



世界 500 强和行业龙头企业参展数量超上届,30 多家首次参展 将实现人进馆“无感”物入境“秒放”

各方翘首期盼 筹备紧锣密鼓

本报记者 张钰芸

再过 30 天,“四叶草”又将迎来全球盛会,第四届中国国际进口博览会将如期举办。

老朋友如约而至,新朋友纷至沓来,各国商品在这首发亮相,全球企业于此牵手合作。这既是商品和服务的交易,为疫情下的全球经济复苏注入活力,也是文化和理念的沟通,勾勒出美美与共的世界文明大画卷。

首发新品同场亮相

正值疫情影响下的特殊时期,但第四届进博会的筹备工作未受影响。

中国国际进口博览局副局长孙成海说,第四届进博会签约展览面积达到 36 万平方米预期目标,签约参展的世界 500 强和行业龙头企业数量超过上届,回头率超过 80%,同时有 30 多家为首次参展,还有大批新产品、新技术、新服务在第四届进博会上实现“全球首发、中国首展”。

“作为四度参与进博会的展商之一,沃尔沃将以创新、智慧、可持续的交通运输与建筑设备解决方案,推动中国经济的高质量发展。”沃尔沃(中国)投资有限公司总裁马军说,沃尔沃集团今年将携旗下全体业务单元共同亮相装备展区。其中,沃尔沃建筑设备将在全球首次实体亮相自动化 Zeux 装载机概念机,电动挖掘机 ECR25 也将迎来其中国“首秀”。

同样是“四朝元老”,花王集团则将在 30 天之后,带领观众一探花王“本质研究”的重要成果——花王在世界首创通过从皮脂中提取 RNA(基于 DNA 信息在体内产生各类蛋白质的基础分子)进行分析的 RNA 监测技术,以及该技术的未来运用方向等。集团内最高端的化妆品品牌“SENSAI(丝光溢彩)”也将首次亮相进博会,满足中国消费者不断升级的消费需求。

看好中国精品市场的快速发展,日前,历峰集团宣布携旗下 10 家品牌参展第四届进博会,展现各大品牌的历史传承与经典之作。包括卡地亚、登喜路、万国表、积家、万宝龙、伯爵、江诗丹顿、梵克雅宝等品牌都将再度亮相进博会,而巴黎高级时装品牌阿莱亚则将迎来其首秀。

百年护肤集团拜尔斯道夫则是首次亮相进博会,将携旗下妮维雅、优色林、确美同等品牌齐聚 504 平方米的展台。“进博会是‘黄金窗口’。”拜尔斯道夫集团东北亚董事总经理薛薇说,除了多元化的新产品和新品牌,我们还将带来在中国、亚洲乃至全球范围内的新科技“首秀”。其中,最值得一提的便是德系黑科技 LUMINOUS630。这是拜尔斯道夫历经 10 年从 50000 多种成分中实证的突破性专利斑斑成分。这种“王炸”成分可以在温和不刺激的情况下有效美白肌肤并使肤色净透匀亮。

以进博会为舞台,全球企业都在展示创新活力。食品展区将展出 ADM 公司生产的目前世界上唯一一株在体重管理上可用作后生元的益生菌,爱丁顿公司将展示迄今为止麦卡伦年份最高(高达 78 年)的威士忌。医疗展区展商史赛克将带来一款骨科手术机器人,极大缩短病人术后修复时间。汽车展区展商悍马计划将全球首款纯电动超级皮卡在进博会上首秀。服贸展区将展示全球首个拥有海上主题乐园及海上最长的过山车、最大的海上影院的新一代邮轮。



在第四届进博会开幕前,意大利皮具品牌塔蒂霓开出了中国首店。一年内,该品牌完成了从进博会首展到新品首发再到中国首店落地上海的过程

进博集市上的洋导购

加速释放溢出效应

国庆期间,南京路步行街上的进博集市再次成为全国游客的热门打卡地。巴基斯坦盐灯、智利果味利口酒、瑞士巧克力、墨西哥龙舌兰酒等各国好货热销,仅长假前三天,客流数翻番,销售破百万,忙坏了“洋导购”。土耳其国家馆负责人拉玛赞·土赞在网红冰淇淋和进口皮衣的展位间来回穿梭,这边冰淇淋刚补完货,那边皮衣的咨询问题就来了,忙得不亦乐乎。

来自世界各地的“进博同款”加速落地,成为市民家中的“新宠儿”,让海外展商看到了中国市场的巨大潜力,从“走进来”变成“留下来”。

第三届进博会上,被誉为“全世界最好的鳄鱼皮具品牌”的意大利皮具品牌塔蒂霓,带来了皮带、皮鞋、皮包等近 30 款手工产品参展,与江苏、北京、辽宁等省市的采购商达成了采购意向订单。日前,塔蒂霓在绿地·外滩潮方意大利中心内开出中国首店。

“我们在第三届进博会上首发的约 30 款产品,目前已经通过绿地进入了国内渠

道。”塔蒂霓 CEO 朱塞佩说,进博会让企业能够更敏锐、更深刻地接触中国市场,为落地中国市场创造了条件。他们借助进博会的影响力,通过绿地贸易港平台迅速登陆中国市场,迅速完成了从进博会首展,到新品首发,再到中国首店落地上海。“我们在上海开出首店,看重的就是进博舞台带来的曝光效应。”

挖掘更多市场潜力,以上海为“跳板”进入中国更多城市,开放的中国让全球企业看到更多机遇,在中国深耕的脚步也更为坚定。

“法孚集团的业务涵盖流程工业、汽车、航空、物流等多个行业的新技术,进博会让我们的客户共聚一堂,进行深入交流,也为集团今后在中国乃至世界范围内的发展奠定了深厚的基础。”法孚集团中国区董事尚飏说,法孚集团参与进博会的这些年,取得了不错的成绩,单在进博会上签订的合约已经达到了年均上亿美元的交易额。

“进博会坚定了外商投资中国的信心。”

西门子医疗亚太区总裁陶琳说,中国是西门子医疗目前全球第二大战略市场,具有举足轻重的地位,几天前,我们在张江刚刚启用的上海创新中心很好地印证了这一点。这是西门子医疗全球四大创新中心之一,也是公司全球首家对外开放式的联合创新平台。“在第四届进博会即将开幕之际,通过加码本土数字医疗生态圈的建设,继续履行对中国市场的长期承诺,我们也希望赋能更多企业加速实现数字化转型升级,让创新‘雨林生态’更加繁茂。”

借助进博会的东风,诺和诺德也加速全产业链布局,去年与上海临港新片区签署了战略合作框架协议,投资总额达 2 亿元人民币,成立诺和诺德(上海)医药贸易有限公司。公司于今年 1 月 1 日开始实际运营,发展势头良好,截至 7 月,拥有员工超过 500 名。诺和诺德全球高级副总裁兼大中国区总裁周霞萍说,诺和诺德将与临港新片区同频共振,助力上海生物医药高地建设和“健康中国”战略。

数字科技转型赋能

核酸检测和疫苗接种三类防疫信息的数据比对资源接口,全量比对进博局提供的参展人员注册信息,反馈出注册人员的事实数据,市公安局下载从进博局服务器获取的比对反馈数据,加以判断制证。

“无感知、不停留、可追溯”的“无感入馆”,在第三届进博会上广受好评,而在第四届进博会上,符合特定条件的进博会参会人员证件,将首次采取“后台审核、用前激活、再行使用”的“证件复用”便民措施。

人进馆“无感”,物进境“秒放”。在上海国家会展中心海关报关大厅的进博会专窗,第四届进博会首批展品通过“无纸化通关”快速完成了通关流程。从有纸交单到通关无纸化,进博会展品通关已进入“秒放”时代。企业无须到海关现场提交单证材料,只需在企业端通过单一窗口上传电子单证,海关工作人员进行线上审单,随着键盘上“嘀嗒”一声的审核按键操作,瞬时实现申报放行无缝

对接,为展品进境开辟了“数据多跑腿、企业少跑腿”的快车道。

而在市内交通方面,市交通委已优化停车预约系统,通过“登记分配+自由预约”两种方式对外提供停车预约服务,社会公众通过上海停车 App 及其关联小程序、公众号进行泊位在线预约、停车导航、无感支付、在线取票,实现全智慧停车场景应用。

城市精细化管理还包括气象保障系统,记者了解到,进博会期间,所有气象服务产品都会接入安保指挥部大屏,从提前一个月的气候预测产品到进博会期间的逐小时预报产品,开展全周期的精细化气象服务。“上海知天气”App 也完成了进博会气象保障模块的准备工作,将为公众提供中英文气象服务。

以数字化手段更好赋能进博会城市服务保障,“数字上海”的软实力,必将助力第四届进博会“越办越好”。