



进

特刊

第二届进博会



“进”无止境



智利武装护卫车厘子出口中国 全世界都感受到 中国开放的诚意

昨天是第二届进博会开幕第二天。这一天，泰国副总理朱林、墨西哥经济部长马克斯、智利贸易部副部长亚涅斯等十个国家的政要都在忙同一件事：与天猫洽谈签约，将本国“国宝级”美味带到天猫国家旗舰店。

看下日程，中国国际进口博览会会期从11月5日到10日，与中国“双十一”完美衔接，签好约，马上做生意，非常高效。俄罗斯等十国集体上天猫开设国家店，体现了世界对中国市场的强烈认可，更折射出中国市场的开放度仍在不断增强。

“中国市场这么大，欢迎大家都来看看。”11月5日，中国国家主席习近平在第二届中国国际进口博览会开幕式主旨演讲中的一番话，引发广大参展商的强烈共鸣。

演讲中，习近平还宣布“继续扩大市场开放”等五方面具体措施。他说，中国将更加重视进口的作用，进一步降低关税和制度性成本，培育一批进口贸易促进创新示范区，扩大对各国高质量产品和服务的进口。

中国市场有多大？进博会是一个绝佳窗口。5日开幕以来，展馆内热火朝天的景象，再次让世界领略了“中国经济是一片大海”的汹涌澎湃。无论是首次参展的“新朋友”，还是再次赴约的“回头客”，中国市场之“大”，都是吸引他们的直接因素。在科技生活展区，魔术吸油烟机等产品让观众频频问价；医疗器械及医药保健展区，世界上最细的胰岛素注射针等一批新技术、新产品不断首发。“这是一次巨大的机会”“我们如愿进入了中国市场”……客商们在这个大舞台上争相展现自己，因为他们知道这个市场拥有无限可能。

昨天，进博会上还有一条新闻格外吸引眼球：丹麦乐高品牌正式宣布，全球领先的家庭娱乐主题乐园度假区——乐高乐园主题度假区选址上海金山，预计总投资5.5

昨天，智利车厘子品牌 Prize 中国负责人牧轲在进博会上披露了一个细节，让人有些震惊：“非常时期，商家运送车厘子到机场的路上，全程武装部队驻守护航，保证货物顺利通关。”大家都知道，智利国内最近不平静。“这是为中国‘吃货’保驾护航啊！”有网友如此点评。

亿美元，将成为全球最大的乐高乐园度假区之一。乐高集团 CEO 倪志伟表示，乐高对中国市场信心十足，将继续投资中国。明年，乐高将在中国开设 80 家新店，到 2020 年底，将共开设 220 家店。倪志伟表示，习主席演讲中关于中国市场的进一步加大开放，放宽市场准入，改善营商环境及加强知识产权保护等方面的信息，令其备受鼓舞。

习近平曾指出，开放是当代中国的鲜明标识。这些年，中国的开放，经历了从“走出去”到“请进来”的跨越。从“世界那么大，我想去看看”到“中国市场这么大，欢迎大家来看看”，从抢占海外市场，到分享国内市场，这不仅是一种心态的变化，也体现了中国在制度上的探索和变革。

过去一说到开放，就会想到走出国门，但开放还有层含义，即放开。放开体现在哪？继续鼓励自贸试验区大胆试、大胆闯，体现了放开；放宽外资市场准入，继续缩减负面清单，体现了放开；减少投资限制，提升投资自由化水平，也是放开……种种开拓性举措，都为建设开放的中国提供了澎湃动力。

进博会第二天，瑞士制药公司罗氏制药带来一款抗流感创新药，患者在全病程只需服用一次，就可在 24 小时内有效抑制流感病毒，与目前使用的抗流感药每日服用 2 次，连续服用 5 天相比，可谓卖点十足。

进博会供需对接会现场，展商客商洽谈场面火爆 本报记者 孙中钦 摄



请扫“进”博符



打开新民 APP 点击“新民拍客”
点击“马上开拍”找到“AR”入口
扫一扫本版报眉上的“进”字看视频

· 上海款克勒

开启试乘模式！未来出行的无限可能尽在进博会

在上海国家会展中心北广场，氢燃料车、大马力赛车、自动驾驶车共同亮相。小款和源源试乘了氢燃料车。这种新能源汽车，不仅环保零排放，爆发力极强的加速推背感，简直让人尖叫！

· 三毛穿越记 67· 汽车派对

听说进博会汽车展区里，正上演“变形金刚总动员”，三毛好似老鼠跌进米缸——无法自拔。



新民晚报全媒体出品
一码二视界

峰面语



昨天下午，在第二届进博会科技生活展区采访时，突然听到一阵歌声传来。

起初没注意，以为是展商在播放音乐。但越听越不对劲：这歌声音质虽然不错，但音准起伏有点大。于是循声寻去，最终在“丹麦音响”的展台里找到了源头。

原来，这个来自丹麦的顶级扬声器品牌“脑洞”不小，在展区里专门搭建了一个录音棚，可以让观展者进入其中体验专业录音的效果与氛围。正在录音棚里体验的是一个外国妹子，她戴着耳机，陶醉地演唱着外文歌曲，还不时透过透明的玻璃墙与四周拍摄她的人们眼神交流，露出灿烂的笑容，看起来非常享受。

别出心裁的宣传方式，吸引不少观展者驻足。大家拿出手机狂拍，更多的是直接围着咨询台开始询问商品细节和价格。进博会的展馆中，类似的创意可谓层

进博会上的“术与道”

□ 潘高峰

出不穷。昨天，在食品与农产品展区，当之无愧的“流量之王”——重达 600 斤的蓝鳍金枪鱼举行了开鱼仪式，请观众免费品尝。

刺身，我们常在日料中吃到，不过，一条大鱼变成刺身的过程却少见。在日本，“开鱼”不仅仅是一场厨师高超手艺淋漓尽致展现，同样也是一项神圣而重要的仪式。昨天的现场，大厨“庖丁解鱼”行云流水，让人在品味美食的同时，欣赏到令人叹为观止的视觉盛宴，也让原本简单的“吃”变得充满仪式感。

有表演，还有拍卖。同样是在食品农产品馆，昨天，参展商凌海国际不仅带来了帝王蟹、澳洲鲍鱼、澳洲龙虾等网红海鲜，还在现场进行了海鲜拍卖，而且是参展商“牵手”电商平台以网络拍卖的方式，打破展区

围墙，让更多人参与其中。市场价 350 元一斤的澳洲龙虾、250 元一斤的帝王蟹，以及澳洲鲍鱼、波士顿龙虾等等，全都“1 元起拍”，成功拍到的产品可以通过快递的方式直送至展区外的市民家中。

“大家准备好了吗，帝王蟹，1 元起拍，现在开始！”下午 2 时许，一只硕大的帝王蟹被工作人员从鱼缸里直接捞起，现场观展者举起手机，点开了某网络购物平台，直接扫二维码加入拍卖。手机上的起拍金额从 1 元飞速上扬，50 元、150 元、301 元、501 元……“801 元！成交！”最终，一位来自吉林的观展者一举夺魁，拍走了帝王蟹。参展商介绍，按市场价，这个价几乎是打了折扣。“我们有心理准备，拍卖并不是为了盈

利，而是希望引起关注度。”参展商坦言。

从卖新车到展出古董车，从推出 8K 电视到联手艺术家打造个性化的“画境电视”，从展出产品到展出生活方式……这些进博会场馆里的“心机”让人赞叹，也让人思考。

习近平主席此前在设宴欢迎出席第二届中国国际进口博览会的各国贵宾时指出，进博会交易的是商品和服务，交流的是文化和理念，迎的是五洲客，计的是天下利，顺应的是各国人民对美好生活的向往。

的确，进博会的举办，绝不仅是提供一个谈生意的场所，更是一所开放式的学校。各个国家、各个企业把自己最得意的商品、最灿烂的文化、最具匠心的营销方式在此分享，让大家各取所需。国外的商户开拓新的市场，国内的参展商也能学到国际一流企业做生意的绝招和理念，可以说是真正的双赢。