



■ 优衣库的3D针织技术 记者 周馨 摄

# 无论千山万水，还是严格隔离，都无法阻止进博朋友圈“+好友”

## 市场在这里 信心在这里 朋友在这里



■ 美国洛克菲勒艺术中心首次参展进博，300平方米的展览面积被精心打造成开放式艺术空间 本报记者 孙中钦 摄

换名片、加微信，谈生意、话合作，线下云端都能“握手”。特殊时期，第三届进博会展馆内依旧热火朝天。仔细一看，摩拳擦掌展示硬核产品、信心满满迎接八方来客的参展商中，新面孔还真不少。拥有众多顶级品牌的历峰集团，门店数以千计的耐克、优衣库，食评与轮胎一样出名的米其林等等，都是首次参展的新朋友。

不一般的展会，“双循环”的窗口。当新冠疫情突袭而来，世界经济在不确定中艰难前行，无论是千山万水，还是严格隔离，都无法阻止进博朋友圈不断“+好友”。市场在这里，信心在这里，朋友在这里，我们当然也要在一起。

本报记者 张钰莹

### 共享中国市场

加入进博朋友圈，是因为市场就在这里。“让中国市场成为世界的市场、共享的市场、大家的市场。”国家主席习近平在第三届进博会开幕式上以视频方式发表主旨演讲，再次发出开放和中国的中国强音。

中国有14亿人口，中等收入群体超4亿，拥有全球最具潜力的广阔市场。预计未来10年，累计商品进口额有望超过22万亿美元。对正遭受新冠疫情冲击的全球企业而言，超大规模的中国市场为它们打开了机遇之门，进博会更是它们“零距离”接触中国市场的最佳机会。

在消费品展区，优衣库母公司迅销集团一举拿下1500平方米的展位，打造“明日博物馆”，成为消费品类最大展台。首次参展就有如此魄力，背后是中国市场成为“顶梁柱”的强势表现。优衣库2019年财报显示，大中华区销售额大涨14.3%至5025亿元，占国际市场总销售额近一半。面对疫情，优衣库早早在中国市场布局的线上渠道展现出强劲的“免疫力”，不仅线上渠道销量数倍增长，目前的线下门店人流也已恢复。

“中国体育产业正处在快速发展的上升期，我们非常看好中国市场的的前景。”同样受益于中国消费市场的快速复苏，首次登上进博会舞台的耐克发现，在充满不确定性的2020年，耐克在中国市场逆势增长已确定无疑。耐克大中华区是2020财年第四季度唯一实现销售正增长的“一枝独秀”，甚至带动耐克全球在2021财年第一季度取得营收8%的增长。

作为全球知名制造企业，日本精工爱普生公司是进博会上的“新面孔”。这家企业一直关注前两届盛况，今年更是早早报名，带来干纤维纸张循环系统的“中国首秀”。爱普生中国事业部总经理柴靖展说：“我们非常期待利用进博会这个开放的平台，把我们创新的、绿色的科技带到中国市场。”

### 提振发展信心

加入进博朋友圈，是因为信心就在这里。当大型国际展会纷纷按下暂停键，如期举办的



■ 耐克今年首次登上进博会舞台

本报记者 周馨 摄

第三届进博会不仅没有缩小规模，反而展览面积更大、展区设置更优、展商质量更高，为迷雾中的全球经济注入和金子一样宝贵的信心。

“进博会相当于‘定心丸’，给了我们扎根中国市场的坚定信心。”记者在采访中听到，“信心”和“希望”被多次提及。相比跨国企业，中小企业受疫情冲击更严重，也更希望借助进博会这个大平台，提振发展信心，汲取复苏动力。

比利时国家冰淇凌生产商希博思集团是家族企业，旗下品牌“遇喜”今年7月首次进

入中国市场，在食品及农产品展区有个9平方米的展位。为什么不拿下一个特装展位来匹配“国宴”身份？希博思中国区代表梁小秋坦言，疫情让公司股东蒙受损失，对外投资计划十分谨慎，但进博会给他们带来了复苏希望。“我们展位虽不大，吸引客商却不少。开馆第一天，我就遇上心仪已久的合作伙伴了。”梁小秋说，既有慕名而来的，也有偶然逛到门前的，包括便利店、餐饮等领域的对口客商，让她欣喜不已。“受疫情影响，冷链食品在进博会要接受最严格检

测。尽管困难重重，但我们通过进博会进入中国市场的决心从未动摇。”她说，“明年我们也会参加，争取拿下更大的展位。”

“今年世界经济普遍不景气，进博会如期举办给了大家极大的信心。”首次参展进博会的商业地产服务商世邦魏理仕中国区总裁李凌说，进博会不仅促进贸易往来，也积极带动投资；不仅提供商品进口，也帮助企业获得服务。“虽然是第一年参展，但我们与进博会的渊源颇深。我们过去两年持续观展，并作为演讲嘉宾参与第

二届进博会展前对接会，参加进博是我们提升知名度，扩大业务的良好机会。”

### 不负相守之情

加入进博朋友圈，是因为感情就在这里。“在中国，为中国”，无论是扎根中国多年的跨国公司，还是进入不久的中小型企业，无论是长久的相处，还是新鲜的面孔，中国都以极大的诚意打开大门，张开双臂，欢迎他们。而疫情下的守望相助，更加深了这份感情。

“这不仅是INDITEX集团第一次参加进博会，也是全球范围内，我们第一次参加如此规模的综合性展会。”INDITEX集团大中华区总裁思伊文说，参展进博会不仅是为了展示旗下ZARA等品牌，也是为了表达“和中国在一起”的感情。

“非常感谢在疫情初期，上海政府给予我们的帮助。”思伊文告诉记者，INDITEX集团在中国有16家公司，10家注册在静安区。疫情发生后，静安区、长宁区政府都给他们送来了口罩、酒精等防疫物资，解了燃眉之急。

线下门店暂时关闭，给企业经营带来压力。思伊文清楚地记得，上海出台了一系列政策措施支持企业渡过难关，它们也获得了房租减免，有效缓解了经营压力。从“五五购物节”到十一黄金周，INDITEX集团在中国的业务活动已完全恢复，线上线下销售表现良好，让思伊文信心满满。开幕式上，她还特意穿上一套中式红衣亮相。

从和合作伙伴共用一张桌子，到独立拿下一个展位，挪威阿克海洋生物公司今年真正成了参展商。这家全球最大的南极磷虾供应商，搭建在食品及农产品展区的展台很简洁，最醒目的就是一间直播间，这是专门为中国客户准备的。“我们是做前端原料的，提供给中国客户生产功能性健康产品。”展台负责人告诉记者，参加进博会不仅是为了对接更多中国采购商，也想为中国客户提供更多市场机会。“我们会邀请他们来直播间直播，现场展示以磷虾油为原料的保健产品，提高市场销量。只有始终在一起，我们才能共同发展。”

## 米其林

### 比新又比酷 看谁是新宠

越来越多的新朋友加入进博会“朋友圈”，他们不仅带来尖端技术、新颖产品，更带来对中国市场的期待。备受关注的汽车展区，有两家首次参展的新朋友成了新宠。

作为全球知名的汽车轮胎供应商，米其林首次参加进博会。展区工作人员钱莹早上8时进馆后，就一直处于“嘴不能停”的状态。不断有人来咨询，“为什么这个轮胎看上去没有‘胎’？”他耐心回答：“这是我们亚洲首发的UPTIS免充气防刺扎轮胎，用了特殊的轮毂组件，消除了轮胎漏气和爆胎的风险，使得轮胎的维护成本几乎下降到零，驾驶员无需再额外携带备胎。我们与通用汽车合作开发，计划于2024年广泛应用于乘用车。”

另一边，米其林首次参加进博会。展区工作人员钱莹早上8时进馆后，就一直处于“嘴不能停”的状态。不断有人来咨询，“为什么这个轮胎看上去没有‘胎’？”他耐心回答：“这是我们亚洲首发的UPTIS免充气防刺扎轮胎，用了特殊的轮毂组件，消除了轮胎漏气和爆胎的风险，使得轮胎的维护成本几乎下降到零，驾驶员无需再额外携带备胎。我们与通用汽车合作开发，计划于2024年广泛应用于乘用车。”



■ 米其林亚洲首发轮胎新品 本报记者 陈梦泽 摄

## 艾伯维

### 这个实验室 首秀就超凡

也将成为艾伯维全球除总部之外最大的海外市场。

“在今天的特殊背景下，本届进博会如期举办，展现了中国政府一如既往与世界开放合作的决心，彰显出中国经济强劲的韧性与实力。艾伯维排除万难首度参展，表达了我们对中国市场的持续看好及助力‘健康中国2030’的决心。”艾伯维中国总经理欧思明表示，“中国以高水平对外开放作为驱动力提出的‘双循环’新发展战略，给艾伯维带来了崭新的发展机遇。借助进博会这一国际性大平台，艾伯维希望能推动更多创新药以亚太首秀甚至全球首秀的方式登陆中国市场。同时，作为一家创新驱动型公司，艾伯维将持续探索与中国政府、医院、高校等各类组织的多元化协作模式和机会，构建开放式、多层次的立体医疗生态圈。” 本报记者 郇阳



■ 艾伯维研发实验室进博首秀 本报记者 孙中钦 摄

## 通达理

### 遇到老朋友 明年继续来

“依好”——两个亲切的大字，出现在通达理集团进博会展位的中国红墙面上。如果要评选服务贸易展区最“吸睛”前三名，通达理一定位列其中。集团CEO宋东晟昨天表示：“今年我们第一次来进博会，进馆一看好多参展商都是老朋友，我们在这里重逢。”同在服贸展区，对面是它的合作伙伴，隔壁有为之它做审计认证的公司，而热门展区里有更多它的客户。

阿玛尼、迪奥、雅诗兰黛、希思黎、乐高、兰蔻、欧莱雅、KFC、壳牌……通达理是这些著名品牌进入中国市场的服务商。这家总部设在中国香港的公司，堪称广告视觉营销解决方案的行业先锋，位列第一梯队。多年前，它在中国内地设立了第一家合资4A公司。身为“色彩大师”，通达理用渐变的彩虹色装饰自家展台，用色大胆而和谐。宋东晟认为，不同的文化对色彩的理解不一样，如果不懂这种差异，往往会让消费者有说不出的别扭感，展

台用材完全体现公司对环保的重视，还能重复使用。迎客的三只进博吉祥物熊猫，用瓦楞纸搭成，可随时拆卸。待客的凳子也是纸做的，像小时候手工做的剪纸灯笼。它家的印刷技术先进到什么程度呢？展品最有说服力。其中一件作品采用UV叠加打印及优化技术，运用油画布和亚克力等介质，营造出油画般的质感，获得2019年数码喷绘艺术大奖。

“听说今年要参加进博会，员工兴奋又骄傲，同行纷纷预祝我们取得成功。”宋东晟笑着说，“通达理不只是代表自己，也是代表广告行业来参展的。我们是连接国内外市场的一座桥梁。”进博新朋友，明年就成老朋友。喜欢求新求异的通达理员工们还在进博会接触到许多新事物、新理念，获益匪浅。宋东晟透露集团明年将继续参展：“今年第一次来可能留有遗憾，希望明年第二次参会时，我们会做得更好。” 本报记者 谈瑾



■ 通达理超萌的进博迎客熊猫 本报记者 孙中钦 摄