



5000万美元!

上海团“首单” 花落青浦

第七届进博会开展首日,上海市交易团“首单”花落青浦区:采购商上海诺银机电科技有限公司与参展商 HIWIN GmbH 签署了价值5000万美元的采购订单,涉及直线导轨、滚珠丝杠、晶元机器人、KK模组等产品。

“此次签约,我们深受鼓舞,对未来发展信心满满!”诺银公司法人、执行董事吴金辉告诉记者,2016年,该公司落户青浦工业园区,青浦区的各级政府、招商服务部门给予了很多支持和帮助,园区能够针对企业实际需求提供定制化的解决方案。“公平、公正的营商环境,让我们在青浦能够安心经营、放心投资。”据吴金辉介绍,上海诺银机电科技有限公司成立于2010年,专注于为半导体、汽车、3C等设备制造领域提供精密运动控制及传输的全套解决方案,目前在职工270人,其中研发人员50人,

年产值7亿元左右。

HIWIN GmbH是全球知名的传动控制产品与系统科技产品的专业制造者,产品主要包括滚珠丝杠、滚珠花键、直线导轨、单轴机器人、轴承、多轴机器人、末端效应器等。此次该公司与诺银科技的合作,将拓展其在中国的市场份额,提升品牌影响力。

作为进博会永久举办地、核心承载区,从2018年首届进博会以来,青浦区已连续七年签下上海交易团“首单”,累计首单金额达21.8亿美元。此外,会场内一批展品变成商品、一批参展商变成投资商,相关证照手续现场办妥,“进博速度”让人惊叹。“我们是承接进博会综合效应的‘近水楼台’,理应激发更强的创新活力,提升服务能力,形成更多成果,让这片热土更热。”青浦区相关负责人表示。

本报记者 杨欢



材料即申即核!

进博会参展商 “首照”“首证”颁发

第七届进博会今天开幕,上海市青浦区市场监管局为上海之函贸易有限公司和澳联特(上海)国际贸易有限公司分别颁发了本届进博会参展商的首张营业执照和首张食品经营许可证。

上海之函贸易有限公司今年在进博会上展出自印尼 Papua 岛的野生白花胶等滋补品,公司负责人表示,未来将继续深化与青浦区的合作。澳联特(上海)国际贸易有限公司的总部——澳大利亚世源会作为贸易信息交流平台、精选产品销售平台和海外供应链解决方案服务平台,除了在澳大利亚源产地自建工厂和品牌,还会挑选中国的优质产品和品牌,在两国市场进行双向推广和终端营销,年贸易额超过3000万澳元。

“首证”“首照”现场颁发,展现了“进博速度”。青浦区通过全程网办、材料即申即核等高效服务,赢得企业的赞誉。近年来,

青浦区不断优化营商环境,提升审批效率,吸引了大量国内外企业来青浦投资兴业,后期还将持续擦亮“招商百人团”品牌,组织专业招商人员进馆招商,制定投资促进路线,为展商提供全方位的服务和支持。

今天,青浦区还有3家企业获得了AEO高级认证,分别是上海美津浓有限公司、上海慧明国际物流有限公司和上海捷利货运有限公司。该认证是中国海关对高信用企业的专属名称,获得认证企业可享受海关给予的通关便利等五大类28项VIP服务措施。青浦区现有19家AEO企业,以不到0.3%的企业数量贡献了超过20%的外贸额。青浦海关从创新培育模式、探索联合激励、扶持新质生产力发展等出发,扎实推动关区AEO工作,未来将继续支持更多符合条件的企业申请成为AEO企业,享受通关便利等优惠政策。 本报记者 杨欢

青浦放大 进博溢出效应 惠及众客商

尼泊尔小哥有了“小目标” “百人招商团”日均两万步



上海青浦水城门

青浦区委宣传部供图

第七届中国国际进口博览会今天开幕,世界的目光再度聚焦进博会的永久举办地——上海青浦。老时间、老地点,“新老朋友”共襄盛举,共同为青浦区这个“现代化枢纽门户”增添发展活力。

携新品家门口参会

“今年是拜尔斯道夫第二次参加进博会,我们和进博会有着特殊的情缘,回到四叶草就像回家一样。2021年第一次参加进博会时,我说‘欢迎大家到我们家来做客’,因为进博会举办地国家会展中心(上海)这个地方,曾经是我们青浦的工厂所在地。”今年,青浦辖区内企业、德国百年护肤巨头拜尔斯道夫集团再赴“进博之约”,拜尔斯道夫中国企业事务部总经理雷开霆表示,希望借助进博会,把最新的品牌带到中国。

拜尔斯道夫集团以“细胞新生”为核心设计理念,在进博会现场打造了600平方米的“拜尔斯道夫创新实验室”。其中,全新高端草本花妍品牌香缇卡首度进入中国市场,高奢护肤品牌莱珀妮携全系列新品首度亮相进博会,以尖端科技为消费者带来新体验,德国百年创口及疤痕护理品牌汉莎也首次参展,展示其独特的创口护理技术。

留在青浦不走了

“首发”“首展”不只是在场馆内“昙花一现”,与进博会主场馆国家会展中心(上

海)一路之隔的绿地全球商品贸易港,成为诸多进博会展品落地展示的“家”。“如果问我哪个平台能帮助我们最快速打开中国市场,我的回答一定是进博会!”绿地全球商品贸易港尼泊尔进口馆负责人 Frank 表示,从最开始的试水进博会,到如今在绿地全球商品贸易港的365天常设展厅,进博会让中国大市场一步步成为尼泊尔的“大机遇”。4年前,首次参加进博会的尼泊尔贸易公司“Himalaya threads 喜马拉雅线”是一家仅有几名员工的小企业。4年后,他们有了自己的“小目标”:到2030年,要让尼泊尔的围巾遍销中国各省份。

“第一次参加进博会时,9平方米的尼泊尔展位只有2名工作人员,产品只带了尼泊尔的手工羊绒衫。没想到,第一天就收获了1000件的订单。当时是一名武汉的商家下单,后来我们每年都有订单往来。”Frank表示,首次参展时所有展品被一抢而光,两部手机都加满了微信好友,这给他带来极大的信心,毫不犹豫地提前锁定了第二年进博会展位。

近水楼台先得月

进博会是开放的平台,全球企业在这里相互交流、合作共赢,“参展商变投资商”的发展故事在青浦不断续写。近水楼台先得月,青浦抓住机遇,打造了9家“6+365”常年展示交易平台,集聚30多家贸易机构以

及76个国家与地区的180多家客商入驻,2023年实现税收约6亿元。围绕大数字、大健康、大商贸三大核心功能,青浦正全力打造全球高端进口资源要素配置新高地、高水平对外开放新窗口、区域协同发展新引擎。

“日均两万步,白天在展馆走访,晚上继续在线上对接重点客商,我们每天都在和时间赛跑。”青浦区进博“招商百人团”成员张雨尘说。为配合第七届进博会招商招展,青浦区徐泾镇精选招商、外语、金融相关青年骨干,联合楼宇平台组建了招商团,在进博会期间,重点围绕食品、技术装备、医疗器械和创新孵化领域开展招商工作。在进博会筹备阶段,徐泾镇针对参展商和采购商的需求开展了深入调研,制定精准有效的工作方案。发动经济小区及各村居积极动员镇内企业参与进博,完成企业注册179家、专业观众注册2269人。

“上海之源”再蝶变

本届进博会期间,青浦区其他部门为企业与客商提供多维度的服务保障。比如,青浦区市场监管局“高阳工作室”提供“一对一”精准对接及“组团式”跟踪指导;青浦区税务局将继续在馆内设置税务专窗,跨前提供专业的涉税服务;青浦海关将继续开设专用窗口和通道,指导和服务参展企业“展品变商品”,并积极开展AEO政策宣讲和服务;青浦区经委将继续发放企业服务包,为拟落户企业提供一站式服务;中国银行等金融机构将继续提供量身金融方案,积极支持各类境外企业“走进来”“留下来”。

“作为‘上海之源’,青浦开拓进取、海纳百川的精神一以贯之。”青浦区委书记徐建说,6000多年前,就是在青浦,上海最早的先民在这片土地上繁衍生息,孕育出开放包容的崧泽文化;唐宋时期,位于白鹤镇的青龙古镇成为“上海第一港”,在海上丝绸之路中占据重要地位;如今,国家会展中心(上海)作为全球最大会展中心之一迎“八方客”,年展览规模突破700万平方米……面临各种机遇、各项挑战,青浦已做好再次“蝶变”的准备。 文/杨欢



今天,第七届进博会开幕。2024上海青浦城市软实力宣传片《机遇中国·新青浦》系列之第一集《乐业在青浦》今天全球首发,向全世界展示一个正在加快建设现代化国际大都市的枢纽门户的新青浦。

本季青浦城市软实力系列宣传片共三集,分别围绕“乐业在青浦”“宜居在青浦”和“圆梦在青浦”三大主题,面向未来,面向全球,推介青浦城市品牌,全维度、立体化地展示青浦的城市软实力。

青浦城市软实力系列宣传片由中共青浦区委宣传部、青浦区人民政府新闻办公室、新民晚报社联合制作。今起,该系列宣传片在新民晚报App、“上海时刻”视频号、新民晚报抖音号,“绿色青浦”官方微博及微信、App、视频号、抖音号等新媒体平台陆续首发,在今日头条、腾讯新闻、网易媒体号、百度百家号等平台同步转发,并在境外主流网站和新媒体同步发布。

本报记者 杨欢
海报设计 顾莹颖

《机遇中国·新青浦》今全球首发