



按一年计意向成交额800.1亿美元

第七届进博会成交活跃,比上届增长2.0%

第七届进博会成交活跃,按一年计意向成交金额800.1亿美元,比上届增长2.0%。上海交易团累计意向成交金额101亿美元,同比增长6.3%,连续七年位列地方交易团首位。记者从昨天下午举行的第七届进博会闭幕新闻通气会上获悉,截至11月10日中午12时,本届进博会累计进场85.2万人次。在办好第七届进博会的同时,第八届进博会筹备工作已全面铺开,新签下届企业展的展览面积超10万平方米。

汇集全球新品好物

本届进博会国家展汇聚了来自五大洲的77个国家和国际组织,展览面积3万平方米。法国、马来西亚、尼加拉瓜、沙特阿拉伯、坦桑尼亚、乌兹别克斯坦担任主宾国。贝宁、布隆迪、莱索托、马达加斯加、纳米比亚、挪威、斯洛伐克等7国和联合国儿童基金

会首次参展。企业展则继续保持36万平方米的超大规模,共有129个国家和地区的3496家企业参展,186家企业和机构成为七届“全勤生”,充分体现全球企业对中国经济发展的信心和中国超大规模市场的吸引力。

作为推动高水平开放的平台,进博会每年都汇集来自全球的新品好物。今年,跨国企业带来450项新产品新技术新服务首发首展,包括100多项全球首发、40项亚洲首展、200多项中国首秀,积极助力“首发经济”,激发消费新动能。39个政府交易团和4个行业交易团组织注册专业观众超过43万,同比增长4%。

第七届虹桥论坛的国际化成色足,助力全球开放合作的动能更强劲。300多位政商学界权威嘉宾参加论坛研讨,境外机构发言嘉宾占近一半。7位诺贝尔奖、图灵奖、非

尔兹奖得主等顶尖学者,11位院士及学部委员,众多外企全球高管和副部级以上嘉宾深入研讨、碰撞思想、贡献智慧。论坛注册总规模超过8600人。

“以人为本”增添暖意

“第二届进博会期间,习近平总书记在上海考察时首次提出人民城市理念。五年来,上海将人民城市理念的深刻内涵赋予进博会服务保障,为第七届进博会提质升级,以人民城市的‘以人为本’底色增添了展客商服务的暖意。”上海市人民政府副秘书长、进博会城市服务保障领导小组办公室副主任刘平在通气会上表示。

人民城市的精细化管理“绣”出了展会保障的卓越品质。在展会现场,依托上海出入境“直连平台”实体窗口,境外人员服务站累计为外籍展商签发多次入境商贸、访问

签证74证次,办理停留居留证件211证次,对有意留沪工作、创业的外籍展商提供出入境办证、驾照办理等服务3726人次。

寓智能于服务,海关“进博慧展”管理系统采用“中心+现场”的展会智慧监管模式,为全球好物的“进博之旅”保驾护航,共验放境外展品486批次。融数据于管理,运用空间计算技术搭建了进博会分析模型,实现全时段、各展区客流的精准统计分析,显著提升了展客商观展效果。

第七届进博会的溢出效应继续放大。上海交易团组建了涵盖线上、线下两个渠道,由跨境电商、零售商、贸易服务商、展示展销平台等相关企业组建的采购商联盟,采购商总人数超过11万。第七届进博会上海交易团累计意向成交金额101亿美元,同比增长6.3%,连续七年位列地方交易团首位。

本报记者 张钰芸



成交额之外,溢出的是无限商机

方翔

一粒“大白兔”能卖多少钱,一克黄金还能提升多少“含金量”……在昨天结束的第七届中国国际进口博览会上,许多我们熟悉的产品带来了新的惊喜。在按一年计意向成交金额800.1亿美元之外,第七届中国国际进口博览会溢出的是无限商机。

进博会展示了中国坚持对外开放、加强国际合作的决心和行动。通过展会,中国向世界传递了开放、合作、共赢的信号,吸引了更多国家和企业与中国开展经贸合作。同

时,进博会促进了中国与其他国家在科技、文化、教育等领域的交流与合作。在今年的进博会上,“大白兔”与头部潮玩IP“Robbiart”合作,联名手办在进博会首次亮相,并将通过美国拉斯维加斯顶尖潮流展进入全球视野,在焕新“大白兔”的同时,打破潮流边界。进博会搭建起全球企业相互交流的平台,让企业能敏锐捕捉市场机会。

进博会上展示的全球优质展品,通过与中国市场的深度对接,成功转化为商品,满

足了消费者日益增长的高品质生活需求。有不少商品已连续7届参加进博会,如复星医疗器械旗下EOS全身骨骼三维建模成像系统等。这些企业对中国市场长期看好,愿意通过进博会这一平台深入了解中国市场需求,拓展在华业务,实现共赢发展。

进博会的双向奔赴展示了全球化与中国本土化发展相结合的成功案例。中国企业注重与本土市场的深度融合和创新发展,实现了“引进来”与“走出去”的良性循环。

老凤祥和高达联名的“高达”黄金立像亮相进博会人文交流活动展区“上海馆”,以创意提升了黄金的“含金量”。类似结合将有助于提升中国经济的国际竞争力,也为全球企业之间的合作树立了典范。

最新统计数据显示,前六届进博会溢出效应指数6年增长169%。我们有理由相信,第七届进博会的成功举办将让溢出效应加速释放,多元化的溢出效应也将使进博会的影响力变得更加广泛和深远。

“青春之歌”已在这里唱响七年

“小叶子”昨夜暂别“四叶草”相约明年进博会

如果你忘了青春是什么模样,那么你一定要在每年的中国国际进口博览会闭幕之际,到国家会展中心(上海)东登陆厅长廊步道上走一走、听一听。那里,集中了上海各高校最有活力的一群年轻人,也有来自港澳台地区的大学生。在为进博会服务一周后,昨晚,这群名为“小叶子”的志愿者迎来了专为他们而设的离岗仪式,在歌声和灯牌中与“四叶草”暂别,与明年相约。

这样的金秋之约,已经延续了7年。来自团市委的统计数据 displays,7年来,累计有3.4万余名“小叶子”服务进博会。

“我们学校很多同学是工科专业,不太擅长表达。参加志愿服务后,明显感觉到他们待人接物、与人沟通的能力提升了。”上海应用技术大学带队老师陈贝妮连续7年陪伴“小叶子”服务进博会。

交换各校徽章是“小叶子”之间最有仪式感的事情,也成为他们迅速和参展商、工作人员拉近距离的最佳手段。离别时刻,胸前上满满当当的徽章如同勋章般闪耀。“看,今年的这枚志愿者激励徽章是我设计的!”上海出版印刷高等专科学校女生戴嫣指着一枚蓝色的徽章说,完全没想到自己的作品能够从众多设计稿中脱颖而出,也坚定了自己对专业的选择。

作为一名服务了5年进博会的“小叶子”,复旦大学计算机专业博士生陈璐璐的胸前却空荡荡的。对此,他解释道:“我在中国馆服务,这里人流量大,如果有人来交换徽章,可能会耽误时间,我就全取下来了。”



「小叶子」们挥手告别「四叶草」

本报记者 张龙摄

陈璐璐告诉记者,多年来,做“小叶子”已经成为了自己的一种习惯,同时也让实验室里很多学弟学妹心生向往。“明年我可能不能以学生的身份来当‘小叶子’了,但我相信一定还会有其他方式服务进博会。”陈璐璐说。

今年,69名来自港澳台地区的“小叶子”加入了志愿者队伍。香港台山商会中学“小叶子”萧嘉欣今年读高二,是这些人中年龄最小的一个,在“小叶子”之家为志愿者做好保障。“看见热情的哥哥姐姐们,我将来也想

像他们那样能干,也可能会考上海的大学。”萧嘉欣说。

“夜空中最亮的星,请指引我靠近你……”得到现场乐队主唱的许可,上海海关学院男生吴东蔚和韩卓宸在同学们的欢呼声中“抢麦”成功。一曲唱罢,他们带着大家大声喊出志愿者的宣言:“向前进,博青春,为进博,一起来!”“明年一起来!”“好,一起来!”一周的疲惫,在他们的笑容中,在热情的约定中,一扫而光。

本报记者 陆梓华

本报讯(记者 杨欢)第七届进博会昨天落幕。今天上午,青浦区举行新闻发布会,介绍服务保障第七届进博会总体情况。

第七届进博会青浦交易分团注册单位3534家,注册专业观众20038人,专业观众注册数超过往届规模;青浦交易分团意向采购金额为4.42亿美元,采购商品不仅涵盖食品、美妆等消费品,更向工业自动化与机器人、能源低碳及环保技术等产业高端转移,采购质量显著提升。

今年青浦“招商百人团”共计445人,其中社会力量110人。进博会期间,“招商百人团”累计对接企业1255家(次),青浦区市场监管局“四个圈层”服务进博工作站累计落户企业167家。

在交通保障方面,青浦区配套停车场14个,在进博会期间累计停放车辆约2.6万辆次,较去年增加1.5万辆次。停车场接驳线3条,班车30辆,累计运营约1200班次。同时,首次投入警用无人机护航展会安保。进博会期间,国家会展中心(上海)周边区域报警类、纠纷类、交通秩序类110警情同比分别下降26.2%、12.3%、6.1%。

助进博会这张“金名片”越来越亮,青浦推动全区开放能级提升、服务品质提升、治理水平提升、溢出效应提升,并将持续做好“后进博”大文章,为加快建设现代化枢纽门户提供更加坚实的保障。

青浦在采购、招商、交通保障等方面下功夫
助进博会「金名片」越来越亮