



第三届中国国际进口博览会 特别报道

各国企业在进博会上各展其长,与中国伙伴携手共进——

大家的市场,世界的机遇

本报记者 王俊岭

习近平主席在第三届中国国际进口博览会开幕式上的主旨演讲中指出,“中国有14亿人口,中等收入群体超过4亿,是全球最具潜力的大市场。预计未来10年累计商品进口额有望超过22万亿美元。”数字背后,正是如大海一

般的中国市场。面对新冠肺炎疫情给世界经济带来的不稳定因素,来自全球各地的企业和参展商更加珍视中国市场,对中国持续扩大开放的决心予以高度认同。在他们看来,中国市场是大家的市场,世界的机遇。

进博会引力攀升

上届进博会上,日本泰尔茂株式会社带来的胰岛素注射针头“纳诺斯Jr.”成为当时的“网红展品”。今年,泰尔茂不仅再次带来了多款微型注射针头,还带来了血液成分分离器、膜式氧合器等多款先进产品。

“因为产品在进博会上受到了很大的关注,泰尔茂在华的销售业绩有了很大提升。今年,我们把在日本市场占有率较高的氧合器以及快速体温计等产品带到了第三届进博会的现场,希望用更好的产品来服务中国市场!”日本泰尔茂株式会社中国区总代表柴崎崇纪对本报记者说,在新冠肺炎疫情背景下,中国依然坚持举办第三届进博会并表达了坚持扩大开放的决心,这十分让人敬佩,泰尔茂也将加倍努力抓住机遇。

多家参展商对记者谈到,中国向全球发出了更加开放的积极信号,跨国企业要把握好中国市场的机遇。

巴西淡水河谷公司是全球主要的铁矿石供应商,中国市场占到其全球销售比重的一半以上。今年,为了参加第三届进博会,淡水河谷早早筹备、积极布展。“中国无疑是世界经济最重要的贡献者之一。更为重要的是,中国对于环境保护的日益重视以及实现碳中和的长期进程,都将为淡水河谷带来发展机遇。我们将利用好进博会的舞台,向中国客户供应更多绿色矿产品。”淡水河谷中国区总裁谢雪说。

赛诺非中国区总裁贺恩霆说,第三届进博会如期召开,向世界传递出开放、包容、普惠、共赢的正能量,客观上也展现了中国经济的韧性和活力。“这一舞台,让我们有机会加强与更多国内外合作伙伴沟通交流,推进共同开放,创造互惠共赢的美好未来。”

全力以赴抢抓市场

最智慧的ICU指挥中心、全球最小的心脏起搏器、“刚柔并济”的特种玻璃、全球首款量产的氢燃料重卡、世界上产量最稀少的咖啡……第三届进博会上,来自全球各地的参展企业纷纷使出浑身解数,吸引中国消费者的目光。

福特汽车(中国)战略部副总裁芮仁康告诉本记者,第三届进博会上,福特汽车带来了全球首款先锋纯电SUV“Mustang Mach-E”。其最大续航里程600公里,GT高性能版0至96公里/小时加速仅需约3.5秒,将于2021年引入中国。除了打造智慧汽车外,福特还在积极探索车路协同和智慧城市的解决方案。

“随着全球化经济的发展与国内消费市场的日益升级,中国已经逐步发展为全球最大的汽车市场。这给了我们不断进步、不断创新的动力。在前两届进博会上,福特汽车都与合作

伙伴签订了进口整车和零部件的协议。第三届进博会如期举办,标志着中国市场在经历疫情考验之后,以全球领先的速度实现复苏,同时也表明了中国坚持建设开放型世界经济的坚定决心。未来,福特通过整合全球优势和本土资源,在车联网、电气化、自动驾驶和智慧城市等方面为中国消费者提供更多优质商品与服务。”芮仁康说。

前两届进博会上,从事会展服务的德国法兰克福展览集团举办了多场商务洽谈会,不仅展示了企业在会展业务方面的雄厚实力及全球业务布局,也与许多中国客户建立了有效的业务往来。

法兰克福展览(上海)有限公司总经理李庆新表示:“中国市场是一个非常重要的引擎,将为全球经济复苏注入新动能。今年,我们设置了面积达300平方米的精致展台,用以展示公司全球业务网络以及在中国市场的成就。我们认为,在特殊时期用好第三届进博会这个舞台尤其重要。”

共同开放携手前行

在第三届进博会上,“共同开放”成为了一个热词。“共同开放”的走红,既反映了外商探索中国市场的热切目光,更体现了中国企业积极主动扩大进口的合作热情。

11月5日,中国中化集团有限公司和中国化工集团有限公司联合举办专场签约活动,两家企业共与34家客户签订合作协议。所采购的商品包括原油、甲醇、塑料、硼酸、聚氨酯类产品和数字化服务等,涉及沙特阿拉伯、科威特、土耳其、马来西亚、印度、日本、瑞士等十余个国家和地区。

中化集团董事长宁高宁表示,通过进博会这一开放合作的平台引入国外高品质产品和先进技术,一方面可以助力企业保障国内能源、化工、农业领域的产业链、供应链稳定,促进企业和行业高质量发展;另一方面能够加强国内外企业的协同创新,使全球资源与中国市场紧密对接,更好地实现“买全球、卖全球、惠全球”的良好局面,进而畅通国内国际双循环。

总部位于上海的梦饴集团,旗下“饴店”“爱库存”等平台为超过200万店主提供了自主创业及就业机会。今年梦饴集团首次组织平台店主与商家们来到“四叶草”,通过现场参观、云直播等“线上线下”相结合的方式,前往瑞士、日本、英国等国相关企业的展区“扫货”,成为特殊时期中外商家携手前行的一道靓丽风景。

梦饴集团CEO冷静对本记者表示,这几天店主们考察了红酒、果干、休闲零食等海外优质进口商品,对下一步的销售更有底气。“进博会可以让生产商、销售商、消费者更好地连接起来,让好东西卖得好,消费者用得好,实现共赢。”冷静说。



观众在与高通乒乓球教练机器人打球。本报记者 徐佩玉摄



第三届进博会展规模更大,面积比上届扩大近3万平方米。其中,技术装备展区“扩容升级”,展览面积7万平方米,含三个展馆,展商近340家,世界500强及行业龙头企业60余家。图为11月5日,美国通用电气公司在技术装备展区展出的LEAP发动机。夏晨希摄(人民视觉)



在汽车展区,德国超跑制造商Apollo带来全碳纤维超级跑车Apollo IE。本报记者 李婕摄

多国驻华大使点赞进博会

“展现中国对外开放决心”

海外网 毛莉 赵壹晨

意大利的珠宝、新西兰的保健品、智利的柑橘、伊朗的手工艺品……面对“我在中国当大使”栏目组的镜头,多国驻华大使纷纷变身“好物推荐官”,希望抓住进博会这一大好机会,推动本国好物进入中国市场。

意大利驻华大使方澜意表示,进博会是世界上同类博览会中的佼佼者,意大利企业不会错过参展的机会。去年参展的意大利企业有140多家,今年在疫情

的特殊情况下仍然有70多家参展。在今年进博会上,不仅意大利汽车玛莎蒂蒂会一如既往亮相,意大利珠宝也成为新亮点。新西兰也是进博会的“老朋友”。“新西兰积极参与了前两届进博会,今年也依然踊跃参会。”新西兰驻华大使傅恩莱表示,今年新西兰企业不仅带来了为中国消费者熟知的新西兰食品,还带来了新西兰保健品。中国如期举办进博会令伊朗

驻华大使穆罕默德·克沙瓦尔兹扎德赞赏有加。他认为,特殊时期的进博会向世界展现了中国对外开放的决心。线上展览是今年进博会的一大特点,“线上+线下”的形式为更多展商提供了平台。华丽的波斯地毯、精美的珐琅工艺……克沙瓦尔兹扎德欢迎中国观众到进博会去看一看享誉世界的伊朗工艺品。

智利驻华大使路易斯·施密特表示,进博会是中国向世界贡献

的重要展会。智利车厘子在中国的热销让智利水果商看到了更多机遇。今年进博会上,橙子、柠檬、蜜桃等水果成为智利“主打产品”。乌拉圭驻华大使费尔南多·卢格里斯表示,“中国这场盛会令全球瞩目”。乌拉圭农业发达,农产品优质。卢格里斯希望通过进博会这个平台,将羊肉、羊毛、奶制品等更多优质农产品带给中国消费者。



扫码观看视频

第三届中国国际进口博览会正在上海举行。美丽的上海张开怀抱,迎接八方来客。图为上海浦东陆家嘴环岛。新华社记者 陈飞摄

在美国泰森食品集团展台,工作人员现场烹饪进口食品。本报记者 王俊岭摄

尼泊尔非物质文化展示区前的歌舞表演。本报记者 徐佩玉摄

