



距第六届中国国际进口博览会 开幕还有 10 天

再过10天,备受全球客商期待的第六届中国国际进口博览会,将在国家会展中心(上海)如约而至。以开放育新机,全面恢复线下办展的进博会将为世界带来中国机遇。

不以山海为远,不以万里为遥。第六届进博会已有超过3400家参展商和39.4万名专业观众注册报名,全面恢复到疫情前水平。其中有近20家世界500强和行业龙头企业,以及500多家中小企业为首次签约参展。

这些新朋友为何选择加入“进博朋友圈”?推广新产品、展现新形象、结识新朋友……在这些理由的背后都有一个共同的答案,那就是“想要在中国市场上抓住机遇、再上台阶,进博会是最佳的平台”。

跨出这一步 彰显在华信心

2005年,MUJI无印良品(以下简称“MUJI”)进入中国市场,在上海开出第一家门店。如今,MUJI已有超过350家线下门店,简约文艺风的设计和商品获得很多中国消费者的青睐。作为一家高知名度企业,MUJI为何选择在今年首次参展进博会?

“对于我们来说,进博首秀是一个非常重要的里程碑。”MUJI无印良品中国首席市场执行官邵恬宜说,跨出这一步,一方面是为了表达对中国市场的信心,另一方面想借这个平台,重新介绍一次自己,让更多人重新了解MUJI。“进博会是观察中国经济的窗口。中国是MUJI最重要的海外市场,我们更应该在这里与中国市场进行更直接和深入的交流。因此去年年底,我向日本总部提出建议,参展第六届进博会,将这作为未来三年深耕中国市场的重点计划之一。”

她告诉记者,MUJI在中国第一个设立了海外市场营销部门,也是在中国,配置了除日本总公司以外第一个商品开发团队,目前中国

已有超过3400家参展商和39.4万名专业观众注册报名

“东方之约”精彩不断 “新人进圈”寻求机遇



■ 国家会展中心(上海)南广场装饰一新,迎接即将开幕的第六届中国国际进口博览会 本报记者 张龙 摄

现地设计开发的商品已超过5000多件。前不久,MUJI总部还组织全球20位产品经理来中国订购产品。

“‘中国设计中国造’已成为现实,‘中国设计卖全球’这一美好愿景应该能成为现实,而进博会就是最佳的‘助推器’,让境内外展客商在进博舞台上看到更具活力的‘中国设计’。”

因此,MUJI首次参展进博会,就在消费品馆拿下了400平方米

的展位,以“无印之展”为主题,打造沉浸式观展体验,并邀请参观者与其“共创”一个充满创意的展位。同时,还会带来世界知名设计师原研哉与深泽直人设计的全球首发新品,以及在中国市场新开发出来的新素材,如内蒙古二郎山羊毛、黑龙江的纺织大麻等等。

“尽管MUJI是首次参展进博会,但我们很多同事,包括中国区总经理都以观众的身份,多次参观过进博会。这一次,我们终于能在

进博舞台上讲述MUJI的故事了。”邵恬宜说,为了继续深耕中国市场,近年来MUJI在市场策略、业务模式、营销手段等方面都在积极进行改变,并将这些改变在第六届进博会上一一讲述。

以进博为原点 推动高质量发展

一展“汇”全球,一展“惠”世界。五年来,一个个生动案例都证明,进博会已经成为中国推动高水

平开放的重要平台,以这里为原点,展品变商品,展商变投资商的链路更短、速度更快。

第五届进博会闭幕不久,美国科技企业亚德诺下决心赶上第六届进博会的“早班车”,在技术装备展区一口气拿下300平方米展位。首次参展的亚德诺不仅将带来多款展品和方案的中国首秀,还将重点展示边缘智能等前沿科技。

“中国大力发展数字经济,推动产业升级,以高质量发展推动中国式现代化,这为我们提供了大机遇。”亚德诺中国区销售副总裁赵传禹说。

新加坡工商联合总会执行总裁郭炳汛则在前两天透露,新加坡工商联合总会将率领56家新加坡企业参展第六届中国国际进口博览会,其中22家是首次参展进博会的“新朋友”。

首次参展进博会的Applied Total Control Treatment集团是新加坡最大的金属表面处理公司,该集团董事长Gerry Ong表示:“进博会是我们进入中国的一个窗口,希望通过这个窗口找到合作伙伴一起拓展中国的华东和西部市场。”

美国创新材料企业美利肯也将作为“新朋友”,首次参加第六届进博会,美利肯总裁兼首席执行官库克屈时也会亲临展台。今年8月,美利肯在上海揭幕了全新的亚太品牌空间,并宣布亚太化工研发中心启动扩建,通过建立灵活、有竞争力的本土供应链,为区域客户提供量身定制的解决方案。

感受到中国市场的强劲动能,近年来,美利肯引进了多项创新成果。库克透露,美利肯将在进博会上重点展示其创新技术,其中许多技术有助于推动目前所使用产品的可持续性和循环性,这也将是美利肯公司历史上首次将所有业务进行联合展示。“希望这能体现我们对中国市场的重视,并表达对整个中国社会的信心和承诺。”

本报记者 张钰芸

146批次进博展品已顺利通关入境

共计价值759.8万美元

本报讯(记者 郭剑峰 通讯员 葛金艳 陈一帆)记者从上海海关获悉,自9月21日顺利验放第六届进博会首票进境展品以来,上海海关已完成146批次、759.8万美元展品顺利进境通关放行。预计接下来的十余天时间里,展品还将密集入境参展。

本月23日,上海海关组建的首批15人驻场队伍正式入驻国家会展中心(上海),靠前服务,全方位做好第六届中国国际进口博

览会海关监管服务工作。

在倒计时100天、50天等时间节点,上海海关组建进博先锋突击队,设立党员示范岗、进博先锋岗,激励党员干部冲锋在前,扎实推进进博会展品保障服务提档升级。上海海关通过专窗“5+2”全天候保障机制,以“提前申报”“无纸通关”双服务和“一次备案、分批提交清单”“提前预约、随到随报、即审即放”等方式实现通关提质增效。同时,多渠道宣讲和解读第六届进博

会的政策,指导广大参展企业用好足海关政策,获得海外展商的高度评价与认可。

此外,上海海关坚持科技赋能,积极开展进博会科技项目研发测试,开发移动巡馆设备新功能,实现对参展食品、农产品原产地和地区准入情况自动甄别;探索构建“进博慧展”系统,通过对进境展品全链条数字化管理,实现进博会展品数据全程查、风险全程控、监管全程严、服务全程优。

食品及食品原料供应商纳入供博企业正式名单,11家因主动退出、硬件设施较差、食品安全责任落实不到位等原因未通过评估。

市场监管总局执法总队完成了进博会场馆内35家拟供餐企业的食品安全评估检查,涉及14家团体膳食外卖单位、23家集体用餐配送单位,其中2家兼有团体膳食外卖、集体用餐配送服务。经综合评估,共25家(11家团膳外卖、15家集体用餐配送,其中1家两项兼有)基本符合要求。

供博食品原料今起配送

59家企业通过供博食品安全评估

本报讯(记者 裘颖琼)记者从市市场监管局获悉,今天起,供博食品原料开始配送,10个相关区市场局已陆续派执法人员对29个发货点驻场监管,对供博食品及食品原料进行发货查验,加强快速检测,检验合格的食品装车后予以封签,全程闭环运至展馆内。

同时,市市场监管局已完成供

博食品原料供应商、供餐单位的食品安全评估工作,34家食品及食品原料供应商纳入供博企业名单、25家供餐企业通过进博供餐的食品安全评估。

据市市场监管局介绍,本届进博会共有45家食品生产经营单位自愿参与本届进博会食品及食品原料供应。34家基本符合条件的

爱国卫生与健康促进为展会“双保险” 病媒严防制 控烟勤宣教

本报讯(记者 左妍)记者昨天从市爱卫办获悉,本市把保障进博会作为提升全市爱国卫生和健康促进工作的重要契机,结合《上海市爱国卫生与健康促进条例》宣传贯彻,突出做好病媒防制、控烟管理、健康宣教等多重保障,全力以赴迎接进博会。

借鉴往年的工作经验,市爱卫办今年6月启动保障工作,会同市疾病预防控制中心、青浦区卫生健康委组织专业人员对会展中心及周边环境开展病媒生物全面摸底调查。青浦区对会展中心核心保障区及其周边环境的病媒生物进行日常监测工作。9月起,本市开展为期2个月的进博会保障爱国卫生专项行动,通过社会宣传教育、监测预警评估、环境综合治理、病媒生物消杀、监督执法检查等方式,推动各类区域及周边环境病媒生物密度控制在安全范围。

本市推进数字治理,做好重

大活动保障信息化模块建设。结合病媒生物防制管理系统建设工作,推行精细化管理保障工作机制,根据管控区域将全市划分为核心区、缓冲区、辐射区和其他区等四个区域,明确各区任务分工、保障组织架构,落实分级联动保障工作机制,组建应急处置队伍322人。

《上海市控烟标识系统和设置规范》不久前正式发布,规范设置禁烟标识、室外吸烟点标识及引导标识,进一步强化公共场所“控烟行动三部曲”,即“室内全面禁烟、室外不吸游烟、吸烟请看标识”,控烟“疏堵结合”,深入推进无烟环境建设。本届进博会明确室内禁止吸烟(包括电子烟),室外不随处吸烟,吸烟请至指定室外吸烟点。同时,在国家会展中心的“0米”层安检区外和“16米”层展区室外区域的外围,均设置室外吸烟点。此外,本市组建了拥有100名进博会爱国卫生与健康促进志愿者的队伍,并开展专题培训。