

# 进程已过半，聚焦进博会五大亮点

新华社上海11月8日电(记者杨金志、何欣荣)第三届中国国际进口博览会进程已经过半。展示体验精彩纷呈，采购签约高潮不断。这场疫情背景下的盛会，和过往两届有什么不同?新华社“新华视点”记者现场体验，带你发现第三届进博会的“高光点”。

## ▼亮点一 “首发首展”新品达400多项

从红心奇异果到家用定制化妆品，从最尖端的医疗器械到最高效的燃气发电技术……第三届进博会开幕以来，新品发布区高频“上新”。据不完全统计，进博会上“首发首展”新品达400多项。

“第一届不知道进博会是什么，第二届抢着报名参展，第三届掏箱底也要把最好最新的产品送到进博会。”很多展商都有这样的感慨。

只需5秒，一张废纸变身崭新再生纸。技术装备展区，爱普生的无水再生纸系统一亮相，就吸引了众多目光。

爱普生展区现场负责人介绍，这套“打印—再生—打印”的闭环解决方案，为全球首创，在进博会上进行亚洲首发。“进博会开幕以来，我们已经接待了很多省份的采购团，不少政府部门对这台设备很感兴趣。”

通用电气是进博会的“三朝元老”。第三届进博会上，通用电气不仅首次以双展台形式参展，还带来了“三大首展、两大首发”，包括通用电气最高效的燃机、单机容量最大的陆上风机。

让中国市场成为世界的市场、共享的市场、大家的市场，不少展商感受到了进博会传递的满满诚意。佳沛公司首席执行官丹尼尔·马西森预计，明年4月佳沛红心奇异果将首次与中国消费者见面。“相对金果和绿果，红心奇异果对国际市场来说也是一个新品种，我们选择在进博会宣布这一消息，就是希望更好深耕中国市场。”

## ▼亮点二 首次设置公共卫生防疫专区

第三届进博会的医疗器械和医药保健展区，堪称整个展会最火爆、最具科技含量的展区之一。整个展区300多家参展企业，有70多家是世界500强和行业龙头企业。

作为首届进博会上的“网红”，来自美敦力的世界最小的心脏起搏器，在第三届进博会上展出了第二代产品；其外表依然如胶囊般大小，重量只有2克，但适应人群比例却从原来的30%扩大至70%。

今年进博会的医疗展区首次设置公共卫生防疫专区，最开始规划展览面积2000平方米，因为企业热情太高，一再扩容，目前面积是当初规划的6倍。

新冠肺炎疫苗是公共卫生防疫专区的焦点。尽管没有具体的实物，包括阿斯利康、默沙东、复星医药等企业都在进博会上公布了最新的研发进展。

中国工程院院士闻玉梅参加视频访谈时表示，抗击病毒的过程中存在合作与竞争，但这种竞争应该是良性竞争。就像田径一样，大家在各自的跑道上，看谁先到达终点。还有一种更优的良性竞争，就像艺术体操，不仅有比赛，对手之间还能彼此欣赏、互相学习，科研人员和医学工作者要有这样的胸怀。

## ▼亮点三 “数智化”生产生活扑面而来

走进进博会现场，一个突出感受是，几乎所有的展区都在拥抱数字化技术、智能化应用。更加“聪明”的机器、更加“接地气”的场景，让观众清晰地感觉到，“数智化”生产生活正在加速朝我们走来。

日本欧姆龙公司的展台上，展出了一款看似普通的家用电子血压计。其实，这款血压计不简单，它不仅可独立完成血压、房颤两个与中风相关的重要指标监测，还可以将测量结果通过应用程序上传，帮助医生跟踪数据变化实现精准诊断。

“我们不仅仅展示一款设备，还想通过数字化技术连接医疗机构和药店系统，满足用户的健康管理需求。”欧姆龙健康医疗董事总经理赵耀说。

在三星展台入口处两侧，各有一台超大尺寸的显示器，铺满整



▲11月5日，雅培展台工作人员演示瞬感动态血糖仪。雅培公司今年首次参展进博会，其在疫情防控中显示的强大快速检测能力令其展品广受关注。今年，近50家世界500强及行业龙头企业首次参展，覆盖全部六大展区。新华社记者刘颖摄

面墙体。观看足球赛直播，仿佛自己就在现场。更牛的是，这款产品还能“变形”，不管是在会议室还是在家庭客厅，都可以根据用户需求定制。

三星参展的三星，在今年进博会上全面展示了折叠屏产品和技术，以及5G、8K、半导体领域的最新成果。三星集团中国区总裁黄得圭说，随着中国市场的发展变化，三星已投入超300亿美元，加大在半导体、动力电池等高精尖产业的布局，占在华投资总额的72%。

数字化不但方便了需求端，也让供应端更加“耳聪目明”。强生消费品中国区总裁邓旭表示，中国是强生消费品在全球第一个超过50%的生意来自线上的市场，强生希望向全球输出来自中国的数字化实践成果。“比如，通过电商大数据，我们在5个月内‘反向定制’了一款专门针对女性消费者的漱口水，今年进博会上带来这款产品的3.0升级版。”

## ▼亮点四 展品变商品，展商变投资商

会场内交流签约，会场外辐射带动。通过推动展品变商品、展商变投资商，进博会加速释放其溢出效应。

在进博会的食品及农产品展区，一只3.5公斤重的波士顿龙虾颇为吸睛。在进博会之前，这些龙虾从加拿大蒙特利尔机场出发，“坐专机”抵达中国，上架绿地优选门店，最快48小时即可从原产国“飞入寻常百姓家”。

推动展品变商品，各方一直在努力。赛诺菲的创新药“达必妥”，去年进博会首秀后以“闪电”速度向中国奔跑，比原计划提前2年获批，仅用25天实现获批到供货，刷新了生物制剂在中国的上市速度纪录。

中国市场这么大，来了不妨留下。一批看好中国市场的参展

商，选择在中国落地或扩大产能。进博会首日，浙江省就传来好消息——在一场与欧洲领军企业的对接会上，该省签约外资项目61个，总投资达109亿美元。

连续三年参展的惠氏营养品在进博会现场宣布其大中华区总部落户上海。惠氏营养品大中华区总裁张甦毅说，未来区域总部将聚焦营养科学、人才培养、全球跨境电商等，更好实现“在中国、为中国”。

## ▼亮点五 联通国内外市场，助力“双循环”发展

进博会就是“买买买”吗?非也。

今年的进博会现场，出现了密集的“签约潮”。中外企业在多个领域共谋合作、共享机遇，共同助力国内国际“双循环”发展。

中国科学院院士葛均波6日来到波士顿科学的展台，见证该公司和深圳市中科创医疗器械技术有限公司的签约。“在冠脉介入影像领域，外资企业和本土企业的战略合作尚属首次；相信双方能够利用各自优势，为患者带来更加完善的治疗方案。”

今年，法国施耐德电气展台面积比去年增加近一倍；除了展示最新技术外，格外引人关注的是展台里“嵌入”的8家中国企业，这些都是施耐德的中国合作伙伴，其中不少从采购商变成了合作商。

“这届进博会最突出的感受是，大家不是简单签个采购单。很多国内企业都是一把手带队过来，除了参观展台，还要去我们的工厂考察，谋划更深层次的合作机会。”ABB机器人事业部中国区负责人梁锐说。

(参与记者：龚雯、周蕊、王默玲、郑钧天、桑彤、王辰阳)

## 进博会贸易投资对接会达成合作意向超过800项

截至7日晚间，第三届进博会大型贸易投资对接会线上线下吸引

64个国家和地区的  
674家展商  
1351家采购商  
参会



达成合作意向  
861项

中国国际进口博览局副局长孔福安介绍

- 数百项新产品、新技术、新服务在第三届进博会上进行全球首发、亚洲首秀、中国首展
- 其中，全球首发数量占比达一半以上

新华社记者曲振东编制



## 在进博会，从细节感知可持续发展

新华社上海11月8日电(记者潘清)逛进博会考验体力，各种饮料或矿泉水是“标配”。你有没有想过，扔进垃圾箱的那么多空瓶都去哪儿了?

来到第三届中国国际进口博览会的宜家展台，你不难找到答案。回收的废弃PET瓶经过多道工序后“变身”雨伞和环保袋，成为能留存进博记忆的精美纪念品。

在这里，你还可以品尝到宜家新推出的植物蛋白肉丸。这种以植物性食材取代肉类原料制成的美食，看起来和宜家风靡多年的肉丸没什么两样，但气候足迹仅为后者的4%。

日化巨头宝洁再度现身进博会，带来极具科技含量的12个品类、83个产品。角落里看似普通的快速包装盒，身份也不简单。宝洁中国在快消品行业推动上市可重复使用的循环包装箱“大绿宝”，每年可节省快速二次包装5500万个。

花王、联合利华等巨头纷纷亮相进博会。你有没有注意到，

部分产品上贴着一个有棕榈叶图案和“RSPO”字样的圆形标签?作为可持续棕榈油圆桌倡议组织(RSPO)的会员，这些企业的产品都按照承诺使用了经认证的可持续棕榈油。

RSPO中国首席代表滕非透露，成立于2004年的RSPO致力于推动可持续棕榈油产品的生产、采购、融资和使用，目前已汇集全球棕榈油供应链中的1700多家企业，其中包括230多家中国企业。

中国食品土畜进出口商会会长曹德荣表示，中国对于全球可持续棕榈油的生产 and 贸易意义重大。“进博会将有助于提升中国市场对可持续棕榈油的认知和使用，助力推动中国可持续棕榈油供应链的发展。”曹德荣说。

纸质板材搭建的展台结构，可降解材料制成的品鉴杯和吸管，回收空塑料瓶搭建的艺术装置……进博会上，参展企业用不同方式表达对可持续发展理念的共识。

“你这里有进口鲜肉展商吗?”  
“有猪肉(展商)。有需求吗?”  
“要牛肉(展商)，他们企业生产牛肉干。”

在上海国家会展中心7号馆里，一张贸易洽谈桌旁，两名“桌长”匆匆相遇，三言两语间，为各自负责的洽谈桌前未谈妥的参展企业代表牵线搭桥。

这是第三届中国国际进口博览会贸易投资对接会场的一幕，这样的洽谈桌有80个。境内外企业代表在洽谈桌上“一对一”介绍业务情况，“桌长”则四处奔走，帮他们在更大范围互通有无。即使在用餐时间，洽谈桌也座无虚席，展商都希望能到现场“牵手成功”。

庄阳是对接会B区的一名“桌长”。每天，她都在企业间传递供需信息，力争促成交易。“我们这个岗位就是‘红娘’，能够通过我们这样的星星之火，最终累积成可以燎原的贸易量，我很开心。”她说。

外国参展商对“红娘”们的贴心服务感触颇深。具有百年历史的意大利拉卡布奇诺红酒品牌代表马可·戈博说，在进博会展示其家族红酒品牌就像赶赴一次“越洋千里的约会”。在这里，他深深地感受到了进博会和中国市场的魅力。

对接会B区区长朱军表示，3年来，外国参展企业切身体会到进博会带来的商机，以及中国市场的巨大吸引力。这些企业纷纷聘请中方代表参会，这也是今年对接会一大特点。此外，主办方专门在馆内设置了视频对接区，为因新冠肺炎疫情而未到现场的展商提供“云洽谈”服务。

中和国际株式会社中方代表李德新在疫情暴发后，从日本总部回到大连工作，为公司拓展酒类等产品的出口业务。作为进博会的“头回客”，李德新体验了视频对接区的“云洽谈”。他认为这种“云”形式非常高效，一天能对接很多客户。

中国国际进口博览局副局长孔福安8日说，在本届进博会展期贸易投资对接会期间，线上线下合计共有来自64个国家的674家展商、1351家采购商参会，达成合作意向861项。

在参展商眼中，对接会不仅仅是推动商业合作的渠道，更是文化互通的平台。斯里兰卡茶叶局副局长萨帕斯·帕瑞拉是连续三届参加进博会的“老朋友”。他说：“中国和斯里兰卡都有悠久的茶文化。中国是行业领头羊，我们既是来介绍我们的茶叶，更是来学习中国茶叶市场的发展经验。”

李德新说：“只要来到进博会，就意味着更多的机会。这种‘相亲会’应该年年举办下去。”

(记者蒋励、周蕊)新华社上海11月8日电

# 「数智化」生产生活扑面而来

感受进博会上数字经济创新魅力和广阔前景

工业互联网、智能制造、“云”端销售……穿行在第三届中国国际进口博览会展馆间，一个个颠覆想象的数字化产品及方案迎面扑来。犹如插上“数字翅膀”，张开双臂的“四叶草”不断激发创新活力，点亮未来。

## 数字技术“无所不能”

看似一台普通的复合机，实则成为数字办公“枢纽”，用户可定制文件扫描、打印、文档管理等功能……这件由柯尼卡美能达带来的集边缘计算、协同办公、复合机于一体的产品出现在进博会上，是它在中国的首次“亮相”，志在让移动办公触手可及。

“轻触复合机上的控制面板即可快捷访问各种办公需求，类似手机等移动设备上的应用。”柯尼卡美能达办公系统(中国)有限公司市场部部长凌芸说，“对中国市场很有信心。”

凌芸的信心源于中国不断完善的数字经济发展环境及广阔的市场前景。

近年来，中国深入推进“数字中国”建设，移动支付、5G商用等全球领先，14亿人口的巨大市场不断释放着数字产品消费需求。

作为全球共享的国际公共产品，进博会吸引诸多企业参展，它们纷纷秀出看家数字产品，摩拳擦掌——

再鼎医药带来了与以色列公司诺沃库勒合作开发的无创肿瘤可穿戴治疗设备，可为更多患者提供新的疗法；

SGS全球首发区块链追溯系统——通测链，在其赋能下的中国市场全渠道解决方案，可改善企业在市场合规、产品合规、消费者认可、服务提升等方面工作；

贺利氏拿出了用于5G通信的电磁屏蔽技术等新成果，助力中国“新基建”与“先进制造”……

“数字经济应用不仅有助于中国和世界抗击疫情，还将为在华跨国公司创造更多发展空间。”施耐德电气全球执行副总裁、中国区总裁尹正说。

## 跨境电商构筑“云”上“贸易高速”

“你们的展品怎么买?”

“可以扫描二维码，进入我们的线上海外旗舰店购买产品，几天就能邮寄到家。”

在今年进博会上，记者在不少品牌的展台前都听到了这样的对话。近几年来，跨境电商等贸易新业态蓬勃兴起，成为许多海外品牌进入中国市场的快车道。通过“云”上“贸易高速”，越来越多的全球好物加速进入中国消费者的购物车，成为中国百姓的“家常菜”。

来自非洲埃塞俄比亚的Gera牌耶加雪菲及西达摩咖啡签约入驻天猫国际，让展品一键变商品，消费者第一时间就能在网上买到“进博同款”。

苏宁控股集团董事长张近东说，苏宁已经连续三年参加进博会，苏宁平台今年上线的“意大利国家馆”已引进119个意大利品牌，采购总金额超过1.2亿元，预计到年底采购总金额将超过3亿元。

受疫情影响，今年以来，进口消费加速“线上化”。商务大数据对重点电商零售进口平台监测显示，前三季度跨境电商零售进口额同比增长超过17%。

“跨境电商让更多海外好物进入中国，有助于进一步满足国内消费升级需求。通过本土化全场景智慧零售解决方案，也能帮助海外品牌打开在中国市场的知名度，更精准地触达中国消费者。”张近东说。

北京大学光华管理学院助理教授雷莹说，中国数字经济的发展启动早、环境好，业态和模式创新活跃，未来数字贸易必将成为推动我国对外开放格局向更深层次拓展的重要抓手。

## 产业数字化迎来更多想象

在技术装备展区，国内采购商热情满满，多带着长长的“购物车”来，打算推着满满的“购物车”走。

“一方面为了开阔眼界，进一步了解数字市场动态；另一方面，希望能采购到合适的智能制造装备，加速数字工厂建设。”连续三年来到进博会采购的陕西长美科技有限公司董事长李慧玲说。

疫情期间，中国数字经济、绿色经济蓬勃发展，一批新业态驶入发展快车道，全球瞩目。本届进博会上，滴滴带来了最新的自动驾驶技术，参展参会人员可前往指定地点试乘体验。

“当前，还需不断增强5G、大数据、人工智能等技术研发应用，深化与国外同行交流合作，努力打造出全球知名的自动驾驶品牌。”滴滴出行首席技术官张博说。

不少跨国公司表示，希望通过展会找到深度参与中国数字发展的机遇。今年，勃林格格伦翰先后在上海成立数字创新实验室和中国外部创新中心。“未来5年，我们将在中国增资4.51亿欧元。”勃林格格伦翰企业传播副总裁殷好说。

“中国进一步扩大数字经济领域对外开放，有助于加快推动数字经济的发展，并将数字经济发展的成果惠及全球各国，体现大国担当和大国作为。”商务部国际贸易经济合作研究院院长顾学明说。

(记者魏玉坤、王雨箫、桑彤、王辰阳、高少华)新华社上海11月8日电