

“进博号”快车来了！中国大市场，世界大机遇

本报记者姚玉洁、周蕊、何曦悦

5日，第二届中国国际进口博览会将在国家会展中心(上海)举行。再赴进博之约，全球企业的热情更高、新品更多，全球首个以进口为主题的国家级展会，正在化身为给世界经济注入新动能的“进博号”新快车。

中国承诺：一诺千金！进博红利“飞”入千万家

商务部部长助理任鸿斌介绍，首届进博会签约额578.3亿美元，大部分交易团的完成合同率都超过90%，部分交易团还追加了订单。如约履约，进博一年间，越来越多的中国居民发现，自己身边出现了“进博同款”，过上了“进博生活”。

智利、美国、加拿大、澳大利亚、新西兰、阿根廷甚至还有来自“一带一路”沿线的乌兹别克斯坦的车厘子，配合山东等地的樱桃，居民舌尖上“不断季”的樱桃背后，是不停歇的进博红利。

柬埔寨的柬埔寨香米、葡萄牙和意大利的婴幼儿米粉、俄罗斯的夹心糖、马来西亚的坚果……在成都的绿地优选超市门店内，有超过3500款来自“一带一路”沿线国家和地区的进口商品，较首届进博会开幕前增加了1000余款。绿地商厦集团总经理薛迎杰说，中西部地区对新兴市场进口商品的尝鲜意愿强烈，远超预期。

你的“买买买”不断升级，带来的是全球企业的巨大机遇，品牌新品选择进博会上首发，企业成为“回头客”早早签约第三届进口博览会，“进博机遇”的巨大魅力可见一斑。

提前一年，跨国食品企业达能已经签约了第三届进博会。“首届进博会给企业带来了巨大的机遇。”达能全球副总裁谢伟博说，在去年进口博会上，全新升级爱他美白金版以及香港版爱他美白金版低敏系列婴幼儿配方奶粉首次在达能展台亮相，受到中国消费者欢迎，今年，达能将展出旗下120多款明星产品，包括近十款首次亮相中国市场的商品。

最新财报显示，今年第三季度，达能生命早期营养品业务增幅超过10%。其中，中国生命早

期营养品业务销售收入同比增长超过20%，强劲的增长势头，让企业在中国的运营更有信心。今年8月，达能在中国第一个保税区自有仓库在南沙开仓，这个仓库将成为中国和全球的分销中心。

中国不断升级的消费需求，为进博会上“新奇特”的全球展品敞开了大门。今年前三季度，我国消费品进口增长达到15.3%，其中水果、化妆品和水海产品分别增长42.3%、39.9%和35.9%。这些“暴增”的产品领域与进博会上成交最为旺盛的“明星展区”名单相呼应，通过在进博会上直接与全球的卖家“接头”，不少消费需求旺盛、交通便利的“新一线城市”和二线城市进口额快速增长。

在进博会全球潮流和中国广阔市场间搭起桥梁的，是来自全国各地的交易团，他们以敏锐的市场嗅觉精心挑选，精准对接千家万户的消费需求。

在上海，对接进博会的“6天+365天”交易服务平台已经达到了49家。上海市政府副秘书长尚玉英介绍，首届进博会闭幕后的近一年间，31家平台累计引入近800家进博会参展商的2万多种(件)展品，价值90多亿元人民币；累计进口约752亿元商品，较首届进博会举行前的一年增长108%。

薛迎杰介绍，今年在进博期间，绿地旗下的企业将再次采购1亿美元的白俄罗斯乳基粉，并将全部使用中欧班列进行运输。“随着‘中欧班列’进口量的增加，这将为中欧班列沿线的重要节点城市成都、郑州等带来新的发展机遇，中枢纽纽城市的交通内外联动功能将进一步强化。”

今年，江苏交易团特别成立了苏宁交易分团，以提高招商精准性。苏宁易购公共事务副总裁马康介绍，海外品牌在苏宁平台上的销售增长持续走高，成为所有商品类目中增速最快的业务之一。今年苏宁将在持续加强与国际知名家电、3C品牌合作的基础上，进一步关注与居民日常生活有关的商品采购和服务贸易采购。

目前，第二届进博会已组建了39个交易团、近600个交易分团，采购团人数预计将突破50万人。

中国速度：“开放，我们是认真的”

飞速通关、快速过检、柔性进馆，甚至还能“提前一步”进入中国市场，这些“中国速度”，折射着中国和上海坚定开放的步伐。

9月26日，一辆2019新款依维柯汽车抵达上海，成为第二届进博会的首票通关展品，通过ATA单证册方式报关，这辆车的通关手续仅用了短短几分钟。

10月8日凌晨，载运着200公斤意大利进口面团的“中远海运银河”轮停靠上海洋山港后，边检等多部门及时登轮开展联合登临检查，为该轮开辟了绿色通道，以最高效的工作效率保证食品入境并转入后续专业储存和运输流程，办妥口岸查验手续全程仅用时30分钟。

10月22日，意大利法拉第195型高速巡逻船成为首件进馆展品，这是该展品首次在亚洲亮相。意大利法拉第集团公务艇艇部项目总工程师卢卡·佩洛西奥介绍，巡逻船长达20米，船体将拆分为两部分，由两辆超低平板半挂车装运至展馆，进入展馆后，运输服务商将使用两辆80吨大型汽车吊进行现场卸车及拼装施工，整体施工操作时间大约需要5小时，“希望能够打开我们在中国公务船市场的一片新天地”。

进博会上扎堆的“新奇特”展品，有的体型庞大，有的新鲜直运，从靠港、储存、运输、进馆等环节要求也各不相同。为了让这些展品以最佳的面貌亮相，多部门动足了脑筋，做足了保障。

国家会展中心(上海)运营中心总经理助理彭春焰介绍，对特殊规格和特殊品类的展品，第二届进博会制定了相应的运输和展陈方案，尤其是展品所需的特殊展陈条件和运输要求等事项。“有些生鲜冷冻食品需要零下20摄氏度保存，有些精密仪器的防震要求特别高，这些都制订了具体的预案。”

特殊展品通关快、运输稳背后，是不断推进的政策优化与创新，全球展品进入国门的脚步正在变得更快、更顺畅。

主动为展品提供试水的平台，“快人一步”的展品由此获得了中国市场的先机。在首届进博会

前，还未获得中国检疫准入许可的巴拿马金菠萝与玻利维亚牛肉经特准审批进入进博会。在进博会后不久，这两款农产品就成功获得了进口许可，作为第一个通过进博会渠道获得中国市场准入的水果，巴拿马金菠萝由此进入了不少居民的家中。

都乐中国品牌总监王娜介绍，随着中国政府不断放宽准入水果的种类和产地，以及中国市场消费升级的需求，企业20多年前刚进入中国时以销售菲律宾香蕉为主，现在，企业正在加速引入越来越多“小众”产地和“新奇特”的水果。“第二届进博会上，都乐将带来泰国香水椰青、厄瓜多尔香蕉等，还会新增包装食品系列，例如水果干、水果罐头、果汁和水果杯等。”

国际贸易单一窗口在今年7月提前完成实施，第三批进口贸易促进创新示范区“呼之欲出”，贸易便利化的脚步正大步向前，营商环境的优化提升精益求精。

长期以来，企业进口一批货物，需一次性向海关完整填报105个项目，业务复杂且要求高。如今，企业第一步只需填报9个项目并确认2个物流项目，即可通关提货。上海海关日前启动的进口贸易“两步申报”改革试点，让进口便利化程度大大提高。

承接进博会的“溢出效应”，毗邻国家会展中心(上海)的虹桥商务区保税物流中心(B型)不到一年即落成运营。虹桥商务区管委会商务处负责人赵俊介绍，进博会前，保税物流中心将为展品提供保税仓储、物流服务，方便海外展商第一时间布展。“进博会后，这些展品可以回到保税物流中心实现常态化的保税展示展销，助力‘展品变商品’。”

“我在其它地方没有看到过这样快速的发展，中国就是未来，未来是非常令人激动的。”位于上海临港的特斯拉超级工厂仅10个月就完成了破土动工到试生产，这使得特斯拉创始人马斯克在此前举办的世界人工智能大会上由衷赞赏。

中国热情：“我们与世界交朋友”

“买全球”，更要“惠全球”。举办进口博览会

的初衷，就是要共享中国的发展机遇，充满着和世界交朋友的热情和诚意。

东浩兰生集团是中国外贸发展的参与者和见证者，现在，这家企业有了新的“工作重心”——促进口：邀请全球企业前来参展，担当上海交易团的“大买手”，推动进口博览会“6天+365天”常年展示交易平台建设，并为进博会参展企业提供搭建、运输、翻译等多种服务，还参与到了第二届进博会志愿者的组织保障工作。

“广邀四海宾客，我们不仅是做生意，更是表达愿意和世界交朋友的态度。”东浩兰生集团党委书记、董事长王强说，希望能为日渐扩大的“世界朋友圈”提供进出口“全产业链”服务。

东浩兰生的“小变化”，折射出中国经济从“卖全球”走向“买全球”的新趋势。商务部统计数据显示，近年来，我国进口呈现持续增长态势，2016年-2018年平均增速达8.25%，预计2019年进口规模达2万亿美元。

开放的中国，让越来越多的全球企业心动不已，前来感受进博热情，进博会上的“新面孔”也越来越多。

加拿大的圣纪施芙(St GENÈVE)是一家有数十年历史的高端床上用品生产商。得知第二届进博会消息后，创始人迈克尔·德·拉·普莱斯赶紧报名，却发现自己来迟一步，进博会的报名时间已经错过，最终通过驻外使馆的帮助，这家企业成为了进博会上的“新面孔”。这家“差点没报上名”的企业，将在11月展示为进博会定制的羽绒被，挖掘中国大市场的无限商机。

受到多家合作伙伴的邀约，当时并非参展商的全球放疗领域领军企业瓦里安，在首届进博会期间达成了8.41亿美元的意向合作。“这让我们倍受鼓舞，进博会是一个很好的展示机会，所以我们在去年进博会期间就已经报名参加第二届，现在还要报名参展第三届进博会。”瓦里安医疗全球副总裁、大中华区总裁张晓说。

进博会创造的，不仅仅是沟通中国市场、中国消费者的桥梁，从上海的“四叶草”出发，联通四海，大量企业收获了全球市场的无限契机。

在数字化推动全球工业转型的关口，中国凭借完整的工业门类 and 强大的创新能力，有望快速实现5G商用，催生新的产业链条，探索新的商业模式

新华社赫尔辛基11月3日电(记者李骥志)第二届中国国际进口博览会(进博会)5日即将在上海开幕。上海诺基亚贝尔股份有限公司执行副总裁马涛日前在接受新华社记者电话采访时说：“进博会是我们参加过所有展会中组织得最好的一个。”

上海诺基亚贝尔是芬兰通信巨头诺基亚公司在华独家运营平台。诺基亚公司是首批签署第一届进博会参展协议的企业之一，去年首届进博会还没结束时，就又签了今年进博会的参展协议，而且展位面积比去年扩大了近一倍。

马涛说，进博会的组织工作贯穿全年。一年来，主办方与诺基亚积极沟通，主动了解其目标市场是谁、希望与哪些潜在客户接洽。“很多大型企业来参展，主办方会帮我们去联络他们，服务非常到位。”

去年诺基亚与中国三大电信运营商签署了超过20亿欧元的框架协议。马涛告诉记者，今年诺基亚租用了420平方米的展示面积，希望能够展示更多新产品、新案例，与客户进行更多互动。

马涛说，诺基亚在今年展会上的主打演示是用全息投影呈现的乐队实时演出，人们在展馆看到的画面，完全是远程现场的实时传输，几乎没有时延，参观者将如亲临演出现场一般，还能与演出者互动。

不久前，中国电信、中国移动、中国联通宣布启动5G商用，并发布相应套餐。马涛说，诺基亚与三大运营商均有合作，希望借助进博会这一平台，展示5G商用将会有哪些应用场景。除与传统运营商合作之外，诺基亚还与中国很多其他行业的伙伴合作开拓新业务。比如，与中国一汽合作推出的远程驾驶，也将在此次展会上亮相。

马涛表示，在数字化推动全球工业转型的关口，中国凭借完整的工业门类 and 强大的创新能力，有望快速实现5G商用，催生新的产业链条，探索新的商业模式。

「进博会是我们参加过的最好展会」

访上海诺基亚贝尔执行副总裁马涛



进博会保障工作准备就绪

▲11月3日，上海市公安局青浦分局民警和辅警携带警犬对国家会展中心(上海)内的重点区域进行安全检查。第二届中国国际进口博览会将于11月5日至10日在国家会展中心(上海)举办，目前各项工作已准备就绪。

新华社记者凡军摄

“买方更有动力 展方更多期待”

中国巨大消费潜力吸引中外商家“联姻”进博会

新华社上海11月3日电(记者高少华、陈云富)第二届中国国际进口博览会日益临近，众多参展的中外厂商对这一国际合作舞台正充满期待。随着中国加速从“世界工厂”向“世界市场”转变，中国日益凸显的巨大消费潜力为全球商家带来了新的贸易合作机会，越来越多的中外厂商也正积极筹备着在进博会上牵手联姻、收获商机。

记者近日从第二次参加进博会的智慧零售企业苏宁公司获悉，今年进博会期间，苏宁将加大在欧洲、日韩以及意大利等“一带一路”国家和地区采购力度，在持续加强与国际知名家电、3C品牌合作基础上，进一步关注与居民日常生活有关的大快消费品商品采购与服务贸易采购。截至目前，已经有近400家企业和苏宁表达了积极合作意向。

在2018年首届进博会上，苏宁曾与欧洲、日本、澳洲、北美等23个国家和地区的企业达成了合作。首届进博会后，海外品牌在苏宁平台上的销售增长持续走高。

“进博会对苏宁来说是一个良好机会，使我们能够和世界上众多优质品牌在同一平台上进行沟通交流，成为嫁接海外品牌和中国消费者之间的桥梁，由此丰富国内消费者的选择，满足消费升级需求。”苏宁易购集团公共事务总裁王哲称。

国内另一电商企业京东集团，2018年进博

会上也曾签约采购巨额进口品牌商品。面对即将召开的第二届进博会，京东表示，将继续派出规模庞大的“买手团”，覆盖更多进口商品品类，并计划与多家国际知名品牌签订采购协议。

2018年首届进博会上，京东与美国戴尔公司曾签署深化战略合作备忘录，加大对戴尔产品的采购，戴尔也将为京东用户提供定制化产品。今年“618”电商大促期间，基于京东反向定制合作推出的一款戴尔笔记本电脑在京东上线，首日销量环比5月日均销量达到5倍以上。

面对中国市场巨大的消费潜力，众多国际知名品牌期待通过进博会来拓展中国商机。法国著名奢侈品企业开云集团今年首次参展进博会。开云集团大中华区总裁蔡金青近日表示，“进博会是中国联系各国企业的重要窗口，我们非常珍视此次参加进博会的机会。届时，开云集团将充分展示深受全球消费者喜爱的全系品牌及其代表作。”

除首次参展的海外新面孔外，许多第二次参展的世界500强企业对于第二届进博会继续寄予厚望。联合利华作为进博会上少见的“跨展区”参展商，不仅参展面积比首届进博会更大，而且还将带来一批明星展品。

“在今年参展的近30个品牌中，约三分之一的品牌将是‘进博首秀’。”联合利华北亚区副总裁

曾锡文表示，首届进博会上，联合利华接到了1800万美元的意向订单，一年过去，这些订单悉数落地。参展首届进博会的近半数新品牌，在过去一年间均打开了中国市场。

而且，在联合利华看来，进博会大大加速了联合利华引入进口品牌的效率。“过去，一个大品牌进入中国需要两三年，如今就有几个新品类或者新品牌进入中国。”曾锡文表示，中国消费者需要更多产品和品牌，联合利华全球的品牌也想要进来，进口博览会提供了一个优质沟通平台。

作为世界重要的综合型农业企业，世界500强企业新加坡丰益国际也将再度参展进博会。丰益国际今年展厅面积扩大了一倍，展品不仅有在国内外声名赫赫的品牌，还有用途广泛食品工业类原材料。

商务部国际贸易经济合作研究院流通与消费研究所所长董超认为，进博会把国内市场和国际市场深度融合在一起，更好地统筹国内和国际两个方面的消费资源。通过举办进口博览会，把大量消费品集中到中国来，可以丰富中国的消费品选择和消费品供给，为国内消费者提供不出国门就能购买到世界各地优质实惠商品的机会，更好满足人们对高品质生活的需求。

承接进博会溢出效应

「一带一路」国别汇在沪启动

新华社上海11月3日电(记者何欣荣)西班牙的火腿、保加利亚的玫瑰喷雾……位于上海浦东新区森兰商都的“一带一路”国别汇2日揭幕。约7000平方米的空间不仅集中呈现了上海自贸区内各国(地区)中心的精华，也让消费者从多个维度加深对“一带一路”沿线各国的认识。

走进“一带一路”国别汇，迎面而来的是一幅用巨型LED屏幕呈现的“一带一路”艺术画卷，整个建筑内处处可以看到“一带一路”沿线国家的建筑、文化、商品等特色元素。这正是“一带一路”国别汇的特点：不只是“买买买”，更要成为联接“一带一路”各国商品和文化的纽带。

“一带一路”国别汇的启动，建立在上海自贸区各个国别(地区)中心的基础上。上海自贸区保税片区内，目前集聚了澳大利亚、智利、格鲁吉亚、斐济、阿塞拜疆、希腊等国的国别(地区)商品中心。今年9月，上海自贸区国别(地区)中心理事会正式成立，通过发挥外高桥保税区进口贸易集聚的优势，形成可复制、可推广的经验。

在“一带一路”国别汇的主题商品展示区，目前汇集了澳大利亚、智利、阿塞拜疆、蒙古国、葡萄牙、马来西亚、西班牙近20个国别(地区)的上千种商品，其中包括首次亮相的厄瓜多尔玫瑰果油、蒙古国的马油膏、西班牙的里奥哈葡萄酒等数十种商品。

作为进博会的配套活动，“一带一路”国别汇揭幕之后，“一带一路”国家主题周将于11月9日在此启动。通过快闪直播、飞行影院等手段，帮助消费者从文化、历史、经济、旅游等多个维度加深对“一带一路”的认识。

上海自贸区管委会副主任、保税区管理局副局长陈彦峰表示，“一带一路”国别汇的落成是上海自贸区商贸联动的重要尝试，自贸区丰富的海外商品资源既要为贸易企业搭建平台，也要为老百姓提供看得见摸得着的消费体验、文化体验。

▲11月3日，科技生活展区的德国英飞凌公司的机器人Roboy已完成调试，它将在展会上和观众进行多项有趣互动。当日，第二届中国国际进口博览会各场馆的布展工作基本就绪，部分展商在对展品进行最后调整。第二届中国国际进口博览会将于11月5日至10日在国家会展中心(上海)举行。新华社记者刘颖摄