



上海逐步进入“进博时间”，首发首展首秀展品陆续抵沪 跨国参展商紧抓“中国机遇”

再过30天，第六届中国国际进口博览会将再次如约而至。转眼间，这一世界上首个以进口为主题的国家级展会，即将迎来它的6岁生日。

随着展期临近，进博会的各项筹备工作进入冲刺阶段：漂洋过海，全球展品陆续启运；摩拳擦掌，新老朋友期盼相逢。30天之后，众多跨国企业将再赴进博之约。大量全球首发、亚洲首展、中国首秀的新品即将在上海闪亮登场，借助同台竞技的好机会，向中国市场展现自己的魅力和热情。

首发首展 亮相“超级秀场”

金秋时节，上海逐步进入“进博时间”，首发、首展、首秀的全球展品陆续抵沪。

9月21日，米其林公司一款自卢森堡出发的63%可持续材料轮胎运抵上海浦东国际机场，成为第六届中国国际进口博览会首票进境展品。同一天，今年第一列“中欧班列—进博号”从德国杜伊斯堡发车，预计将于10月9日抵达上海铁路闵行站货场，带来总价值1600多万欧元的进博展品。

为什么参展商愿意把最好的展品拿出来，在进博会上首发首秀？因为“我们对每一年的进博会都充满期待”，这一句异口同声的回答，这一份不约而同的期待，让进博会成为各国参展商的“超级秀场”。

“进博会是‘高精尖’的展示舞台，已经成为许多医疗科技企业全球新品、前沿技术和服务的首发地。今年GE医疗也将带来10款首发首展的新产品、新技术，例如全球首个针对胰腺癌精准诊治的全分子成像解决方案。”GE医疗中国首席传播官钟路音说，今年GE医疗的展出面积继续扩大，增至600平方米，较去年扩大了20%。

以向上之姿的DNA螺旋链条结构为主设计亮点，彰显持续加码

更开放更创新更包容，上海全新进博主题城市形象片发布 更进一步，与世界共享美好未来

本报讯 第六届中国国际进口博览会倒计时30天之际，上海市人民政府新闻办公室推出进博会主题的90秒上海城市形象片。以中、英、法、西、阿、俄、德、日、韩9语种全球发布。

形象片以“上海，更进一步”为主题，用90秒时间展现城市在拥抱机遇、迸发活力、推动创新中的努力探索，展现第六届进博会办会办展全面升级，展现城市与世界的交流合作更加紧密。上海，正以更开放、更创新、更包容的姿态，迈向新

的未来，与世界共享发展机遇。

进一步超越，上海在开放中，不断拔节生长；进一步发现，城市在更新中，迸发蓬勃活力；进一步创造，不断突破创新，激发科技动能；进一步向上，世界的舞台上，共享美好未来。

黄浦江畔，滴水湖旁，四叶草的场馆，洋山港的码头……中国式现代化的上海图景里，流动着时代的机遇；商圈展馆的新潮体验，赛车、网球、赛艇等多元文体赛事，焕发城市活力；大飞机旁，实验室里，

从临港到张江，上海创新活力持续迸发，创新成果不断涌现。

人们在城市中安居乐业，探索发现，憧憬未来。人与城市共同进步，共筑城市精彩。

第六届中国国际进口博览会将于11月5日至10日在国家会展中心(上海)举办，本片多语种版本即日起在线上线下等多媒体平台展播。



扫码看形象片

中国市场的坚定信心，总部位于以色列的全球性医药公司梯瓦从“头回客”变成了“回头客”，今年将携多款明星产品再度亮相进博会，同时已签约第七届进博会。梯瓦大中华区总经理黄迪仁提前剧透：“今年，我们将带来一款治疗偏头痛创新药的中国首展首秀。而为了满足中国市场对健康消费日益增长的多元需求，梯瓦还将引入首个在华健康消费品。”

过去5年，“年年与进博相约”的松下，每年都把重量级的“首次”展示放在进博会平台。松下电器中国东北亚公司广报宣传部副部长代红丽说，今年松下依旧是第六届进博会消费品展区面积最大的展商之一，将在1000平方米的展台展示氢燃料电池、新能源汽车零部件、智能制造和健康智能生活空间。

全面回归 恢复线下举办

留住老朋友、结识新朋友，经过前五届的成功举办，进博会的朋

友圈越来越广。

今年进博会国家展将全面恢复线下举办并设立主宾国。目前，已有超过60个国家确认参展，世界贸易组织、联合国工业发展组织、国际贸易中心等国际组织也已确认参展。在企业展方面，目前已有约3000家企业签约参展，展览面积超过36万平方米，其中约400家企业时隔两年以上回归参展。

“我们非常珍惜参加进博会的机会，展示我们的可持续发展技术，与合作伙伴见面交流。”丹佛斯集团早早锁定了第七届进博会的展位，企业总裁兼首席执行官方行健在专程访华时说，中国是丹佛斯一个非常重要的市场，企业正在中国加大投资，在天津武清设立了总投资1.4亿元的丹佛斯全球制冷研发测试中心，在南京建设的新工厂将生产核心零部件的功率模块，“将全球最新最好的技术实现本地化制造和研发”。

过去5年间，爱茉莉太平洋的展台面积从最初的270平方米扩大

到504平方米，展品数量不断增加，展品创意和含金量不断升级。“一系列美妆黑科技借助进博会这一‘顶流’和中国观众正式见面，实现了‘展品变商品，商品变爆品’的高效转化。”爱茉莉太平洋表示，进博会是中国市场重要的试金石，“进博效应”帮助品牌实现了从场内到场外、从线下到线上的延伸。

“2023年是花王进入中国市场的30周年，在今年的进博展台上，花王将和观众一同回顾与中国消费者并肩走过的三十载‘花’路。”展望即将开启的第六次进博之旅，花王将其视为展示创新实力和品牌形象，巩固在华发展成果的最佳平台。

齐心协力 搭建“国际舞台”

自2018年首届以来，进博会强化展会、外交、经济、人文“四合一”，充分发挥国际采购、投资促进、人文交流、开放合作四大平台功能，推动中国与世界市场相

通、产业相融、创新相促、规则相联。前五届进博会共有171个国家和地区的企业参展，美国、日本、德国、法国等国家的参展企业数量和展览面积连续多年位居前列。

“作为推动高水平开放的平台，进博会展现中国推进高水平开放、弘扬真正多边主义的坚定立场。作为全球共享的国际公共产品，进博会承载国家形象展示、全球性重大问题探讨等多重功能，不断推动全球包容互惠发展。”中国国际进口博览局副局长孙成海如此解读进博会的重大意义。

稳步前进，越办越好，各方正齐心协力搭建“国际舞台”。围绕“法治是最好的营商环境”，上海城市服务保障领导小组今年新增法律服务保障小组，遴选与进博贸易投资业务匹配度高的律师、公证、司法鉴定、仲裁、调解等专业人员，组建进博法律服务志愿团，为展商商提供法律服务。

在参展便利方面，今年将进一步扩大电子证件试点应用范围，增设电子证件验证点位，不断优化展馆客流通行、网约车下客点、车辆即停即走点位等保障措施。在餐饮保障方面，进一步优化完善“固定点位+流动餐车+馆内便利店”供餐保障模式。

进博会不仅为各国企业搭建展示平台，也给中国消费者增添更多优质选择。过去五届进博会的累计意向成交金额3458亿美元，其中上海交易团采购成交规模稳步增长，意向成交金额连续五年位居全国各地方交易团之首。上海“6天+365天”交易服务平台从首批30家拓展至今年的60家，引入进博会展品近20万件，累计进口商品超过3230亿元。“扩大高水平开放”的红利最终融入了老百姓的衣食住行。

本报记者 张钰芸



长假“余额”不足 市民游兴不减

长假已进入尾声，但沪上市民依旧游兴不减。昨天，浦江郊野公园的奇迹花园迎来了大批抓紧享受长假“余额”的市民游客，正在举行的PLUS花园艺术展营造出五彩斑斓的花毯。

杨建正 摄影报道

走进藏在乡野里的工坊，“一对一”学非遗技艺 老厂房里感受琉璃之美

乡村里的 文艺范

护民村，位于奉贤奉城镇西南部，村里人家不多，小桥流水、绿意盎然。护民村里有一座掩映在乡野风光中的琉璃工坊——琉璃艺术创新设计中心，这里不仅是数千件琉璃艺术制品的展示场所，也是将非遗技艺“活化”的一处生动案例。琉璃艺术创新设计中心内陈列馆藏精品千余件，品类囊括灯工、雕刻、轻奢家居摆设、名贵料器等所有传统门类。

周旭飞是80后上海琉璃手艺人。他从2004年起开始研习琉璃烧制技艺，并在传统烧制技艺

中融入现代设计元素，形成独特的风格。2015年他来到奉贤，把原本生产橡胶制品的工厂改造成了琉璃艺术创新设计中心、生产基地。“当时看中的是护民村靠南、靠海的地理位置。在这里能静下心来，更好地激发创作灵感。”

2018年“古法琉璃烧制技艺”入选第六批上海市非物质文化遗产代表性项目名录。作为传承人，周旭飞深知自己的责任和义务。从初建时不到500平方米、一两万件展品，到如今过千平方米、上千件展品，如今在琉璃艺术创新设计中心，游客不仅可以近距离欣赏到国内外著名设计大师的巧夺天工，还能够变身铸造师，亲身体验琉璃烧制的全过程。

琉璃的制作，通常分铸造、压

制、灯工、吹制四大工艺。目前，在琉璃工坊里已全部囊括。公众可以在这里参与琉璃工艺从原型雕塑到失蜡制模再到成型烧制和最后雕琢的每一步烧制工序。精细打磨的全过程，都由“一对一”小班教学，每一笔、每一刀，都有专业的琉璃工匠在旁细心指导。

琉璃工坊里，还收藏着不少名家大师的经典琉璃作品。由国际著名设计师、艺术家韩秉华设计的《展翎》；现代琉璃学院客座教授朱盛菁的《祥龙宝瓶》上，一条龙呈腾飞之势，寓意平安吉祥。

周旭飞表示，我们想搭建一个和大师面对面的平台，让更多的年轻人在体验中，认识琉璃、了解琉璃、爱上琉璃。

本报记者 解敏