

# 进博会今日开幕，六大看点带你先睹为快

新华社上海11月3日电(记者杨金志、杨有宗、王雨萧)11月4日,第三届中国国际进口博览会暨虹桥国际经济论坛开幕式将在上海举行。在新的国际国内形势下,第三届进博会有哪些看点值得关注?

## ▼看点一 “进博会朋友圈”扩大,参展企业质量更高

尽管受到全球新冠肺炎疫情等不利因素影响,但各国企业参展积极踊跃,第三届进博会总展览面积比上届扩大近3万平方米。

与此同时,世界500强及行业龙头企业积极参展,回头率超过70%,美国福特汽车、法国路易达孚、美国高通、瑞士罗氏等均连续3年参展。

中国国际进口博览局副局长孙成海说,世界500强和行业龙头企业参展数量达到往届规模,众多企业将进行“全球首发、中国首展”,展品和服务体现国际一流水平。

美国高通公司中国区董事长孟樸说,今年进博会更具特殊意义,高通将借助进博会平台进一步推进与中国伙伴的合作,围绕技术研发等开展协同创新。

新朋友也不断加入“进博会朋友圈”。今年首次签约的全球著名精品工业集团历峰,拿下500多平方米的展览净面积。首度参展的优衣库母公司迅销集团,签下1500平方米的展位。

首次参展进博会的商业地产服务商世邦魏理仕中国区总裁李凌说,进博会不仅促进贸易往来,也积极带动投资;不仅提供商品进口,也帮助企业获得服务。“参加进博会是我们提升知名度、扩大业务的好机会。”他说。

据介绍,还将有30个最不发达国家参展第三届进博会,展览面积超过4000平方米。

## ▼看点二 六大展区“硬核”展品吸睛

第三届进博会共设立六大展区:食品及农产品展区、医疗器械及医药保健展区、服务贸易展区、消费品展区、汽车展区、技术装备展区。

技术装备展区“硬核”展品密度高。该展区展示的约翰迪尔8R拖拉机,配备专属6缸9.0升24气门高压共轨发动机,被称为“最

强劲的拖拉机”之一;维特根就地冷再生机可一次性再生3.8米宽、0.3米厚的沥青路面,施工效率极高,被业内称为“最高效路面维修设备”;贝克休斯AutoTruck钻井工具用于陆地及深海油气开发,可实现最长3000米水平钻井。

在汽车展区,世界前七大整车集团悉数到场。丰田氢燃料电池版柯斯达商用车、全碳纤维超级跑车-Apollo IE、氢燃料重型卡车XCIENT将在这里和采购商及参展观众见面。

## ▼看点三 四大专区紧扣市场热点

第三届进博会新设公共卫生防疫、节能环保、智慧出行和体育用品及赛事等4个专区。

公共卫生防疫专区展示了国际先进公共卫生防疫产品、技术、服务,包括前期防护产品口罩、防护服、消杀产品等,中期的检测试剂、CT机等检测类产品,以及ECMO(体外膜肺氧合)、呼吸机、急重症监护等治疗阶段产品。据统计,该专区展示的博毅雅呼吸机,有超过8000台投入到全球抗疫中。

新冠肺炎疫情对体育产业发展有一定影响,但危中有机,全民对健康生活方式的重视和追求也催生出新机遇。运动品牌耐克今年首次亮相进博会,耐克体育(中国)有限公司大中华区高级活动市场总监林思颖说,耐克将着重展示其在零废弃和零碳排方面的探索和实践。

## ▼看点四 采购商达40万人,结构进一步优化

按照进博会疫情防控要求,国家会展中心(上海)馆内人数不得超过最大承载量的30%。上海市政府副秘书长、进博会城市服务保障领导小组办公室主任尚玉英介绍,第三届进博会入馆人数规模因此大大压减,但今年专业采购商报名仍十分踊跃,达到40万人,共组建39个交易团、近600个分团,注册单位11.2万家。

报名注册的采购商中,年营业额10亿美元以上的达到2238家,年进口额1亿美元以上的有近1400家。从行业结构看,制造业、批发业和零售业企业采购商占比排名前三,分别为30.6%、16%和8.2%,这与进博会展区行业设置匹配度较高。从

企业性质看,境内企业中,有5.35万家为民营企业,占比超六成。

## ▼看点五 线上与线下结合,商业与文化交融

进博会交易的是商品和服务,交流的是文化和理念。4日晚,虹桥国际经济论坛将采用线上+线下的方式举行,围绕“同舟共济应对挑战、开放合作共享未来”主题,共话常态化疫情防控下全球经济合作。

孙成海介绍,虹桥国际经济论坛将打造成共同维护多边主义的重要公共平台,为世界提供更好的国际公共产品。

第三届进博会还将举办上百场高规格、高水平、高质量的配套活动,增加国家级步行街、中国旅游等人文展示项目。意大利将带来首个境外人文交流展示活动,展现该国55个由联合国教科文组织认定的世界文化遗产。

## ▼看点六 强化疫情防控,严格管理食品冷链

进博会前后,强化疫情防控,对入境参会人员严格落实闭环管理。按照《第三届中国国际进口博览会新冠肺炎疫情防控工作总体方案》,参展参会人员入境前,落实为期14天的自主健康监测;入境时,落实100%健康申明、100%体温检测和100%核酸检测;入境后,在指定宾馆实施为期14天的集中健康隔离观察,并在第5天和第12天分别进行核酸检测。

不只是入境人员,所有参展参会人员、展馆内工作人员也将全员核酸检测,在首次入馆时必须具备7天内有效的核酸检测阴性证明。

和往届进博会不同,今年进博会展馆内将不零售冷冻生鲜食品,禁止试吃未经“全熟加工”的冷冻生鲜食品。同时,规范进口冷链食品采样、监测和消毒工作,强化冷链食品全链条防控,关键岗位人员核酸检测“应检尽检”。

上海市卫生健康委主任邬惊雷说,进博会期间,要求参会人员每天开展自主健康监测,进入展区后全程佩戴口罩,保持安全社交距离。

(参与记者:周蕊、龚雯、杜康)



志愿者们  
整装待发



▶ 11月3日,来自上海电子信息职业技术学院的志愿者在展馆投入工作前合影。据了解,上海电子信息职业技术学院共选派110名志愿者参与第三届中国国际进口博览会志愿服务工作。志愿者将参与交通引导、来宾接待、服务引导、综合协调等工作。

新华社记者  
王建华摄

# 医·食·住·美,进博会“吹”来消费升级风

本报记者姚玉洁、周蕊、孙青、何欣荣

第三届中国国际进口博览会4日在上海开幕。随着我国加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,这一全球首个以进口为主题的国家级博览会正在发挥日益重要的作用。医、食、住、美,每个微小的变化背后,都是一个开放的音符,他们共同合奏成为一支“开放之歌”。

## 医:健康守卫者“加速跑”

早早“一位难求”,展区一再扩容,医疗器械及医药保健展区堪称进博会上最“火爆”的展区。以进博会为起点,一支支疫苗、一个个药品、一台台医疗器械乃至“看不见”的医疗服务,都在“加速跑”,日渐成为中国居民健康的守卫者。

第二届进博会上,知名药企葛兰素史克带来了在中国首个获批的带状疱疹疫苗“欣安立适”。会后,这支疫苗开启了落地中国的“加速度”之旅。

葛兰素史克中国区疫苗业务负责人孙蕾介绍,“欣安立适”在今年6月正式上市,中国是全球第五个上市的国家和地区,这得益于中国的快速审批。目前,带状疱疹疫苗已在全国10多个城市上市接种,持续向全国推开。

首届进博会上,跨国医疗器械巨头美敦力推出明星产品——“世界最小心脏起搏器”Micra。第二届进博会上,Micra正式上市,迄今已完成700多例手术植入。Micra第二代产品——双腔起搏系统,即将在第三届进博会上亮相。

以进博会为起点“加速跑”的,还有“看不见”的云端医疗服务,更多的全球医药企业正在加速进入中国。

在第二届进博会上,瓦里安医疗展示了基于5G的放疗云系统“智云互联”。通过进博会平台,这一系统走进200多个中国城市,帮助上下级医院在云端实现互联。

“进博会是一颗‘定心丸’,给了我们继续扎根中国发展的强烈信心。”瓦里安全球资深副总裁兼大中华区总裁张晓介绍,企业在疫情期间仍加码投资中国。第三届进博会上,企业将带来

ProBeam360紧凑型单室质子治疗系统的“亚太首发”,以及被用于肝癌介入化疗载药微球的“中国首发”。

国家会展中心(上海)进口博览会展览部总经理助理王斌杰介绍,三年来,医疗器械及医药保健展区有了不少“忠实粉丝”,包括默沙东、礼来、阿斯利康、罗氏等企业都已与中国国际进口博览局签订了未来三年的参展意向书。

## 食:环球美食这样“跳”上你的餐桌

新西兰牛奶、法国牛肉、西班牙火腿、日本酱油……中国居民餐桌上的“新面孔”越来越多。开放政策的支持,贸易便利化措施的不断完善,“进博会效应”持续呈现,“舌尖上”的变化,讲述着中国新开放故事。

首届进博会上,来自新西兰的纽仕兰鲜奶成了“网红产品”。从新西兰牧场到中国超市,它们经历一段跨越南北半球的奇妙旅程,耗时仅约72小时。

“以前通关需要8天,上货架的时候鲜奶的保质期都已经过了一半。”新西兰纽仕兰乳业亚太区首席执行官盛文灏说,贸易便利化改革后,通关速度加快,纽仕兰鲜奶进口量从原先每周的3000瓶扩大到30000瓶,尤其是进博会以后,最高每周销量达到80000瓶,是贸易便利化之前的26倍,是进博会之前的2倍多。

纽仕兰分享到的,不仅是中国优化营商环境、贸易便利化的红利,还有以进博会为“跳板”进入中国广袤经济腹地的机遇。现在,纽仕兰的产品销售到了黑龙江漠河、宁夏平罗等地。

今年,纽仕兰早早就约第三届进博会,并将参展面积扩“大”一倍,持续加码对中国市场的投入。也正是在“中国红利”促动下,纽仕兰全球研发总经理罗伊·范登克即使在需要隔离14天的情况下,也要前来中国参加进博会,“进博会给纽仕兰带来了太多机遇,我实在不能错过。”

国家会展中心(上海)进口博览会展览部副总经理周伶彦介绍,第三届进博会食品及农产品展区将启用三个展馆,已吸引近百个国家和地区的上千家企业参展,其中世界500强及行业龙头企业近30家。

## 住:我家来了“新朋友”

完美的家居生活,并不在面积多大,也不在有多豪华,整洁有序、舒适实用是许多人的追求。以进博会为桥梁,人们家里的“新面孔”越来越多,这些“新朋友”讲述着消费升级的“中国故事”。

“中国是宜家在全球最重要的市场之一。”宜家中国企业文化传播及公共事务副总裁霍若琳说,宜家将在第三届进博会上首次设置的节能环保专区亮相。

“中国拥有巨大的消费市场等有利因素,我们对中国市场拥有强烈的信心。”松下电器中国东北亚公司总裁CEO本间哲朗说,在第二届进博会后,松下加速健康养老和生鲜食品供应链的项目落地,加快推进松下独有清洁技术的市场化。松下还在嘉兴、广州、苏州等地加大投资,并扩充其位于大连的软件公司。

本间哲朗说,在第三届进博会上,松下将推出松下智感健康空间概念,并展示其在清洁技术和非接触设备上的先进科技。

## 美:进博会风尚 美美与共

“开风气之先”,是世界对上海的鲜明印象。在进博会上,消费品展区向来是最受关注的展区之一,这里的全球展品们,正在呼应中国居民对美好生活的追求。

悬挂在空中的巨型羽绒服,分颜色陈列的最新服装系列……首次参展进博会的优衣库一口气拿下了1500平方米的展区,是第三届进博会上的“展王”。迅销集团全球资深副总裁、优衣库大中华区首席市场官吴品慧介绍:“今年3月以来,优衣库大中华区销售额已经恢复到去年同期的水准。”中国是优衣库在海外的第一大市场,从6月到10月,优衣库开出了40多家新门店,未来希望加速下沉到更多的二三线城市,深耕中国市场。

中国国际进口博览局相关负责人介绍,第三届进博会消费品展区展览面积9万平方米,远超规划面积,聚集了全球的800多家企业,其中世界500强及行业龙头企业30多家,将打造世界品牌集聚地、全球新品首发地及国际潮流引领地。

## “进宝”戴上口罩

## 严谨不失热情

“进宝”是中国国际进口博览会的吉祥物。3日,记者探访即将开幕的第三届进博会举办场馆国家会展中心(上海),发现这只可爱的大熊猫戴上了口罩。

在场馆入口处的海报板上,一只“进宝”用两只手压紧脸上的口罩,憨态可掬的形象配合着头顶的两行中英文提示:“全程规范佩戴口罩”“保持安全社交距离”。

在场馆入口处的测温区旁,还立着一块特殊的标识牌,上面印有“体温异常人员离场通道”字样。

戴上口罩的“进宝”,说明了2020年新冠肺炎疫情全球暴发的特殊年份背景,也表明了作为进博会东道主的中国对待疫情的严肃认真态度。但是,戴上口罩的“进宝”,并没有让人心生紧张,反而从其严谨而可爱的形象中感受到中国拥抱世界的热情。

来自海关的信息显示,按照联防联控机制和疫情防控总体要求,对参展第三进博会的入境人员,海关实施100%核酸检测,确保“检得快”;并与上海卫生部门一起,同步开展平行检测,确保“检得准”,为严防疫情输入加上“双保险”。

同时,在继续保持前两届进博会各项通关便利化措施基础上,海关今年对于参展人员进出境,推出了“智慧旅检”,推广进境人员健康申报电子化,并扩大进境托运行李物品“先期机检”试点,让旅检“无感通关”,提升了旅客入境通关效率。

以海关为代表的口岸疫情防控和进博会便利化举措,是眼下上海各行各业全力以赴迎接第三届进博会的一个缩影,也是对戴上口罩的“进宝”严谨而不失热情的真切阐释。

在进博会新闻中心一角,记者看到一本《张文宏教授支招防控新型冠状病毒》小册子,与众多有关中国改革开放与上海城市发展最新的书籍放在一起;供媒体记者取用的口罩旁,是进博会组织者安排的丰富多彩的上海采访线路报名表。这些信息表明,直面新冠肺炎疫情严峻考验,进博会正在特殊时间开启一个全球合作的窗口,这是中国为世界创造的难得机遇。

(记者吴宇、荀伟、杨恺)

新华社上海11月3日电

迈向开放新征程  
共创合作新局面