



老朋友信心不减 新朋友纷纷至沓来

第三届进博会再现“一位难求” 中国市场正成为全球企业的发展助推器

拼搏进博，不负城市品格

潘高峰

人在逆境中的表现，往往最能凸显其品格。城市亦如是。

今天，第三届进博会倒计时100天。虽然没有隆重的仪式，但对于上海的干部群众来说，这种节奏已经很熟悉了——接下来的时间里，这座城市将一如既往地，不放过任何一个问题，不遗漏任何一个细节，锲而不舍，追求卓越，为第三届进博会越办越好，提供一流的服务保障。

当下，新冠肺炎疫情依然肆虐全球。除了中国，可以说没有一个国家有余力举办这样大型的国际盛会，即使是中国，上海，在这样的背景下做出这样的决定，也是需要决心与勇气的。

其实退一步说，哪怕今年不办了，也属正常，世界都能理解，公众也能接受。毕竟，这不是闭门办一次消费节，特殊时刻，衡量进博会是否成功，重要指标也绝不是订单大小、展商多少，而是一切是否平安可控。100天后，我们将迎来四海宾朋、五洲展品，中国人历来好客，但彼时彼刻，规模越盛大，就意味着考验越空前。

那么，上海究竟为何还要这么拼，还要这么坚持？

首先当然是因为有信心。这是对中国之治的信心，是对“人民至上，生命至上”执政理念的信心，是对中国举国之力办大事体制优势的信心，也包括我们在抗疫过程中“绣花般”治理的信心……我们可以相信，通过抗疫总结的经验教训，补齐的各种短板，通过闭环管理和周到服务，通过全国上下通力合作，上海有能力挑战一届非同寻常的进博会。

随着疫情进入常态化防控，这样的信心，已不止一次在上海闪现。尤其是第12届陆家嘴论坛和2020世界人工智能大会的如期举办，更是向世界释放了这种强烈信号。

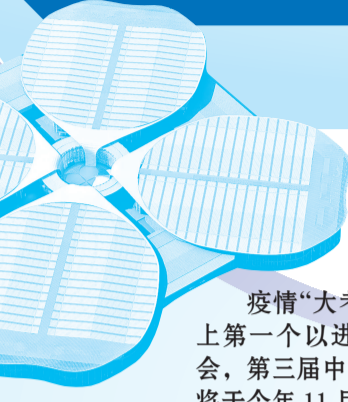
最近，第23届上海国际电影节开幕。这是全球疫情暴发以来，第一个重启的A类电影节。尽管迟到，但终不缺席，哪怕没有衣香鬓影的明星红毯秀，没有夹道欢迎的粉丝，电影节的举办本身，就是一种风向标。

今年全国两会上，习近平总书记在看望参加全国政协十三届三次会议的经济界委员时曾指出，“现在国际上保护主义思潮上升，但我们要站在历史正确的一边，坚持多边主义和国际关系民主化，以开放、合作、共赢胸怀谋划发展，坚定不移推动经济全球化朝着开放、包容、普惠、平衡、共赢的方向发展，推动建设开放型世界经济。”

坚持举办第三届进博会，就是“站在历史正确的一边”的强烈担当。中国国际进口博览会，是迄今为止世界上第一个以进口为主题的国家级展会，是国际贸易发展史上的一大创举。举办进博会，是中国着眼于推动新一轮高水平对外开放作出的重大决策，是中国主动向世界开放市场的重大举措，也是构建国内国际“双循环”格局的一扇窗口。

首届进博会上，习近平总书记曾向全世界隆重推介上海品格——开放、创新、包容。他说，这种品格是新时代中国发展进步的生动写照。在新冠疫情让“逆全球化”阴云笼罩的时刻，一场最高规格的进口贸易盛会将告诉世界：中国始终选择站在历史正确的一边，选择开放而不是封闭，选择尽己所能为世界经济稳定作出贡献。

正如习近平总书记所言，经济全球化是历史潮流。长江、尼罗河、亚马孙河、多瑙河昼夜不息、奔腾向前，尽管会出现一些回头浪，尽管会遇到很多险滩暗礁，但大江大河奔腾向前的势头是谁也阻挡不了的。



“进博磁力”强 | 35家展盟成员签了三年“长约”

尽管受到新冠肺炎疫情影响，但第三届进博会的筹备工作并未因此减慢脚步，还使得进博会承载的巨大商机受到了更多关注，全球企业参加进博会的热情依然高涨。

中国国际进口博览局副局长孙成海表示，第三届进博会企业展规划面积36万平方米，比第二届增加6万平方米。签约企业参展面积已达到规划目标，其中，消费品、医疗和服务贸易等三个展区的签约面积已超过规划面积，再现“一位难求”。

参展企业更普遍扩大了展览面积。“世界500强和行业龙头企业的平均展览面积将比第二届增加14%。体现了参展企业对进博会和中国市场的充分认可。”

进博会平台的强磁力，正被很多世界一流企业所见证，促成更紧密的联系。昨天，第三届进博会参展商联盟的35家成员签订了三年长期参展合作备忘录，这些企业大多为世界500强和行业龙头企业，着眼于和进博会长期共同发展，签“长约”体现了它们对深耕中国市场的坚定信心。

展品剧透

用植物肉做成的“别样汉堡”，可以取代味精的酵母提取物，还有精工酿造的烈酒和红酒……昨天，第二届进博会食品及农产品展区的展前对接会在国家会展中心（上海）举行，参展商们提前带来各国风味的美食，预演“吃货天堂”。

“我们预订了45平方米的展位，将主打健康概念。”奈卡塔健康有限公司董事长于富民介绍，今年是新西兰蜂蜜品牌荷塔威成立100周年，奈卡塔健康有限公司想把其生日放在第三届进博会上，生日礼物则是一系列“全球首发”。

“我们将主打两款产品，一款是可以用来口腔杀菌的蜂蜜口腔喷雾，另一款是含有麦卢卡成分的蜂胶。在疫情的大背景下，我们希望抓住健康概念，为中国市场提供最新产品。”此外，瞄准年轻人对

食品展区 新款美食全球首发

烤原料制作了一只“进宝”，带到了对接会现场。工作人员告诉记者，现场展示的面包预拌粉只需和小麦粉、水、黄油等直接混合，即可烘焙出“标准化”的面包，让疫情期间点火的烘焙热情更好持续。“一般情况下，每个人做出来的面包味道差异很大。这款产品可以帮助烘焙新手保证成品的稳定性，做出来的口味和专业面包师差不多。”

针对全球暴发的新冠疫情，为缓解医疗系统及医护人员的压力和风险，德国自然空气能量解决方案有限公司在对接会上带来了一款用于一线医护人员的防护系统——Air Estetic医用个人防护系统，并将在第三届进博会上正式全球首发。

该防护系统由空气转换设备、面罩、防护服等组成，其中系在腰间的空气转换设备通过一根塑管联通到密闭式面罩的后方，为医护人员提供洁净空气。“使用这一防护系统后，医护人员不再佩戴N95

医疗展区 抗疫新品全球首秀

口罩和护目镜，让他们的呼吸更加顺畅。”

德国自然空气能量解决方案有限公司中国区董事长助理杨桂荣表示，这款医用个人防护系统可以无死角保护医护人员，有效防止外科手术时血液、碎末飞溅到面部，碎末弹回手术区域后造成的污染，有效地防止艾滋病、梅毒、乙肝、丙肝等病毒的传染。

部分参展商还在对接会上展示了一批在战“疫”过程中发挥重要作用的产品，美敦力带来的连续性血液滤过机(EQUASmart)就是其中之一。美敦力肾护理健康市场部董晖文介绍，在新冠肺炎病患接受治疗的过程中，可能会出现免疫机制的过度反应，引发“炎症风暴”，这时候就需要把含有炎

经济活力足 | “贸易促投资”注入发展新动能

面对疫情冲击，我国如何破题“国内国际双循环”格局？进博会就是最重要的窗口之一。这不仅是一场国际经济贸易交流的盛会，也代表一个更加开放的中国市场。全力搭建并发挥国际采购、投资促进、人文交流、开放合作“四大平台”作用，第三届进博会将为全球经济复苏注入活力。

“在今年疫情背景下，举办第三届进博会，继续扩大进口，坚持对外开放，充分体现了中国负责任的大国担当，对全球经济恢复增长、建设开放型经济的窗口之一。”上海市人民政府副秘书长、进博会城市服务保障领导小组办公室主任尚玉英说。

“我们亟需进博会这样的平台来恢复经济，增强信心。”米其林集团中国区CEO伟书杰说，过去几个月，我的信心从未动摇，因为中国市场保持韧性，在全球经济在第二季度陷入严重衰退时，中国第二季度GDP同比增长3.2%。

“我们看好在中国的长期发展机会，未来将继续增资，拓宽中国市场的规模和深度。”赛默飞中国区总裁艾礼德说，今年下半年，赛默飞计划进一步扩大在苏州工厂的产能，并推出创新产品和服务进入中国、满足国内消费升级需求的实质之举，也是依托持续恢复的中国经济，为全球经济复苏注入动力的信心之举。

“首秀”新品多 | 一众展品“抢鲜”在超市上柜

“中国首发”“亚洲首发”“全球首发”，到进博会上首秀新品，已经成为全球企业的共识。而在疫情的影响之下，第三届进博会作为今年下半年唯一确定如期举办的展会，将有多项新产品新技术新服务亮相展会。

欧莱雅中国总裁兼CEO费博瑞介绍：“今年，欧莱雅不仅将带去新产品，还将展示美妆科技转型的新技术，以及瞄准可持续发展的更多绿色应用。”

雅培快速诊断业务大中华区总经理仇建平说：“雅培将在600平方米的展位上展示涵盖生命各阶段的创新产品和服务方案，并亮相首次设置的公共卫生防疫专区。”

日本武田宣布，全面升级展台并扩大参展面积至700平方米，并将在主展台展示即将上市的重磅产品，如全球首个多发性骨髓瘤口服蛋白酶体

“进博磁力”强 | 35家展盟成员签了三年“长约”

尽管受到新冠肺炎疫情影响，但第三届进博会的筹备工作并未因此减慢脚步，还使得进博会承载的巨大商机受到了更多关注，全球企业参加进博会的热情依然高涨。

中国国际进口博览局副局长孙成海表示，第三届进博会企业展规划面积36万平方米，比第二届增加6万平方米。签约企业参展面积已达到规划目标，其中，消费品、医疗和服务贸易等三个展区的签约面积已超过规划面积，再现“一位难求”。

参展企业更普遍扩大了展览面积。“世界500强和行业龙头企业的平均展览面积将比第二届增加14%。体现了参展企业对进博会和中国市场的充分认可。”

进博会平台的强磁力，正被很多世界一流企业所见证，促成更紧密的联系。昨天，第三届进博会参展商联盟的35家成员签订了三年长期参展合作备忘录，这些企业大多为世界500强和行业龙头企业，着眼于和进博会长期共同发展，签“长约”体现了它们对深耕中国市场的坚定信心。



ROSA 高精度外科手术机器人

美敦力全球最小心脏起搏器MICRA，又有了“升级版”。第二代MICRA无导线心脏起搏器，在和一代产品保持相同体积的同时，使用范围更广



圣西祐食品国际有限公司带来了西班牙的顶级美味——“黑标”伊比利亚黑毛猪火腿。相较于普通火腿，黑毛猪火腿的制作周期长达两年，一条约18斤重的火腿售价在7000元左右

本版摄影 本报记者 陈梦泽



第三届进博会第二场展前供需对接会现场

Air Estetic 医用个人防护系统

全新城市形象片今起展播

本报讯 距离第三届中国国际进口博览会(CIIE)开幕还有100天，今天上海市政府新闻办推出全新城市形象片《上海，共享精彩》，展现上海的蓬勃活力，迎接第三届进博会到来！

“开放、创新、包容”的上海不断求新、不断发展，以人为本、处处出彩。世界人工智能大会云端峰会成功举办、上海国际电影节广受关注，“五五购物节”促进消费，ARJ21新支线客机加快交付、沪苏通铁路建成通车，“新基建”提升科创能级……以人为本的智慧型城市提升人民的获得感。2020第三届进博会，让我们相聚上海，共享精彩！

本片由上海幻维数码创意科技有限公司承制，自7月27日起在各大媒体平台展播。

寻找「最美服务窗口」

本报讯 (记者 郭剑烽)今天上午，第三届中国国际进口博览会窗口服务保障工作部署会在上海世博展览馆召开。会议部署了今年进博会窗口服务保障工作，与会领导向城市文明志愿服务队授旗，并启动了第三届进博会寻找“最美服务窗口”活动和“一行业一亮点”特色服务品牌创建活动。

第三届进博会窗口服务保障工作由市文明办牵头组织，16家成员单位共同推动，在全市42个窗口服务行业全面开展。

除窗口服务保障工作外，市文明办还将继续推进城市文明志愿服务工作。今年全市将继续在交通枢纽、商业中心、文化场馆等重点区域、重点行业设置近600个进口博览会城市文明志愿服务站(岗)，推动组建进博会志愿服务队220支左右，城市文明志愿者6.5万人左右，开展党员先锋、美丽家园、平安守护、暖心微笑、文明风尚等五大城市文明志愿服务行动。