



进

特刊

第三届进博会



总体进展顺利,筹备工作基本就绪

世界500强及龙头企业 参展回头率超过70%

本报记者 张钰芸

■ 国家会展中心(上海)南广场百花绽放,静待各国宾客
本版摄影 陈梦泽

世界500强及行业龙头企业参展意愿更强,回头率超过70%,展览面积比上届增加14%,更有数十家企业已连续签约未来三届。虹桥国际经济论坛将兼顾世界不同时区,采取线上线下相结合的方式,共话“同舟共济应对挑战、开放合作共享未来”。今天上午,第三届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)新闻发布会上,上海市常务副市长、进博会执行委员会常务副主任陈寅,中国国际进口博览局副局长孙成海分别介绍了第三届进博会筹备进展、展会亮点及服务保障等情况。



规模 展览面积增加14%

孙成海表示,今年以来,商务部和上海市等有关方面按照“越办越好”总要求,克服不利影响,统筹推进疫情防控和进博会筹办工作,目前总体进展顺利,各项筹备工作已基本就绪。

他说,第三届进博会的企业参展规模更大,总展览面积比上届规模扩大近3万平方

米,共设置食品及农产品、汽车、技术装备、消费品、医疗器械及医药保健、服务贸易六大展区,在今年特殊形势下,进博会展览面积再度扩大,充分表明世界各国对中国经济充满信心,全球企业对中国市场满怀期待。

参展企业质量更高。世界500强及行

业龙头企业参展意愿更强,回头率超过70%,展览面积比上届增加14%,更有数十家企业已连续签约未来三届。

展品展览水平更高。将有数百项新产品、新技术、新服务在第三届进博会期间进行“全球首发、中国首展”,不少行业细分领域的“隐形冠军”也将展示其首发产品。



人数 采购商注册达40万

在今年特殊形势下,第三届进博会主动调控参展参会人员规模,重点邀请有明确采购意向的专业观众到会。孙成海介绍,即便如此,各地采购商报名仍积极踊跃,共组建39个交易团、近600个分团,注册单

位11.2万家,注册人数达到40万人。

除了专业采购商实力雄厚外,采购商结构也进一步优化。从行业结构看,注册报名的采购商中,制造业、批发业和零售业企业排名前三,占比分别为30.6%、16.0%和

8.2%,与进博会展区行业设置匹配度较高。从区域结构看,长三角、珠三角、京津冀地区仍是专业观众的主要来源地,占比近三分之二。从企业性质看,境内企业中,有5.35万家为民营企业,占比62.5%。



防疫 每个数字都是防线

“我们特别重视做好疫情防控工作,各项防控措施已经全面部署到位。”陈寅表示,坚决落实“外防输入、内防反弹”总体防控策略,形成“1+23+6+13”进博会疫情防控体系(即1个防控总体方案、23个专项方案、6个疫情处置预案和流程、13个技术指引和操作手册)。

此外,围绕“365441”加大精准防控力度。即聚焦人、物、馆等3项重点,紧盯入城、居住地、流动中、展馆门、活动点和监测哨等6个关键点,实施全程闭环管理、全链条可追溯、全量核酸检测、全部查验准入、全面环境消毒等5方面措施,针对政要、嘉宾、参展参会人员、普通参展参会人员

等4类人员进行分类管理,严密构筑国门、城市、区域、展馆等4道防线,坚决守住不发生聚集性疫情这1条底线。

同时结合秋冬季流行病高发季节的特点,全市面上立足防早防小,层层压实防控责任,落实好进口冷链食品的防疫措施,做到应检尽检、全面消杀。



智能 让参展参会更便利

口岸出入境方面,开展“智慧旅检”,开设展品通关“专用通道”“专用窗口”和进口冷链展品“专用冷库”,首次实施展品入境“无纸化通关”,实现监管作业“零等待”。

展馆进出方面,在出入口设置两道防疫过滤线,采取一体化安检、智能化测温等措施,实现“无感知、不停留、可追溯”。采用“一证三年、后台审核、用前激活、再行使

用”的证件管理新模式。

在交通出行方面,上海强调强化科技赋能,今年将进博会周边的交通管控区域从7平方公里压缩到4平方公里。



变化 未设置公众开放日

“和前两届进博会相比,第三届进博会没有安排公众开放日和延展。”上海市政府副秘书长、进博会城市服务保障领导小组办公室主任尚玉英说,一方面是按照进博会专业化办展方向,主要安排专业采购商参展洽谈,另一方面则是疫情防控要求,进

馆人数要适当压缩。

但她表示,很多进博会展品将进入全市的“6+365天”交易服务平台,海关等部门今年新增了允许展品在展会结束后,转入特殊监管区开展跨境电商业务等6项支持措施,市民可以前往选购。

此外,今年本市将继续举办“2020上海城市推介大会”、第三届进博会友城论坛,进一步加大投资促进与精准招商力度。上海搭建的“6+365天”交易服务平台,今年新增7个,达56个,为参展商优质产品进入中国市场提供全方位交易促进服务。

