



第六届中国国际进口博览会 特别报道



“奔着中国来，就是向着发展去”

本报记者 李婕

老朋友情分加深了，新朋友名单变长了……在一声声“来对了”的称赞中，第六届进博会接近尾声。虽然展期只有6天，但那些由此产生的相遇、合作的缘分，将在中国市场一直演绎新的故事。

未来5年，中国货物贸易、服务贸易进出口额分别累计有望分别超过32万亿美元、5万亿美元。进博会，正让中国大市场成为世界共享的大机遇。

“凡是来过进博会的，还会来”

在进博会上，可以品尝多少种牛肉？阿根廷、乌拉圭、澳大利亚、新西兰……这些国家的品牌商、加工厂，都带着最好的产品来到现场。

阿根廷牛肉企业VISOM的工作人员们忙着接待一波又一波采购商和观众，感受了进博热度。“这是我们第一次来进博会，目标就是和中国客户、潜在合作伙伴面对面，将更多产品出口到中国。”一名工作人员说，中国是阿根廷牛肉出口主要目的地，去年中国客户买走了阿根廷75%的出口牛肉。进博会的大平台，让更多牛肉厂家争着一展身手。

市场是当今世界的稀缺资源。这一点，新西兰中国商会秘书长李瑞泰感受真切。“要说有什么困难，就是‘一位难求’。”新西兰中国商会从首届进博会开始就组织新西兰企业参展，今年24个参展名额、450平方米展位很快就被“抢空”。“这两年我们有个感受，凡是来过进博会的，之后都不会缺席。”李瑞泰说。

在很多参展商看来，进博会能“长”出新业务。瑞士检测和认证机构通标准技术服务有限公司在本届进博会上首发了金标认证、氢标标识等新服务。连日来，签署协议、洽谈合作动作不断。“见了很多新老客户，繁忙、友好、开放的进博氛围扑面而来。”通标准技术服务有限公司中国总裁郝金玉说。

通过进博会，通标准技术服务有限公司在华投资项目数量年年递增。2018年首届进博会，该公司与舟山市质量技术监督检测研究院达成合作意向，第二年便成立了舟山分公司；2022年，与舟山市质检院联合实验室顺利投入使用；2023年，入驻舟山高新区检验检测公共服务平台……“这些就是在进博会‘长’出来的业务。”郝金玉感慨。

漫步在进博展馆，一个“未完成”的展位引起许多观众的好奇。原来，日本企业无印良品进博首秀就玩了一把创意，展位需要现场观众共同参与才会完成最终搭建并露出全貌。这次，无印良品带来了两款由全球知名设计师专为进博会设计的新商品，展现满满诚意。

据了解，中国是无印良品在日本以外的最大市场，目前线下门店数量385家，在中国本地设计开发的商品已超5000种。“以进博会为契机，我们将在中国开展更接地气、更深入持久的经营。”无印良品中国首席市场官邵恬宜说。

全球买、全球造，“收获感满满”

确认规格、提出批销量、卖方报价，在一家主营开心果的伊朗食品企业展位，一名中国采购商正和商家拿手机和纸笔比划着。语言不流畅，并不影响做买卖的热情。双方

西门子已签约第七届进博会——

“和新老朋友‘双向奔赴’”

本报记者 廖睿灵

AI驱动无序分拣机器人、智慧能源管理平台、数字化和自动化驱动种植的农作物……今年进博会上，西门子展台科技感十足。

“这是我们第六次参加进博会。每年我们都会带来全球先进的创新技术和产品。”西门子中国董事长、总裁兼首席执行官肖松说。

企业“全勤”参展进博会，看重的正是这一平台带来的巨大共享合作机遇。

“进博会是开放与合作的平台，也是我们和新老朋友‘双向奔赴’的好地方。过去5年，我们在进博会上和中国‘小巨人’企业等伙伴积极拓展合作，共同推进产业转型升级。”肖松说，5年间西门子在进博会上展出众多展品，如同播下一

粒种子。如今，这些合作已在中国各行各业落地开花。本届进博会期间，西门子又在智能制造、智慧交通、智能基础设施等多个领域，跟合作伙伴达成多项合作。第六届进博会期间，每天都收获多多。目前，西门子已签约2024年的第七届进博会。

“我们深切感受到中国正成为前沿技术落地的‘创新场’。当前，中国正加快数字化和绿色化协同转型，以推进中国经济高质量发展，这与西门子的战略方向高度契合。我们将继续凭借完整的本地化价值链和全球资源，以数字化、低碳化的先进技术和实践，与中国合作伙伴一起，为中国经济高质量发展注入新动能、新活力。”肖松说。



都内行，几个来回就拿到了彼此想要的信息。这名采购商名叫孙丹，是上海维致商贸发展有限公司的市场经理。这次，孙丹来进博会的目的很明确：采购坚果类产品。“坚果原料、规格大小、加工工艺都清楚了，下一步想联系更多样品，择优下单。”几届进博会参与下来，孙丹发现参展商品的质量又有了新提升，生产商数量和带来的商品品质都上去了，友好态度更是不用说。“这次来进博会，跟更多潜在供应商‘接’上了头，收获很丰富。”

买全球好物，中国买家已经用实际行动展现大市场的购买力。

进博首日，盒马与卡西诺、Gavottes等7家法国企业签订合作协议，预计3年内对法国商品采购额将达到30亿元。从帝王蟹、波士顿龙虾到泰国椰青、越南腰果、阿富汗松子……几年来，依托进博会的溢出效应，一批批以前并不常见的进口商品通过盒马进入中国市场，并成为老百姓喜爱的日常消费品。

不仅如此，借助进博会，盒马的进口业务也完成了从“全球买”到引进原料“中国造”再到布局全球供应链“全球造”的三级跳。“一年一度的进博会，持续为我们带来更多机会和更宽视野。盒马会抓住机遇，积极用全球供应链深耕本土市场。”盒马首席财务官严筱磊说。

天猫国际也特别派驻了全球招商团队来到进博会现场，现场还与100个进口新品牌达成战略合作，并联合发布超百款年度进口新品。联合利华旗下口服发品品牌nutrafal、德国专业护肤品牌BABOR、英国网红服饰品牌House of CB，这些新品牌在进博首秀的同时，也在天猫“双11”的节点开张了。

不仅如此，各交易团更是喜讯连连：辽宁交易团举办集中签约仪式，6家辽宁企业意向采购金额超2亿元；上海交易团大型零售采购商联盟会员已有55个项目达成初步采购意向，合计金额约35亿元；国资央企组建98个交易分团参加进博会，在高端装

三菱重工连续六届参加进博会——

与多个中国伙伴敲定合作方向

本报记者 汪文正

今年进博会是三菱重工集团第六次参展，与以往一样，吸引了不少专业观众前来洽谈签约。

三菱重工展区工作人员告诉记者，几天时间里，三菱重工已与多个中国伙伴敲定合作方向：与山东省济南市在空调、环保、新能源及双碳、交通物流等重点领域开展交流合作；与东方电气集团东方汽轮机有限公司开展燃机项目热部件及转子装配件长期合作；集团旗下子公司与鞍钢集团、包钢集团、中国宝武等钢铁企业签订装备采购、战略合作等协议。“有些签约，直接在进博会的展台上进行。”

本届进博会上，三菱重工还带来高砂氢能园模型的“中国首

秀”，彰显在全球范围内推进氢能应用信心。

三菱重工业株式会社社驻中国总代表久保隆介绍，高砂氢能园是三菱重工在日本高砂工厂内建设的全面验证制氢、储氢、氢发电技术的一体化设施，2025年前有望完成100%纯氢燃烧的实际验证。

“三菱重工将以可持续发展为主打理念，为城市建设提供多领域综合性产品和解决方案，助力中国绿色经济发展。”久保隆说，通过进博会平台，三菱重工加深了同既有客户及商业伙伴的交流合作，也结识了很多新朋友。“进博会激励着大家不断前行。明年，我们要继续交出让中国客户满意的答卷。”久保隆说。

雅诗兰黛在进博会上达成多项合作——

“发现更多中国机遇”

本报记者 廖睿灵

进博会消费展区，外形如同盛开花朵的雅诗兰黛展台前，每天都有不少人前来参观。沿着花瓣型的参观动线走一圈，美妆、护肤产品琳琅满目，包括多款亚洲首发、中国首发的新品。

“我们已经连续多次参加进博会。这几年来，我们引入了5大全新国际品牌和几款新产品。可以说，进博会见证了集团在中国的快速发展。”雅诗兰黛集团中国区总裁兼首席执行官樊嘉煜说。

今天的中国消费者对美妆、护肤等产品需求更为个性化、多元化。“我们在进博会上收获了丰富的反馈，更深入地了解了中国消费者的需求。我们发现，中国消费者已经开始定义潮流，甚至可以影响

宋为群举例说，一款治疗阵发性房颤的脉冲、射频双能量消融导管在进博会上完成全球首秀。这款导管在手术中可以显著减少病患和医生的射线暴露，治疗更加精准。

“目前，中国市场已经成为强生全球重要的‘发展+创新’双引擎。我们的医疗科技业务正通过中国战略升级，不断加强本土研发、创新、高端制造与合作能力。”宋为群说。

这些天，P-Cure医疗集团董事、中以康联国际医疗科技有限公司董事长兼总经理杨晨在展台上接待了一批批政府、企业、研究机构的来访者。

瑞士P-Cure医疗集团首次来到进博会，携旗下中以康联国际医疗科技有限公司，带来一款先进医用放射治疗设备——PPTS质子治疗系统。这一系统具有“买得起，装得下，用得好”的特点，使以前极为昂贵的质子治疗变得价格亲民。目前，这一产品已完成了国内首台套的成功签约。

“医疗事业是一项系统工程，需要多方共同推进，这也是我们业务得以发展的支撑。”杨晨说，中国市场大有潜力，进博平台给了企业与合作伙伴一起前行的机会。

还有许多企业，正在中国市场尝试“不一样”的事。除了24个品牌的40余款新品在进博会首秀之外，资生堂还为进博会带来了“空瓶再续”服务、可替换果冻芯包装技术等新内容，吸引许多观众排队打卡。其中，可替换果冻芯包装技术通过简单一步将液体代替压缩空气注入瓶中，同时实现塑料容器的塑形和灌装，减少70%的二氧化碳排放量和92%的塑料使用，不少跨行业的参观者也纷纷表达对新科技、新应用的好奇和兴趣。

“未来几年，资生堂集团将持续投资，在中国打造我们的全球第二大研发中心，将中国作为前沿创新的首发市场。”资生堂中国总裁兼首席执行官梅津利信说，资生堂在中国40多年，充分感受到中国与世界相向而行、相互成就。“40多年前，我们来到中国投资；今天，我们投资中国。”

向全球开放中国市场，让世界分享中国机遇。“6天+365天”，进博会“永不落幕”，开放合作奔向前方。

图①：观众在进博会上观看三维复合式检测系统和多机器人柔性夹具系统。
唐克摄（人民视觉）

图②：在进博会食品及农产品展区，巴基斯坦参展商正在包装骆驼皮灯。
新华社记者 李梦妍摄

图③：观众在体验三星首款4K超宽屏显示器。
王初摄（人民视觉）

图④：观众在德国卡赫展台体验驾驶式洗地机。
张武军摄（人民视觉）

图⑤：在洪都拉斯的展台前，工作人员向参观者介绍特色产品。
本报记者 龚文静摄

