



第八届进博会



# 不仅“进”宝，也能“淘”宝

方翔



新民眼

在进博会的观众中，有一群特殊的人，他们不满足于仅仅采购商品，而是将目光投向了更深层次的合作。他们关心展商的技术实力、创新能力以及产业布局，期待通过与展商的深度交流，为破解自身产业发展瓶颈、培育新兴产业寻找合作方向。

进博会，不仅是商品与资本流动的枢纽，更是梦想与机遇交汇的舞台。在今年进博会的珠宝展区，来自上海国际珠宝时尚功能区建设专项工作组的工作人员与意大利参展商，就在上海投资设立一家店铺进行了交流，并介绍了位于市中心保税仓库的特点。

这一交流过程，不仅仅是简单的商业洽

谈，更是产业资源与市场需求的精准对接。对于意大利参展商来说，上海庞大的消费市场、完善的产业链配套以及政策支持，为他们拓展中国市场提供了难得的机遇；对于上海国际珠宝时尚功能区而言，引入国际知名品牌和先进技术，有助于提升区域产业的竞争力和影响力，推动珠宝产业向高端化、国际化方向发展。这种双向的互动与合作，正是进博会多元价值的生动体现，也为其他领域的产业合作提供了可借鉴的模式。

进博会打破了传统展会的“一次性交易”逻辑，构建了“展品—商品—产业—生态”的闭环转化链条。当参展商从“试水中国市场”转向“扎根中国生产”，全球价值链的地理分布与利益分配格局被深刻改写。首届进博会上，新西兰纽仕兰作为长宁区

首批贸易便利化试点企业之一，在“验放分离”和“边检边放”的创新监管模式下，进口鲜奶物流通关时间从8天缩短至72小时，企业也加快了布局中国的速度，在中国完成多笔投资，这正是进博会溢出效应持续释放的生动案例。

进博会的溢出效应，能让区域经济通过差异化定位实现功能互补。今年进博会开幕首日，日喀则市委副书记、常务副市长、上海市第十一批援藏干部联络组组长沈敏带队，组织日喀则政府相关部门及近20家企业代表开展专项洽谈对接活动，他们团队走访立邦、GE能源、力拓集团、杜邦等全球技术领军企业展台，深入交流技术创新路径与应用场景建设。当企业因良好的营商环境选择扎根，其带来的不仅是资

本与税收，更是技术溢出、人才集聚与产业升级的“乘数效应”。

进博会在上海，为中国，惠全球。进博会期间，连云港在上海举办多场产业对接活动，连云港有关领导还实地考察了生物医药、石化、新材料、安防产业以及粮油加工等方面的企业、科研院所，并与负责人围绕加快项目建设、科技成果转化落地、共建全链条产业等方面深入交流，希望与企业建立长期、稳固、互信的战略合作关系，在更高水平、更深层次、更宽领域达成更多务实合作、结出更多丰硕成果。

进博会的魅力，也是中国市场的魅力。进博会不仅“进”宝，更能“淘”宝。无论是企业，还是政府，都可以以这场“不一般的展会”为支点，撬动更广阔的未来。



## 上海交易团「购物车」装满全球好物

第八届进博会展期过半，上海交易团开启集中采购模式，掀起“买买买”热潮。消费升级需求，上海交易团联动旗下零售联盟及各类采购主体，对接全球优质供给，采购覆盖民生多个核心领域，以丰富订单与合作意向彰显展会实效，让进博会的贸易成果持续落地。

### 围绕大健康 买产品也买服务

今天上午，作为第八届进博会配套现场活动，由百联集团主办的上海交易团大型零售采购商联盟集中采购签约仪式在国家会展中心(上海)举办。百联集团携大型零售采购商联盟成员企业与来自美洲、欧洲、大洋洲、亚洲等国家和地区的厂商及品牌商代表进行集中签约，采购涵盖食品家居、美妆个护、医疗器械等多个民生领域。

大型零售采购商联盟着力提升进博采购成交成效，持续增强进博会“磁吸力”。自第八届进博会开展以来，据不完全统计，零售联盟会员企业已有54个项目达成了采购意向，其中25个项目在现场集中签约。今年，大型零售采购商联盟还新增了百联青浦奥莱、好特卖、杂物社三家会员企业。会员规模从2018年成立之初的21家扩展到43家。

截至目前，本届进博会百联集团相关成员企业已有28个项目达成了初步采购意向，其中13个项目在现场集中签约。联华股份与百事食品、益海嘉里、迈大、正大集团、纽澜地、联合利华等企业达成合作意向，“购物车”里是满满的健康食品。“连续八年在进博会上采购，我们已经和参展商们发展成了战略合作伙伴。”联华股份总经理王晓琰表示，从最开始的采购“新奇特”，到如今深入源头基地，围绕高蛋白、多巴胺、药食同源等概念，引入低糖低盐高纤维的进口健康食品，更好地满足消费者的健康需求。

第一医药与诺德、欧姆龙签约，在创新药物引进、健康产品服务等多方面拓宽合作维度。“除产品采购之外，今年我们将携手诺和诺德在南京路上的第一医药商店四楼，打造上海首家健康体重管理体验区——‘轻盈小屋’，助力有体重管理需求的人群实现科学、安全、可持续的减重目标。”上海第一医药股份有限公司总经理姚军表示，药店集诺和诺德DGI代餐食品、辅助器材等减重系列产品，健康监测仪器及专业咨询服务于一体，未来双方将进一步探索合作模式。

签约现场，百联股份携手欧莱雅、雅诗兰黛、资生堂三大知名美妆集团，实现营运、品牌、信息等资源共享，同时深化与三共生兴的

合作，不断将首发新品引入中国市场；三联公司与强生视力健开展深层次交流与合作，聚焦高品质隐形眼镜产品和相关服务。

### 切入原产地 直采模式更高效

第八届进博会，叮咚买菜继续派出100多名买手参展，并陆续达成多个合作意向，预计能将多款高品价比的海外美食带到线上，让更多中国家庭消费者享受到全球美味。

11月6日，叮咚买菜与澳洲知名乳制品品牌Bulla在进博会上签订了直采协议，约定将于明年采购至少500万元的乳制品商品。“今年夏天，叮咚买菜尝试引入Bulla数款经典的冰淇淋和酸奶产品，一上架就成为平台的热销款。”叮咚买菜相关负责人表示，在本届进博会上，双方洽谈升级了直采模式，未来可以用更高效的链路，通过线上平台为国内消费者带来原汁原味的澳大利亚奶源乳制品。

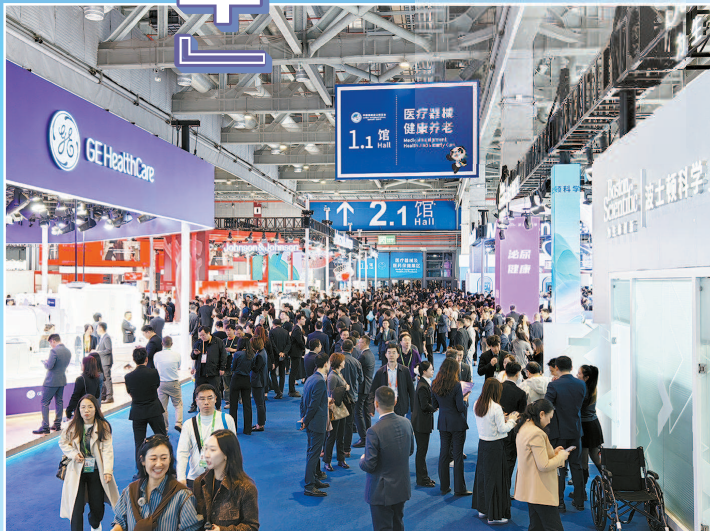
叮咚买菜还将目光投向来自全世界、全品类的美食。在本届进博会期间，其还和长期合作伙伴新西兰银蕨农场、上海天萃庭共同签订超1亿元的新西兰牛肉采购订单，进一步加大从新西兰优质牧场引进天然草饲牛肉的规模，让瘦多肥少、整肉原切的新西兰小公牛直达消费者餐桌。

在东南亚展商合作方面，叮咚买菜计划未来一年冷冻榴莲的采购量增加1倍，达到行业头部采购规模，另外还会增加对特色东南亚小众水果的引进数量，比如芭蕉、龙宫果、小菠萝、马哈查诺芒果等等。

“叮咚买菜已经连续8年参与进博会，深刻感受到进博会所起到的‘链接效应’。接下来我们希望用数字化新零售的运营经验，帮助进口商品快速走进中国家庭。”叮咚买菜副总裁、澳洲项目负责人胡佳琪现场表示。

过去一年，叮咚买菜平台上仅澳洲进口商品总销量就同比增长了近50%，未来预计还将持续保持增长。11月7日至30日，“丝路云品”澳大利亚主题日活动开启，平台用户可以进入“澳洲直达”频道，选购丰富多样的澳洲本土商品。

本报记者 张钰芸 通讯员 闫锦



■ 第八届进博会医疗器械和医药展现场人头攒动

本报记者 刘歆 摄