



100 展商 100 期待

欧莱雅“三馆同奏”打造立体式展区 助力“中国智慧”反哺全球市场

“太棒了！”谈及首届进博会对欧莱雅在华业务的帮助，欧莱雅中国副总裁兰珍珍的喜悦之情溢于言表。首发新品上市即红，品牌落地发展顺利，更重要的是，在进博会这个大舞台上，欧莱雅得以进一步拥抱正在成为全球机遇的中国机遇，这一切都上兰珍珍对今年规模更大、质量更高、活动更丰富的第二届进博会充满期待。

**“三馆同奏”
打造新品首发地**

今年适逢中法建交 55 周年，法国也成为了第二届进博会的主宾国之一，作为法国企业，欧莱雅集团以“三馆同奏”的方式再度亮相，要把约 1000 平方米的展区打造成进博会最大的立体式“新消费”快闪体验展。

“第二届进博会期间，欧莱雅在延续 6.1H 品质生活展区的展出以外，还将首次登陆今年新设立的 6.2H 高端消费品专区，同时进驻法国国家馆。”兰珍珍告诉记者，三馆的展示内容将呈现立体式，将有千余进口展品分别亮相，数量较首届几乎翻倍，有约三分之一都将是首次跟中国消费者见面。

在美妆科技方面，继去年展示的动态虚拟试妆应用外，今年将展出全球首个动态发色模拟应用 Style My Hair。“这款应用能提前测试发色，真实显示不同发色的光泽度、反射度等。”而亚洲首秀的“SkinDr 移动端一站式皮肤检测应用”只需用移动设备拍摄的一张照片，就可以从皱纹、皮肤光泽度、毛孔、弹性、色斑等多个

维度分析脸部皮肤状况，为消费者量身定制护肤方案。

进博会堪称欧莱雅引进新品、制造爆品的“加速器”。兰珍珍说，在首届进博会完成中国大陆首秀的四大品牌已全部上市，一系列首秀新品成为热销爆款。“借助上海自贸区试点实施进口非特殊用途化妆品备案制，我们基本实现新品‘零时差’上市。而进博会更为中国成为新品全球或亚洲首发地创造了基础。”

**做好“中国机遇”
国际信使**

1997 年，欧莱雅进入中国，前任全球 CEO 欧文中说，要让每一位中国女性都拥有一支欧莱雅的口红。时任亚太区 CEO、现任集团 CEO 安巩

也提出愿景，未来中国将成为欧莱雅最大的市场。22 年后，中国市场已经成为欧莱雅全球第二大市场，仅次于美国。

当年立下的目标，如今在逐步实现，“中国机遇”给欧莱雅的发展带来长足动力，而欧莱雅也在做好“中国机遇”的国际信使，用中国的机遇助力世界更加繁荣稳定，建立全球化本土企业应有的“新格局”。连续两年，欧莱雅都是首批确认参展进博会的企业，并担任进博会参展商联盟副主席单位，积极为进博会的成功举办和中国市场的进一步开放建言献策。年初，在法国巴黎召开的第二届进博会推介会上，欧莱雅作为法资企业代表支持中国商务部分享“进博机遇”，带动更多法资企业参与第二届进博会。



■ 欧莱雅中国
副总裁 兰珍珍

更值得欣喜的是，欧莱雅正助力“中国智慧”反哺全球市场。今年 10 月 23 日，欧莱雅宣布对风险投资基金凯隆创新资金进行战略投资，助力中国美妆科技初创公司发展。“中国的美妆科技公司正在重塑整个美妆行业，是全球科技创新突破的重要引擎。”兰珍珍表示，欧莱雅将陪伴成长期中的中国美妆科技初创公司，帮助其测试打磨创新成果，实现加速发展，为中国和全球世界消费者提供创新产品和服务。 本报记者 张钰芸

365 岁的挪威“老字号”来进博会“拥抱变化” “我们带着谦虚的态度来到中国”

在北欧，你可以在几乎所有超市买到 Orkla 集团的产品，而在中国，2017 年它在线上试水，而后借助首届进博会正式入华。创始于 1654 年的 Orkla 集团是北欧最大的快消品集团，迄今已有 365 年的企业历史。但其负责海外业务的国际商务总监艾文森却说，我们带着谦虚的态度来到中国市场，希望获得喜爱的同时，也能学习到创新力。

借首届进博会进入中国

旗下拥有多个国民品牌的挪威 Orkla 集团，据说是当地几代人的选择，从甜点零食、食品原料、健康保

健品，到家庭清洁用品、个人护理产品等，均有涉及。

2017 年，Orkla 集团首先入驻天猫国际，进行了在中国市场的尝试。“我们取得了非常好的销售成绩，希望能进一步拓展业务，恰在此时，知道了首届进博会将在上海召开。”艾文森认为，这是将其旗下品牌带入中国市场最好的平台。

事实也确实如此。首次参展的 Orkla 集团拿到的展位并不大，但主打的口腔护理品牌 Jordan 却快速成为了天猫平台儿童牙刷类目的 2018 年销售额冠军。同时，线下快速发展到超过 1 万家的终端零售店，都开

始卖 Jordan 的儿童口腔护理产品。

更让他们欣喜的是，首届进博会期间，Orkla 集团与北京同仁堂国际接洽，并深入探讨合作契机，被挪威人称为“液体黄金”的鳕鱼肝油被看中了。“同仁堂有着药食同源的首选标准，而我们的沐乐思鳕鱼肝油正是这样一种产品。”艾文森说，经过长期谈判，今年年初双方签订了中国总代理合同，并将在第二届进博会上展示该品牌的全线产品。

艾文森说：“第二届进博会上，我们的展位面积扩大到了 54 平方米，将主打三大品牌，期待能找到更多的中国合作伙伴。”

拥抱中国数字营销趋势

“Orkla 集团旗下有 200 多个品牌，我们希望能以首届进博会为起点，不断地把新品牌、新产品带给中国消费者。”艾文森告诉记者，近 3 年来，他频繁飞往中国各地，包括北京、上海、杭州、青岛、香港、台湾等，看到了非常大的改变，也越发坚定了扎根中国市场的决心。

他坦言，尽管 Orkla 集团是北欧最大的消费品集团，但中国市场竞争激烈，同时创新力十足。“我们怀着谦虚的态度来到中国，作为刚进入中国市场的外国企业，我们自然



■ Orkla 集团国际
商务总监 艾文森

需要积极学习，拥抱变化，才能用更接地气的方式，逐步让中国消费者接受并喜爱我们。我们积极用有特色的产品逐步触达中国消费者。”艾文森说，拥抱数字营销，用中国的方式做推广营销，也是他们来到中国的新改变。 本报记者 张钰芸



■ 理光(中国)投资有限公司董事长兼总经理
宫尾康士

2018 年 11 月 10 日，首届进博会的闭幕当天，理光(中国)投资有限公司董事长兼总经理宫尾康士在展会现场和进博局副局长刘福学当场签约，将第二届进博会理光展台的面积提前锁定为 400 平方米。随着展会的临近，理光集团的展台也揭开面纱：全球首发生物 3D 打印技术、干式喷片洗净机、可擦写激光系统……理光集团将在第二届进博会上展示四大领域的产品线。

理光集团展台揭开神秘面纱 生物3D打印“黑科技”首发亮相

**生物 3D 打印技术
首次走出日本实验室**

今年理光集团的展台分为四大展示区域，分别是精彩打印区、精益制造区、精细环保区和精准医疗区。这是理光集团在日本总部以外的海外地区，首次同时展示如此丰富的产品线。

“除了大家非常熟悉的数码打印和相机以外，此次制造、环境、医疗领域的展品 90% 以上都是首次和中国市场的观众见面，也想让大家了解一个打印以外的理光。”宫尾康士透露，精益制造区、精准医疗区是今年理光参展进博会的重中之重，其中，将展示全球首创技术的理光干式喷片洗净机。首次展出的可擦写激光系统，则通过非接触方式实现一次性标签到可重复利用标签，

可重复擦写 1000 次。

精准医疗区是理光集团在 2016 年涉足的全新领域，将在第二届进博会上全球首发生物 3D 打印技术。记者了解到，这项技术目前全球还处于试验阶段，打印出来的细胞盘是首次走出理光的实验室公开展示。宫尾康士解释：生物 3D 打印技术可以将活的干细胞以准确个数打印到 DNA 标准盘上，利用它来代替小白鼠或人体进行新药试药。比如为试验心脏病新药，只需将心脏病人的干细胞取出进行生物 3D 打印，就能测出该款新药的用药效果。

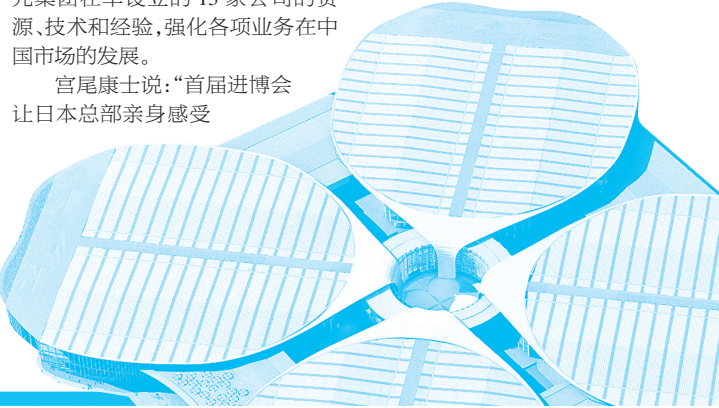
此外，理光集团将展示其首次和中国初创企业合作，采用无人机和人工智能对光伏电站进行巡检的服务。“目前日本总部正考虑将这项服务推广到中东市场，也是中国业务对全球市场的反哺。”

**为中国市场专门设
战略部门**

对中国市场的重视，不仅仅体现在展位面积大幅增加。今年 4 月，理光集团还在日本总部设立“中国综合战略专属执行部”，通过统筹理光集团在华设立的 13 家公司的资源、技术和经验，强化各项业务在中国市场的发展。

宫尾康士说：“首届进博会让日本总部亲身感受

到了中国市场的活力和前景，事实上理光中国已是除日本之外唯一拥有了研发、设计、生产、销售、售后等完整业务生态的海外公司。在第二届进博会上，包括全球总裁在内的 7 位董事成员都将到来，和中国市场零距离接触。” 本报记者 张钰芸



第二届进博会

100 展商 100 期待

消费品巨头联合利华与中国市场渊源颇深 切切实实感受到“进博会红利”



■ 联合利华北亚区
副总裁 曾锡文

不少企业切切实实感受到了首届进博会所带来的红利，其中就包括国际知名消费品巨头联合利华。

产品渗入中国家庭

第二届中国国际进口博览会开幕前夕，联合利华公布了两组数据：首届进博会期间，联合利华接到 1800 万美元的意向订单，一年过去，这些订单悉数落地；第二组数据与进口速度相关，过去 30 多年，联合利华引进到中国市场的品牌约为 30 多个，而去年以来的一年间，联合利华一口气引进了近 10 个新品牌。

“数据会说话”，联合利华北亚区副总裁曾锡文告诉记者，通过这些数据，能让人清晰地感知到进博会产生的“溢出效应”对参展企业带来的收获有多丰厚，也让联合利华清晰地看到了中国市场的潜力，看到了企业发展的方向：“进博会是一个巨大的舞台，不仅能让企业更加深入地把脉中国市场，也是让消费者重新认识企业的绝佳机会。”

三分之一品牌“首秀”

曾锡文表示，今年，联合利华在“品质生活展区”和“食品及农产品展区”两个展区搭建 3 个展台，参展面积达 684 平方米，近 30 个品牌将被展出。其中，约三分之一品牌是“进博首秀”，包括 The good stuff、Lever Ayush、Zwitsal、Fissan、Zendium、The Laundress、GROM、Tunemakers 和 Rafta 等新品牌都将首度和中国消费者见面。

去年已参展的“老朋友”们也纷纷扩大家族成员。“Lux 引进了源植物语系列，这个系列原产自日本，主打有机和高颜值。北美天然美学香氛护理品牌花漾星球带来了天然美学香氛护发产品。其首创的 100% PCR 再生塑料制成瓶身，且香料采购自 Fair Trade 认证产品。这与联合利华‘让可持续生活常态化’的使命紧密契合。”曾锡文表示。 本报记者 杨硕

康宁展位搭设 PM2.5 值低于 10 的清新“小客厅” 为中国消费者带来最先进产品



■ 康宁大中华区总裁
兼总经理 李放

第二届进博会上，空气最清新的 36㎡在哪里？康宁公司首次参加进博会，将全球首发“康宁空气净化系统”和“康宁微通道

反应器教学平台”。展位还将搭出一间装有净化系统的“小客厅”，确保 PM2.5 值始终保持在 10 以下。康宁大中华区总裁兼总经理李放表示，希望在进博会上为中国消费者带来最先进的产品和技术。

两大新品全球首发

提起康宁，或许会联想到受千家万户青睐的“康宁锅”。然而，大家所不知道的是，这家成立于 1851 年、总部位于美国纽约州康宁市的公司，凭借在特殊玻璃、陶瓷、光学物理领域的专业知识，已研发出许多产品和工艺，改变了人类的生活。

在位于上海金桥的康宁大中华区总部，记者看到了装有“陶瓷蜂窝状壁流过滤器”的展厅，空气在通过过滤器的“蛇形通道”过程中得到净化，解决雾霾问题。“这项技术荣获欧盟委员会颁发的‘地平线 2020 (Horizon 2020)’清洁空气材料奖。本届进

博会上，这一新技术将全球首发。”李放说。

另一项进博会上全球首发的新产品，是康宁微通道反应器的全新教学平台。李放透露，康宁微通道反应器适用于制药、特种化学及精细化工行业，为中国近年来发展迅速的制药和化学工业提供了本质更安全的化学工艺解决方案。

中国是最重要市场之一

李放表示，康宁去年全球的核心销售额达到 114 亿美元，2019 年美国财富 500 强排名第 279 位。中国市场是其最重要的市场之一，迄今康宁在中国大陆地区的投资已超 70 亿美元。经过近 40 年的发展，其中国的生产销售分支已遍布 17 座城市、拥有近 5000 名员工。

“我们希望通过中国市场带来最先进的产品和技术，不断推动行业进步，改善人民的生活。”李放说。 本报记者 金曼矣

博世展出“智能互联”与“电子家电”领域最新产品 在进博会舞台展示互联科技魅力



■ 博世(中国)投资有限公司总裁 陈玉东

“通过进博会，博世有机会将最新产品及解决方案推向中国市场并获得第一手的市场反馈，从而能够更好地帮助博世了解中国消费者的具体需求。”博世(中国)投资有限公司的总裁陈玉东说。

线下首发多款进口产品

陈玉东介绍说，首届进博会上，博世作为第一批签约的参展企业，在家电、工业和汽车业务上均有受益。与去年相同，今年的博世展区仍将由两个展台构成，分别着重对“智能互联”的创新解决方案和“电子家电”这两大领域的产品进行展示，总面积超过 800 平方米。展品范围包括了一站式厨房解决方案和可定制化的厨房套装组合等，满足了消费者日益增长的多样化需求。其间，博世还将在线下首

发多款进口产品，力争更好地服务本土市场的消费升级需求。

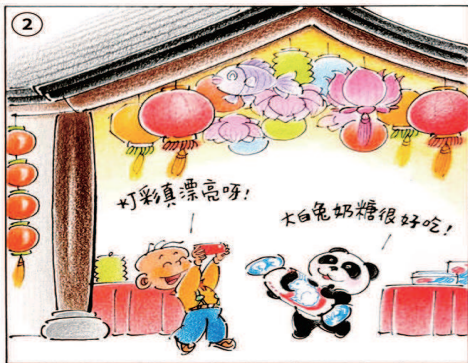
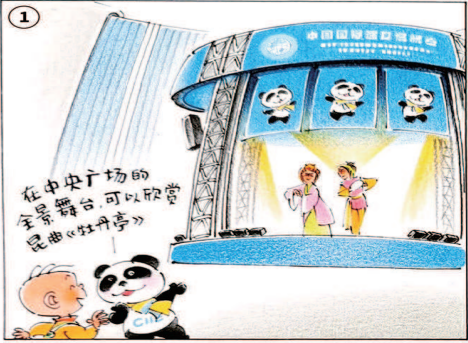
提供创新物联网方案

“举办进博会是中国政府坚定支持贸易自由化和经济全球化、主动向世界开放市场的重大举措，有利于促进世界各国加强经贸交流合作，促进全球贸易和世界经济增长，推动开放型世界经济的发展。”陈玉东对第二届进博会期待满满。

自 1909 年在中国开设第一家贸易办事处至今，博世在中国市场历经了 110 个年头。第二届进博会上，博世希望“贴近”了解本土市场需求，为中国消费者带来更优质的产品，为中国汽车产业转型升级提供创新的物联网解决方案。 实习生 邵颖 本报记者 叶薇

三毛穿越记 63

壮丽70年
奋斗新时代



孙绍波 画（三毛形象由张乐平家人授权）

非遗盛会

这两天在“四叶草”兜兜逛逛，三毛突然发现，进博会不仅是全球企业的竞技场，更是世界文化的融汇地。展会期间首次增设的“非物质文化遗产暨中华老字号”文化展示项目，将在“买全球、卖全球”的同时，上演一场面向世界的非遗盛会。

说起非物质文化遗产，进宝可是滔滔不绝：在中央广场的全景舞台，三毛你可以欣赏四川的阆中皮影戏、上海的《牡丹亭》选段、福建的南音曲艺。要体验上海的石库门生活？三毛你可以在“上海人家”尝一口蝴蝶酥还有大白兔奶糖和法式牛轧糖。北广场似乎飘来阵阵麻辣鲜香？那是重庆的“天下第一火锅”来了，直径 10 米，大锅外沿有 56 个鼎灶小锅，可同时容纳 56 人就餐。三毛好想马上尝一口麻辣酸爽。

中国剪纸、中国皮影戏、龙泉青瓷传统烧制技艺、中国桑蚕丝织技艺、中国篆刻、福建木偶戏……听说 171 个非遗项目将在进博会的舞台上轮流展示，三毛真有点望眼欲穿了。 薛慧卿



扫二维码
看大图