

“四叶草”里满是收获喜悦

签单签到手软 卖货卖到清空

本报记者
张钰芸 裘颖琼

签约、签约、签约，签到手软。第四届进博会临近闭幕，展客商们的主要活动从交流洽谈变成了签约合作，要把6天展期里的“看对眼”，固化成双方全年的经贸往来。从数亿美元的大单，到从零开始的突破，收获的喜悦已经在展馆内随处可见，参展商们纷纷表示：“明年我们还要来！”

■ 巴基斯坦展商哈比和他带来的“爆款”展品——盐灯
首席记者 萧君玮 摄



首展签下首单 打开中国市场

你知道特立尼达和多巴哥共和国（以下简称“特多”）吗？这个位于中美洲加勒比海最南端热情火辣的岛国，在首届进博会期间就设立了国家馆，今年则参与了进博会的线上国家展。

在特多，中国产品随处可见，但在中国，特多产品却颇为罕见，这背后蕴含着巨大商机。今年，特多企业首次参展，在食品及农产品展区，第一加勒比商业公司下一个标准展位，携当地12个品牌，带来朗姆酒、辣椒酱、调料、可可、果汁、咖啡、茶叶等特产亮相中国市场，效果如何？第一加勒比商业公司总经理黄胜说，我们已经签约了，“这是零的突破”。

“11月8日，我们和东方国际集团签署了意向采购协议，签约金额是4.6万美元，他们看中的是水果朗姆酒。”黄胜说，没想到这么快就能拿到订单，这意味着特多企业从此打开了中国市场的大门。

为了让遥远的特多国内及时了解进博会盛况，上海市外事办公室和上海市商务委通过视频连线，“实时转播”了第一加勒比商业公司的第一笔采购签约活动。特多贸工部部长葆拉·戈皮·斯库恩在连线中表示，在全球经历新冠肺炎疫情冲击的背景下，进博会已成为全球最大和最具创新性的加强国际贸易和投资合作的平台之一，也是各国出口商与中国以及彼此之间重建贸易联系的一个非常重要的工具。

特多在进博会拿下的首张订单，是其迈入中国市场的第一步，以水果朗姆酒为起点，第一加勒比商业公司希望今后能把其他产品也送进中国。“展会期间，有不少跨境电商、直播平台、进口食品贸易商来到我们的展台，了解产品，洽谈合作，他们都想为中国市场找到差异化的进口产品，特多商品就是一个很好的选择。”黄胜说，6天展期之后，有望从中孵化出更多的订单。

“我们也从进博会上了解到了中国市场的需求。”这两天，黄胜的同事也会抽空逛逛其他国家的展位，一逛就逛出了感触：“这些国家对中国市场的重视程度和投入程度都非常高，很多产品还根据中国市场的喜好，调整了包装、口味和设计，这是我们需要学习的地方。”

首次参展就有零的突破，第一加勒比商业公司已经决定参加第五届进博会，还想拿下更大一点的展位。“这样我们就能带来更多的品牌、更多的产品，甚至可以联合周边几个岛国一起参展，把火辣的加勒比海风情带入进博会。”



■ 特多企业今年首次参展。在食品及农产品展区，特多的第一加勒比商业公司展位上，朗姆酒、辣椒酱、调料、可可、果汁、咖啡、茶叶等特产琳琅满目
本报记者 张钰芸 摄

订单接到手软 库存已经售空

在进博会上，小展商也有大未来，巴基斯坦展商哈比对此深有感触。他所带来的喜马拉雅盐灯是在第四届进博会上“中国首秀”，登台即成“爆款”，不但现场下单的顾客源源不断，还有不少经销商来谈合作，商机无限。

“我们到现在还没吃午饭，前一天的午饭是晚上9时才吃的。”昨天下午3时，记者在消费品展区“绿地品质消费馆”见到哈比时，他刚刚结束和父亲的长途电话。“这两天我们忙到没空和他通话，现在赶紧抽空和他讲一讲，进博会的效果有多好。”

手中厚厚一沓的预订单，以及手机通信录里新加的好友，都是“效果好”的最佳佐证。哈比告诉记者，第四届进博会开幕首日，就有老客户找到他们的展位，订购了一个50公斤的超大盐灯。每一个被预订出去的盐灯上，都贴有哈比用中英文写下的“已预订”字样，短短5天展期里，这样的字条他写了近200张。“我们的库存已经被预订一空了，现在我满脑子在想，怎么把下一批货快速运进来。”

更让哈比兴奋的是，借助进博会，他认识了北京、云南、海南等地的采购商，有望把巴基斯坦产品带到更多的城市。“海南采购商说，他们有一片3000多平方米的免税店，还有线上平台。北京采购商则希望达成长期合作，把我们在绿地贸易港里的门店作为旅游购物的定点。云南采购

商说，想采购我们的盐灯，放在当地的旅游商店里销售。”

就连同在场内的参展商，也看中了喜马拉雅盐灯。“他们是做天然材质衣服的，双方的产品在健康天然上有共同点，可以丰富门店商品的品类。据说这家参展商在朋友圈发了盐灯照片后，已经有消费者想要预订了。”

订单接到手软的，还有爱尔兰展商。此次，爱尔兰食品局在绿地食品馆设立了爱尔兰食品展区，展区负责人袁伟准备了49款爱尔兰威士忌现场品鉴。琳琅满目的各色酒瓶，香味四溢的混合酒香，吸引了大批观众驻足展台试喝品评。

一位经营国内高端酒吧的负责人来到展台，刚开始对爱尔兰威士忌不屑一顾，在一番品鉴过后立刻竖起大拇指，并吩咐下属前来试酒下单，一口气订了十余箱新品——“摇摆的鞭子”黑威士忌。

袁伟透露，还有不少国内采购商属于“回头客”，第一天品尝完匆匆离去，第二天带着订单就来了，是进博会让国人认识到了爱尔兰的好酒。

“订单都不敢接了，库存都没有了！”袁伟不禁感慨进博会及绿地贸易港平台带来的巨大商机。自进博会开展以来，袁伟已在现场接获了来自上海、北京、江苏、浙江、山东、陕西、山西等国内采购商、渠道商超过120万美元的采购意向订单。

一张大额订单 解决燃眉之急

在今年的进博会上，德国科技巨头贺利氏与北方华创、东京电子、三磊股份、渣打银行等客户及合作伙伴签署协议，总金额超过3亿元人民币。其中，与日本东京电子签订的集成电路设备用石英产品订单，还将帮助客户解决燃眉之急。

原来，因为疫情，全球许多工厂的芯片生产产能都出现了不足，市场上芯片短缺。东京电子作为一家半导体生产设备企业，急需订购一批高纯度的石英产品，作为核心部件来完成其产品配套。作为日本第一、世界第三的半导体设备公司，东京电子旗下的半导体设备几乎影响了全球100%先进半导体的制造工序，尤其是5纳米至7纳米的手机芯片制造。

“贺利氏的石英产品技术要求极高，纯度可以达到99.99%，还具有气泡含量低、纯度高、材料均质性强等一系列优点。”贺利氏大中华区总裁艾周平告诉记者，11月6日，贺利氏电子与日本东京电子在第四届中国国际进口博览会现场签署了金额约5000万元的合同。明年，贺利氏将向东京电子交付其所需的部分集成电路设备用石英产品。

艾周平说，除了东京电子，还有多家半导体设备厂商、客户、合作伙伴，都有意向在进博会现场签署一系列协议。进博会体现了中国继续对外开放，与全球产业链合作发展的决心，也让贺利氏全球总部对于中国的未来有了更多的信心。

连续四年参展进博会，今年因为疫情无法来到现场的贺利氏集团董事长兼CEO凌瑞德也十分关注自家企业参展情况，并特别录制了一段欢迎词“打Call”。他在视频中说道：“贺利氏集团是家族企业，也是中国工业界的长期合作伙伴。自1974年进入中国市场以来，一直为中国发展贡献力量。举例来说，我们的先进材料支持环保和清洁能源产业；我们的特种光源解决方案让饮用水和室内空气安全无菌；我们的超纯石英玻璃产品用于生产先进半导体；我们的石英玻璃纤维作为光纤的核心材料，助力5G通信走入千家万户。今年，贺利氏展台集中呈现了我们在中国集成电路行业中举足轻重的一系列最新技术覆盖晶圆制造、封装测试，乃至终端应用。”

据悉，贺利氏已决定报名参加第五届进博会。而在进博会“展商变投资商”办展方针的指引下，贺利氏在上海、沈阳、南京、常熟等多地投资新项目，包括生产设施的建设和升级、创新研发等，助力中国相关产业的发展。尤其是贺利氏光伏正在上海闵行区打造全新的全球总部。这一系列的投资项目，将在未来一至三年陆续开花结果，为中国客户带来更多本土创新产品。



■ 6日，德国贺利氏电子与日本东京电子在进博会现场举行了签约仪式