



企业收“礼包”争当回头客 展商亮绝活再秀新科技

本报记者 张钰芸

这两天,轨交2号线徐泾东站内,已经贴满了进宝的“大头照”。国家会展中心入口处,“中国国际进口博览会欢迎您”的字样出现在搭建中的问询台。距离第二届中国国际进口博览会开幕还有20天,坚定开放决心的中国加速进入“进博时间”。摩拳擦掌的

不仅是主办方,参展商和采购商才是真正的主角。经过去年的“历练”,他们的准备显然更充分了:提前一年制定工作排期,提质扩容拿出全球首发新品,线上线下拓展对接渠道,真正做到助推国际贸易,增益世界经济。

进博盛会云集全球首发

英飞凌则将把会说会笑甚至会演舞台剧的“小男孩”——机器人 Roboy 带到进博会现场,这款采用英飞凌多项半导体技术的3D打印人形机器人首次在中国亮相。它有3D打印而成的骨骼、肌肉和肌腱,英飞凌的半导体器件则构成发达的神经网络系统,赋予其听觉、视觉和感知功能。Roboy 明年将学会基本医术,进行诊疗。同样是机器人,住友将在进博会上首发精密减速机携带最新机器人关节减速机 ECV,相

成果喜人吸引展商扩容

莱雅引进新品、制造爆品的“加速器”,去年在中国大陆首秀的四大品牌如今已全部上市,一系列首秀新品也在正式发布后成为热销爆款。今年欧莱雅将带来千余种进口展品,数量较首届几乎翻倍,约三分之一都是首次跟中国消费者见面。欧莱雅中国首席执行官费博瑞表示:“首届进博会的成功举办,造就了国际贸易发展史上的一项创举,也让大家对今年充满期待。在进博会这样一个推动共建开放型世界经济的大舞台,我们期望能发扬全球本土化标杆企业的‘新格局’,启发更多人拥抱正在成为全球机遇的中国机遇,共享更美好的未来。”

“溢出效应”助力国内企业

售就达55万元销售额,澳大利亚的香娜露儿绵羊油在去年展会期间同步直播销售,一天就完成27万元的销售额,如今已全面入驻东方购物的销售平台,预计今年销售额可达1500万元。位于闵行区浦江镇的中国国际品牌珠宝中心刚刚启动试营业,不少入驻的国际珠宝商正是首届进博会参展企业,它们今年仍会参展。像泰国皇家梵诗主打天然彩宝将在本届进博会上展出的泰国王室御用锡器,能在该中心的泰国馆里先睹为快。“我们在今年2月入驻珠宝中心,希望以此为桥头堡,深耕中国市场。”承接进博会的“溢出效应”,基于“区外保税

延展8天 预约今开放

和国际组织在贸易投资领域的发展状况和成就,包括货物贸易、服务贸易、产业状况、投资旅游、人文科技以及特色优势产业。为确保组展安全有序,同时增强观众观展体验度和满意度,国家综合展(5.2馆)按照“总量控制、网上预约、有序组织、安全顺畅”的原则向社会观众免费开放,以满足市民热切的观展愿望,让社会各界充分感受新中国成立70周年的巨大发展成就,进一步放大进口博览会溢出效应。 本报记者 张钰芸

进博舞台 买卖遍全球

中国东海岸的海上丝绸之路。在有关专家看来,丝绸之路开辟之后,世界的联系空前增强。通过丝绸之路,运进输出中国的货物多种多样,虽然其中许多货物都不是来自中国,但是作为物质文化的交流,不仅丰富了中国和各国人民的生活,而且与中国交往的各国也是得到了极大的发展。这在今天依然具有

比同级精密减速机,ECV的外径最大减少17%,重量最大减少24%,可更好地用于精密电子等高精度环境的生产制作,灵活满足桌面作业,大力推进5G与电子信息化设备产业发展。在飞机上如何享受如家般的上网体验?霍尼韦尔将在进博会上展出30多项创新技术,其中多项为今年首次在中国市场展出,能提供高速卫星通信服务的JetWave™卫星通信系统是其中的明星。JetWave™采用机身安装的MCS-8420天线系统,可提供全球无缝覆盖和高达120兆比特/秒的宽带数据网络,可在全球范围提供机上Ka波段互联无缝接入,为中国航空公司带来高速宽带互联服务。

作为第二届进博会珠宝类最大的参展商,MATRO GBJ去年参展后感受到中国市场的巨大红利。此外,进博会还为展商提供通关、检验等多方面便利措施,“6+365”常年展示交易平台的上线,则为企业提供长期线上线下一站式交易服务。这都为MATRO GBJ等海外珠宝集合平台和无数想要进入中国消费市场的海外品牌提供极大便利。

“阿斯利康参展首届进博会成果显著。”阿斯利康表示,中国首个本土孵化、用于治疗肾性贫血的全球首创新药——罗沙司他在首届进博会展示后,随即获得国家药品监督管理局上市批准,目前这款“全球新”创新药已正式商业上市。第二届进博会上,阿斯利康将展示12个中国原创新药的在华研发与孵化。

展示交易试点”的独特优势,落户中心的国际商户还能在地下建筑面积2万平方米的B1层开展“区外保税”展示交易。第二届进博会旨在通过打造上海购物的“硬环境”和“软环境”,对全球“泛珠宝”文化产业客商,成为进口博览会线下体验空间。

东浩兰生集团党委书记、董事长王强也深感企业从进博会的“溢出带动效应”中获益匪浅:“进博会给我们送来的第一个大礼包是推动贸易升级。5年前,企业进口比例为20%,出口为80%,经过不断调整,进口比例正稳步上升。举办进博会是中国主动扩大进口的政策宣示,与我们尽早实现进出口比例平衡的愿景不谋而合。截至2018年底,我们旗下的国贸集团全年进出口总量增长9.94%,跑赢全国同行。”



■ 今天上午,国展中心0米层4号入口进行大客流均衡快速入场演习 本版摄影 记者 陈梦洋

地道|接驳车7分钟到虹桥枢纽



地下走廊 今起试运行

除了地道,一条新的“飞虹”——国家会展中心二层步廊东延伸二期昨日也通过完工验收。这条“空中走廊”全长305米,一头与去年建成的二层步廊在苏虹路华翔路口相接,一头接入申武路绿地内。“桥面造型以浪潮为主题,和原来二层步廊上的飞鸟、贝壳造型相呼应。”上海市政总院展中心二层步廊东延伸二期项目经理耿彪介绍,桁架顶部装有玻璃顶棚,美观又实用。跨北横径的步廊部分完全敞开,让行人可以欣赏沿河风景。白天,二层步廊简洁轻盈。夜晚,随着灯光照明的颜色变化,这条新“飞虹”更显流光溢彩。目前,新步廊正在进行保洁和绿化景观提升。“桥面上还要再摆放一些花箱。”耿彪说,这条新步廊在第二届进博会召开前就会投入使用。届时,展商步行15分钟,就可以从虹桥商务中心到达“四叶草”,而以往可能需要半个多小时。 本报记者 裘颖琼



飞虹|步行15分钟到虹桥商务中心

上海味道 “加量不加价”

西班牙火腿、俄罗斯巧克力、日本冰淇淋、澳大利亚帝王蟹……当进博会上的参展商带来五花八门的全球美食,传统和创新并存的“上海味道”也在第二届进博会上提质增量,体现东道主的热情待客。记者从市商务委服务业处了解到,在首届进博会上大受欢迎的上海特色小吃馆已经启动试运行,不但新增油墩子、白斩鸡、手抓饼等更多上海特色单品和品牌,入驻小吃馆的老字号还承诺,馆内馆外一个价。在首届进博会及之后的国家馆延展期间,

日均供应特色小吃约2万份。第二届进博会上海特色小吃馆增加3家上海餐饮文化品牌,共有包括市政府实事项目“早餐工程”企业、中华老字号和上海老字号等27家。“杏花楼集团、豫园商城旗下的老字号品牌集体入驻,小绍兴、小金陵、鲜得来还有根全其美等都是首次进入。”市商务委服务业处副处长徐建春说,上海特色小吃馆将提供366种单品、73种套餐,总计439种,比去年增加近10%。“多家老字号企业还承诺不涨价,做到馆

内馆外价格一致,人均消费三四十元就能吃饱吃好。”记者在上海特色小吃馆看到,生煎、小笼、汤圆、馄饨等上海小吃集结一堂,今年新增的盐水鸭、白斩鸡、排骨年糕、手抓饼、油墩子等更是极富特色。老盛昌为进博会研发新品“笔杆春卷”,试运营期间就获得“老外”青睐。粮全其美的手抓饼则是中西合璧,在上海风味的葱油饼里夹上各种馅料,不仅出菜快,吃起来也方便。除了微缩版的“老字号博览会”,馆内也有新网红。“愚园百货公司”旗下的网红咖啡“AKIMBO”,“12街”文创茗茶空间,功德林和朵云轩跨界合作商品等,都将代表海派文化,满足不同需求。 本报记者 张钰芸

记者从运营方万有集获悉,上海特色小吃馆还将走出进博会,今年年底前复制推广到普陀区高陵菜市场,承接进博会溢出效应,打响“上海购物”品牌。“在首届进博会期间,约60%的参展者选择在馆内用餐,第二届进博会预计参展客商的人数会超过首届,对餐饮保障提出更高要求。”市商务委服务业处处长朱文群表示,为保证供餐数量和速度,今年将在展馆内设置6个临时供餐点,10个品牌提供临时供餐,最大日供餐量4万份。为了应对大客流,还确定了牛奶棚、711、喜士多3家为应急保障企业,可以在一楼临时供餐点提供预包装食品。 本报记者 张钰芸