



# 老外展商中文说得溜，第一次观展的民企买手惊喜连连 手机下载的翻译软件都用不上

## 偶遇半个老乡

“你们这些玉米能进口吗，还是说只展示种子？”拜耳展台的钊大伟刚结束一场迷你讲座，有观众对玉米新品种C8380、迪卡688和迪卡1811很感兴趣，“我们引进国外的种子，选取父本和母本，根据国内不同地区的种植环境选育培养产能高效、抗倒性强的玉米品种，这些是试验田里产出的玉米，目前还没有大规模投产，明年或有机会上市。这次展出的矮秆玉米也采用了最新种植技术，可以避免人为添加植物激素，更高效安全。”钊大伟说。

玉米用途广泛，能做生物制剂，能加工成工业淀粉，还能榨取胚芽油，不过很少有人能分辨不同环境种出的玉米，老家在山东聊城的老罗说听起来却如数家珍：“山东是玉米深加工很活跃的地区之一，我老家以前的‘八趟白’，基本都做成猪饲料，我还喝过玉米酒，没想到现在的玉米种子能有这么多！”让他惊喜的是，钊大伟是德州人，“算半个老乡，两个城市也就差了80里地”。

两个山东老乡，在进博会相

“只有这一层吗？也太小了吧。”脖子上挂着交易团证件，中马一带一路文化传播有限公司的李桂生迷失在偌大的1.1馆。作为参展国别和企业最多的展区，食品展区有人“嫌小”，记者还是第一次碰到。

“想找哪个展台，楼上还有两个馆呢。”“我去了2楼，可是什么都没有啊。”“那你是没找对方向，要坐直达电梯上3楼。”

看他第一次来，上了年纪走路慢，左手拎着公文包，肩上还挎着环保袋，记者临时充当起向导，见证了李桂生的进博首日。

遇，怀揣同样的想法：中国的农业发展是一片欣欣向荣的“蓝海”市场，随着国家种业振兴行动的推进，农业机械化程度越来越高，一批高学历的专业新农人投身建设，加上更加开放的中国市场吸引来全球领先种业公司的技术服务和数字化解决方案，势必会带来种植方式的变革。

## 老外都说中文

辞别钊大伟，意犹未尽的李

桂生又遇到了惊喜“二连发”，位于1.2馆的俄罗斯出口中心展台里，金发碧眼的帅哥美女都会说中文！“太好了！我事先在手机里下载的翻译软件都用不上。”快70岁的李桂生刚看到外国人心里还发怵，犹犹豫豫不知怎么开口，哪知展商为进军中国铆足了劲，最不缺会说中文的人。

本届进博会，俄罗斯出口中心展台汇集了当地15个地区的近30家公司参展。俄企“农产品

出口中心168”（Agroexport 168 LLC）的Aizirek是上海外国语大学的研究生，来自吉尔吉斯斯坦，她说公司目前非常看好中国的禽肉市场，鸡爪已经售罄，这两天有不少交易团的人来询价。

听Aizirek中文说得溜，李桂生也打开了话匣子，问她喜不喜欢吃鸡爪。苦于吉尔吉斯斯坦国内没有酱油、生抽、糟卤等调味品，Aizirek对鸡爪口味的想象实在贫乏。李桂生积极向她安利博



和外国展商无障碍沟通  
本报记者 钱文婷 摄

大精深的中国美食：“你回去把鸡爪煮得酥烂，大概能用筷子或者木头戳到肉里这种程度就行，撒点盐、辣椒面或者胡椒粉，也可以放烤箱烘烤几分钟，那真是外焦里嫩，吃得人满口留油。”Aizirek听得竖起了大拇指。

## 计划明年再来

除了有些“路盲”，李桂生在进博会就如鱼游大海、鸟入山林，从种业专区的矮秆玉米到养慕鸡尾酒番茄，从非洲食品展台到西班牙窖藏火腿，从波罗的海啤酒到俄罗斯鸡爪，从菲律宾榴莲干到斯里兰卡金属矿产，只要牵涉到大宗贸易，李桂生到处留名片，手机里也添加了不少微信好友。

进博会上，不乏李桂生这样“单打独斗”的民企买手。“进博会把各种优质商品，海外渠道放在一块儿展示竞争，在这里可以一站式深入了解全球优秀产品和服务，最重要的是，让我们中小企业能货比多家，为中国人的餐桌引入更多高性价比的全球好物。”逛了一路，李桂生赞不绝口，计划明年还要再来。

本报记者 钱文婷

## 打“飞的”带货 新西兰“老罗”又来了



西装、领带、双肩包，不能少的是胸前的参展商吊牌，走进“四叶草”时，罗伊在心里小小欢呼了一声：“进博会，我又来了！”

罗伊是纽仕兰全球研发总经理，也是进博会的老朋友。今年10月22日，他从新西兰奥克兰机场出发，打“飞的”前来上海，在酒店经历“7+3”健康管理后，终于来到了第五届进博会。这两天，他忙得连轴转，不是为首发新品站台，就是和合作伙伴洽谈，还要参加跨洋直播，在线上带货。抓紧“进博时间”的每分每秒，“老罗”成为连接新西兰牧场和中国市场的纽带。

昨天上午，纽仕兰“低碳植物基包装A2纯牛奶”在第五届进博会上全球首发，实现了“从牧场到餐桌”的全链路数字化减碳。站在发布台前，罗伊感慨万千（见图），他终于把这款低碳产品带到了中国，亲眼见到中国消费者对它的认可。

“纽仕兰连续五年参展，我这是第四次。”他说，前三次参展，让他见到了来自全国的高质量采购商，他们不仅带来了订单，还带来

了各种市场资讯，进博会果然是了解中国市场的绝佳窗口，让纽仕兰不断丰富产品线，绽放出新的活力。

更让罗伊自豪的是，中国是新西兰最大的乳制品进口国，如今每3罐进口到中国的牛奶中，就有1罐是纽仕兰的产品，“进博会帮助我们实现了品牌的跨越式发展”。

“早在三个月前，中国同事就帮我准备了第五届进博会的邀请函，我一拿到手，就立马向中国驻新西兰大使馆提交了签证申请。经过一系列的防疫检测，大概总数有30多项，我终于在10月初拿到了签证。”

10月22日的深夜，罗伊登上了飞往上海的航班，落地后见到了上海的清晨。很快，他住进隔离酒店，每天量体温、做核酸，独自生活10天。但他说，这一切都是值得的。

“我是在11月3日解除隔离的，在此之前有很多准备工作要做。例如填写参加进博会的资料，和中国同事核对展会期间的日程安排和 workflows，熟悉新品

首发、合作签约、跨洋直播等多个活动的流程。我还联络了好几位前两届进博会认识的采购商，邀请他们今年再来看看。还有，我办理了手机电话卡、支付宝，进博会闭幕后我要在上海逛一逛，买点东西。”

这两天，从上午9时到下午5时，67岁的罗伊几乎没有停歇的时候。虽然对体力有点挑战，但他的心情很舒畅。“我见到了很多采购商和合作伙伴，他们对纽仕兰的新品很感兴趣，对我们提出的全链路低碳概念也很认同。”

忙并快乐着，罗伊同样期待进博会闭幕后的放松一刻。他说，回程机票是11月15日下午的，“还有一段时间能待在上海”。届时，他会和中国同事一起复盘进博会，去下沉市场看一看产品销售，同时探讨明年的进博会如何筹备。当然也要抽点时间，走一走南京路步行街，尝一尝正宗的本帮菜。

采访的末尾，记者问罗伊，明年你还会来吗？他说，是的，我还会来参加进博会。

本报记者 张钰芸

## 还没入职就「接」到了大项目

昨天9时，周弘毅走进进博会汽车展区，开始忙碌的一天。下午1时，他所在的道朗格展台正式对外发布三款美系进口车型。接待媒体、安排直播、与高管沟通……每一项都井井有条地开展。作为通用汽车（中国）公司的一名公关专员，他已连续五年参加进博会，从进场馆晕头转向，到周边路线一清二楚，从一开始不断被询问“这辆车在哪里能购买”到进口车业务平台“道朗格”的全新亮相，周弘毅真心感受到进博舞台对个人、对公司的改变。

## 碰到“铁粉”

2018年，周弘毅拿到了通用汽车（中国）公司的offer，约好当年9月入职，没想到8月就接到通知，让他填写首届进博会的参展报名表。“没想到还没入职就碰到了进博大项目。进公司后，几乎没有太大适应期，马上就加入了公司参展进博的筹备小组。”

“从讨论参展主题、策划布展、落实展品到进馆后车辆路线、人员餐食的安排，大量跨部门的合作、沟通扑面而来，几乎每一个环节都要参与，过程中我得到了很大的锻炼。”

在进博会上，周弘毅经常需要回答消费者对展车的各种问题。“我们的车辆都是从美国直运

## 从职场小萌新到进博小达人

过来，很多消费者会问在哪里能买到，有的还留下了联系方式。有一年，碰到一个雪佛兰的“铁粉”，对方说当时在美国留学时就曾经梦想有一辆雪佛兰科尔维特的跑车，没想到在进博会上看到了实车，非常激动。”

## “玩转”展馆

在周弘毅眼里，通用汽车正通过进博会一步步深入中国市场。“首届进博会上，我们以展示电气化、自动驾驶、智能网联等技术为主，为观众描绘了一个‘零事故、零排放、零拥堵’的未来。我们一步步展示了通用最具标志性的明星产品，包括全尺寸皮卡、全尺寸SUV、敞篷跑车等。”本届进博会，通用以全新“道朗格”平台亮相，通过这个进口平台持续引进旗下最具标志性的车型。

连续五年参展，周弘毅也成了进博小达人，从哪个入口进馆最方便、哪里能停车、哪个餐厅口味不错……他都能说得头头是道。闲暇时，他最爱逛食品馆。“我还记得有一年给妈妈买了来自新西兰的麦卢卡蜂蜜，妈妈赞不绝口，后来我在天猫国际上也能买到了。进博展品，已上架变成商品，让我们普通市民能第一时间享受全球好货。这也是进博会的魅力吧。” 本报记者 叶薇