化的消费品，而且在于从贸易商向服务商的转变。“过去我们做传统贸易，一批货进来以后直接就转到了二级代理商的手里，实物什么样都不知道。但在进博会后，我们入驻了绿地贸易港，帮助外国品牌商以最直观的场面向最广大的中国市场，建立其入华‘桥头堡’。”饶静说，在首届进博会上亮相，只是外国品牌商迈出的第一步，但在绿地贸易港，能借助 Goodies 的前期分析和营销，引进部

搭建平台 “展销仓”一体

参展商们大多已完成了展台设计，规划好了参展亮点，而采购商们则摩拳擦掌，期待更深入的对接。

绿地商贸积极排布第二届进博会采购计划，重点聚焦食品、日用品、小家电等民生类消费品。

第二届进博会期间，G-Super 绿地优选将嫁接贸易港产业资源，在G-Super 绿地优选门店内设立“G-HUB 绿地全球商品贸易港产品展示专区”，为即将进入中国消费市场的进博同款产品提供试水平台，并将通过G-Super 绿地优选线上线下全渠道资源，在全国门店开设“喜迎进博会”同款商品热销专区，让全国消费者能够在G-Super 门店同步购买进博会同款商品。

昨天下午，我国首家进口面料供应链保税平台“Gracina Life”也正式启动。上海新联纺进出口有限公司总经理陈峰告诉记者，作为进博会“6+365”常年展示交易平台之一，“Gracina Life”在海关部门的监管下，将保税功能延伸到市中心，先行先试保税展示交易的新政策，实现了进口面料通过保税展示，实现销售后零天出库，当月集中完税，形成“展销仓”一体化模式。

记者在现场看到，这里是一个集进口面料展示、保税仓、高端服装定制、制作工厂于一体的场所。在保税展示区域，诺悠翩雅、杰尼亚、多美、VBC等品牌的高端进口面料，一卷一卷整齐排列在货架上，保税仓内还设有专门的裁剪室，买家看中面料后，可以“零天取料、零剪定制”。

“这种做法解决了行业痛点，将原来一个半月到两个月的面料到货周期缩减到现在的即用即取，集中进货也大大降低成本，仅物流一项就能省下70%。我们希望这些进博会的溢出效应能触动国外品牌商，让他们更了解进博会的大平台，也为之后的进一步合作打下基础。”