

探营记

展商变投资商
专区



▲ 欧莱雅展台陈列多款在历届进博会上首秀的明星产品
▶ 在展商变投资商专区,有机器人引领并讲解

五年来,他们与进博会“共同进化”—— 展品变“爆品” 展商变投资商

首展首发 屡创佳绩

从进博会“头回客”到每年“回头客”，欧莱雅每年都将高科技的个性化产品，作为重点展品首发首秀。从眼影到香水，从节水洗发护发神器到个性化粉底液，在欧莱雅展台，记者见到了多款历届进博会首秀的明星产品，以及它们的“成长记录”——

三熹玉，通过首届进博会进入中国市场，历经五年成长，屡创佳绩。2022年在“618大促”中荣获“天猫彩妆品牌第一”“京东大众彩妆国际品牌第一”，并先后在上海、南京、杭州开设旗舰店。

YSL品牌的“口红打印机”，去年在进博会首展的同时，“零时差”在中国上市发售，首展首发的叠加效应让“口红打印机”一举成为进博会热度第一的明星展品，更一夜之间成为中国乃至全球的断货爆品。

五年来，欧莱雅共有16个国际新品牌、数百个新品在进博会上首展首发，为其成功上市、成为爆款，装上了“加速器”。

在2020年的进博会上，欧莱雅的BIG BANG美妆科技创新挑战赛找到了志同道合的政府合作伙伴。也正是通过这一合作，让欧莱雅看到了中国创新生态圈的巨大潜力，促成了今年5月欧莱雅在中国市场设立全球首家投资公司——上海美次方投资有限公司，致力于成为产业内生态圈开展合作、共创、投资及实现共同进化的载体和窗口。

2021年6月，欧莱雅从“投资商变合伙人”，欧莱雅中国与苏州工业园区管委会签署合作备忘录，拟建集团全球首家自建智能运营中心。2022年10月，欧莱雅苏州智能运营中心正式奠基，致力于为中国消费者带来更高品质、更安全、更可持续、更个性化的消费体验。

投资加码 同频共振

如今，越来越多的进博会参展商正加速变身投资商，布局中国市场，在这片投资热土上生根发芽。

自2018年首届进博会以来，武田制药已有9款创新产品在华获批，8款创新药品纳入海南自贸港博鳌乐城国际医疗旅游先行区特许目录。得益于进博会强大的溢出效应，以及中国政府优先审批评审、加速新

秋天，是一个收获的季节。作为全球首个以进口为主题的国家级博览会，中国国际进口博览会自2018年首次举办以来，溢出效应不断显现，不仅“展品变商品”持续提速扩容，“展商变投资商”也在加速迈入“快车道”。

今年，第五届进博会在6.2馆新设展商变投资商专区，展览面积6000多平方米，30多家展商参展，其中30家为500强及龙头企业。

据进口博览会展览部展商变投资商专区负责人顾雯倩介绍，展商变投资商专区分为美好生活板块、工业制造板块、健康医疗板块，全方位展现“展品变商品，商品变爆品；参展商变投资商，投资商变合伙人；创新科技变创新市场，创新市场变创新制度”的溢出效应，回顾展商与进博会五年来的“共同进化”。



■ 现代汽车集团在专区细述多年参展历程 本版图片 裴颖琼 摄

药获批的一系列强有力举措，武田制药的“中国速度”令人瞩目。

瞄准中国市场，武田制药升级在华发展战略。2020年，武田宣布中国五年发展计划，至2025年，在中国上市超过15款创新产品，惠及1000万名中国患者。

武田制药更从进博会连续举办中窥见机遇。2019年3月，武田投资1.1亿元人民币扩建武田天津工厂，并在2020年9月正式竣工。2021年10月，武田中国地区总部携武田亚洲开发中心新址入驻世博前滩。2022年6月，武田制药宣布武田研发亚太总部正式落户上海浦东。

进博会“老朋友”阿斯利康，同样深刻

感受到了进博会强大的溢出效应。五年来，阿斯利康搭乘“进博快车”，加码在华投资，从“展商”变“投资商”，与中国发展新格局同频共振。

今年，阿斯利康除了有4款创新药首次亮相第五届进博会外，还将在进博会上宣布重磅投资与布局，包括青岛区域总部正式揭牌、在华生产供应基地增资扩产等，同时深化与上海、广州、无锡、成都、杭州、青岛等地合作。

中国创新的崛起也让阿斯利康看到了更多同频机会。目前已在科创板成功上市的迪哲医药，就是在原阿斯利康全球四大研发中心之一中国创新中心(ICC)基础上，

由阿斯利康与国投创新共同设立的。

五年参展 开拓市场

作为进博会的“五届元老”，进博会强大的溢出效应，为卡赫开启了进入中国市场的机遇之门——

“展品变商品”进入快车道。往届进博会上，卡赫展示的市政环卫全套解决方案备受关注，更当场签署众多合作意向书。2018年至今，已有超500台卡赫MC系列市政环卫设备投入使用，覆盖北京、上海、河北、山西、山东、江苏、浙江等十余个省市地区。2022年春运首日，卡赫AI智能清洁机器人进驻上海虹桥站，于第一时间投入智能清洁、保洁消毒的工作中，助力春运防疫。

投资持续加码，市场不断开拓。近年来，卡赫在中国投资建厂的步履不停。2019年，德国卡赫投资3.8亿元人民币，在江苏常熟成立卡赫中国总部，整合卡赫在中国各独立运营的制造工厂、研发中心和销售公司资源，进一步完善品牌在中国的发展运营。

2020年12月16日，卡赫在江苏南通成功举办全球第一台CCB3全自动洗车机器人下线仪式，并与高达科技、苏锡通科技产业园区共同签署战略合作协议，聚力打造全球最高标准的研发生产制造基地。

除了对自有工厂扩能提效，卡赫近年来也加速投资步伐，整合固威清洁技术、宁波华励清洁机械等业内优质工厂，加快本土化战略的进一步落地实施。

近年来，卡赫中国的业绩表现出色，销售规模持续攀升。2021年，卡赫中国集团(销售、研发、生产)突破40亿元人民币销售规模，出口市场和国内市场的销售额都创造了历史新高。

在当前世界经济充满种种不确定的情况下，卡赫于2021年再度逆向投资，增资1亿元人民币，继续加大本地化投入。其中，卡赫贸易(中国)在华注册资本新增110%，跃升至1.05亿元；卡赫投资(中国)注册资本新增10%，跃升至4.26亿元。

“进博会带来的巨大红利和溢出效应，是促使卡赫连续五年参展且参展规模逐年扩大的原因。”卡赫相关负责人说。

本报记者 裴颖琼