



进

特刊

第四届进博会



峰面语



进博会上看见什么

潘高峰

采访了四年进博会，每年都会有人饶有兴趣地提问：在进博会上看到些什么？

今天，第四届进博会落下帷幕。虽然说强大的溢出效应，已经成就了“6+365”永不落幕的进博会。但这并不妨碍我们盘点一下：“四年级生”的进博会，以“进”为名的进博会，究竟又有哪些进步？相信这也是很多人关心的问题。

首先当然是更“新”。创新是进博会永恒的主题，虽然今年逛遍进博展馆，感觉弹眼落睛的展品少了，但实际上，很多创新只是更加内敛，更重实效，更贴近消费者，而不是简单地吸引眼球。

“高大上”的就不多说了，说些接地气的。比如，一件高近三米的巨型针织裙，从头到尾一根线“一体成型”，没有任何针脚；一台热水机，可以做到“1秒烧开，2秒冷却，3秒喝上凉白开”；一款扬声器薄如纸片，还能随意弯曲，却能发出穿透力极强的悦耳音效；一部可以“打印”超过1000种色

号的“口红打印机”，单手即可持握，通过三个唇釉管芯的不同配比，可以调出上千种唇色，过程全靠手机App解决……

除了更“新”，还有更“绿”。环保、低碳、可持续，也是今年进博会的关键词。昨天，在汽车展区，一辆悍马汽车让人眼前一亮——已经停产11年的悍马，为何又重新复出？原来，这是一款纯电动的悍马皮卡，从美国远道而来，在进博会上全球首发。昔日的“油老虎”，今日的纯电车，是通用汽车创造性地革新了电池管理技术，才有悍马的“绿色新生”。

纯电之外，还有氢能。在米其林展台，一辆全球首台氢能源驱动赛车“Mission H24”静静停靠，蓝白相间的车身未来感十足，引得观众纷纷合影留念，把展台变成“打卡点”。氢能源驱动，意味着除了水蒸气之外没有其他排放，可谓绝对的“绿色零污染”。

首次参加进博会的德国老牌材料制造商“科思创”，展台上滚动播放着“本展台为

通过认证的碳中和展台”的字样，起初让人摸不着头脑。仔细一问，展商拿出一份证书，上面显示：“科思创”在第四届进博会参展期间所产生的温室气体排放，已通过位于山西一家风力发电公司的风力发电项目进行碳抵消。令人大开眼界。

当然，最让人印象深刻的，还是这一届进博会的开放之“暖”。尽管在疫情笼罩全球的大背景下召开，但本届进博会无论从布展到服务，都让人感受到开放春风拂面的暖意。

这两天，阿富汗展商的故事，让很多人心生感慨。事实上，这一届进博会共有90家来自33个最不发达国家的企业参展。国家有大小，境遇有起伏，但进博会开放共享的氛围，始终一视同仁。

昨天听说一个故事，进博会消费品展区角落里有一幅不起眼的木板彩绘，画的是中东地区的历史遗迹。它的作者是一名叙利亚艺术家。据叙利亚进口馆展台负责

人介绍，为了让连年硝烟战火下的艺术家们有机会维系艺术创作，叙利亚民间组织资助建立了一个名为“东方之家”手工作坊。

听说这个故事后，连续参加四届进博会的叙利亚进口馆找到“东方之家”，把这幅画作带到进博会上。普通观众也许无法评价其艺术价值，但它背后的故事让更多人深刻体会到，进博会不仅是商品的汇集，更是希望的起点。

还有，今年进博会在技术装备、医疗、汽车展区特别设立的创新孵化专区，也值得一提。这三块总面积不过1000多平方米的创新孵化专区，却汇聚了100多家中外初创型企业，四五平方米的展位虽小，却让原本无法与500强竞争的小微企业，也能分享进博红利，闯出一片天地。

所以，进博会上看见什么？除了器物之美，理念之美，还有开放之美，机遇之美，合作之美，这一切的美美与共，才是人类共同的美好未来。

虹桥品汇二期A栋启用 千余种“进博同款”同步发售

足不出沪 畅购全球好物



虹桥品汇连日吸引沪上市民前来打卡选购 杨建正 摄

进博同款 同步畅购

虹桥品汇二期A栋身为2021“拥抱进博首发季”的主场地，约7000平方米的首层空间里，呈现进博国别商品常年展、进博特殊食品延展区、历届进博网红畅购区、进口轻奢保税展示交易区、国际珠宝展示交易区以及中图按需印刷展示体验中心等六大主题场景，集中展现各项服务进博便利化措施的应用和成果。

在这里，市民可以“一站式”购买进博同款。例如，虹桥品汇的进博商品“集合店”，就是为打造虹桥国际开放枢纽国际贸易新平台赋能的一种手段，通过统一运营、统一推广、统一管理，服务于进博会中小展商，让虹桥品汇成为他们进入中国市场的首站。

其中，“畅购集”是“集合店”的一个缩影，里面涵盖50多个国家、200多个品牌的5大类，近2000款商品。之中不乏历届进博会上的畅销产品，更有在本届进博会同步首展、首发的新品。

除了大家熟悉的西班牙火腿、狮王磁悬浮电动牙刷、松下小黑杯等，德国米技MIJI今年携其STARS进博首发，另有特斯拉旗下首款针对儿童用户的电动车也在这里展销，这款童车运用独立开模技术将Model S等比例还原，在满电情况下可以连续驾驶超过10公里。进博会期间，虹桥品汇还提供现场试驾、线上下单、送货上门的服务。

“这个区域充分发挥配套功能优势，前店后库结合、展示销售结合，将展品变商品，批发零售结合、线下线上结合，以服务进博带动贸易发展，形成一套成熟的服务进博、商业化运营模式。”虹桥进口商品展示交易中心副总经理朱菁告诉记者。

载体扩容 功能升级

作为上海承接和放大进博会溢出效应的常年展示交易平台，虹桥品汇已服务全球90多个国家和地区的5700多个品牌60000多种商品。借助此次载体再扩容，虹桥品汇将实现功能再升级，助力“展品变商品、展商变投资商、采购商变贸易商、措施变制度”。

记者了解到，虹桥品汇二期集保税展

示、商品交易、仓储办公、赛事展览等功能于一体，依托措施创新、政策创新、通路创新、业态创新、模式创新、生态创新等新型业态模式，赋能进博企业发展。在这里，入驻企业可享受国家海关总署、国家市场监督管理总局为进博会量身定制的“展转保”（展品转为保税展示交易商品）以及“展转跨”（展品转为跨境电商商品）等贸易便利化政策，助力企业在扩展中国市场业务的同时，尽享政策红利。

“回头客”不断，“新朋友”纷至。在虹桥品汇二期A栋里，JETRO、中图云印首店纷纷开张，IGFD进口奢侈品保税展示交易、巴基斯坦WINZA珠宝展示交易首展也在此启动。JETRO、IGFD、中图云印、WINZA珠宝、帕克柏仙、麦隆咖啡、中原咖啡、葡轩酒

业等八家企业正式签约入驻虹桥品汇二期。朱菁表示，未来，虹桥品汇二期A栋将与商贸中心、保税物流中心以及即将建成的B栋展销中心共同构成强大载体，助力打造功能更加丰富的进博成果集中展示地、进口商品集散地和国际贸易新平台。

虹桥国际中央商务区管理委员会党组书记、常务副主任鲍炳章指出，以虹桥品汇二期A栋为新载体，一批重点项目集中签约，一批首发、首店、首展推出，跨境电商示范区正式落地，集中展示了进博成果，为持续放大进博会溢出效应注入了创新活力，相信在富有竞争力的政策扶持下，将有更多的进博展商、贸易企业入驻新虹桥品汇，立足大虹桥，深耕中国市场。

本报记者 张钰芸