



特别报道

年年办下去 办出水平 办出成效 越办越好

进博会：永不落幕

本报记者 邱海峰 王俊岭 李 婕

“中国国际进口博览会不仅要年年办下去，而且要办出水平、办出成效、越办越好。”

在首届进博会举办期间，众多世界500强和行业龙头企业已开始签约参展2019年第二届中国国际进口博览会，不少中国企业纷纷为明年的采购做准备，消费者更是希望进博会能一直办下去。与此同时，一批致力于为参展商“参展一周、服务一年”的常年展示交易平台陆续开门营业，进博会上的全球好东东将从“展品”变“商品”，一个“永不落幕的进博会”已经到来。

展示新产品、结识新朋友

作为迄今为止世界上第一个以进口为主题的国家级展会，中国国际进口博览会是国际贸易发展史上的一大创举，而首届进博会的成功举办更是让全世界感受到了这一创举的魅力与好处，纷纷为之点赞。

在服务贸易展区，来自巴西的参展商多林艾努特·斯特里尔库克这几天一直在热情地招呼着中国观众扫描他们公司的微信二维码，免费体验特色主题的表情包制作游戏。

“通过这次进博会，我们的产品进入了中国市场，吸引了很多采购商。接下来，期待更多中国消费者喜欢并使用我们的视频游戏产品。”多林艾努特·斯特里尔库克告诉本报记者。

芬欧汇川（UPM）特种纸业执行副总裁爱博德经常往返于欧洲和上海之间，这次进博会让他又结识了不少新朋友。“进博会上的安检和服务设备很先进，给我留下了深刻印象。同时，进博会让我们获取了很多有价值的商业信息，这有助于拓宽UPM环保产品的销路。进博会对我们来说是一个展示新产品、结识新客户的很好平台。”爱博德对本报记者说。

进博会上，恒大农牧集团与2家新西兰企业：新西兰牛羊肉厂（PRM）和GMP乳业有限公司进行了采购签约，采购金额30亿元。恒大农牧集团总裁王宇丰在接受本报记者采访时说，“进博会给了我们与全球优质食品企业对接的机会。此次，通过签订进口食品大单，我们将新西兰高品质奶粉和高端肉制品带到中国，将能更好地满足消费者对优质进口食品的需求。”

广汽集团董事长曾庆洪对本报记者说，进博会所促进的进口，不止有普通的商品货物，也有关键部件、产业链条、技术思路、商业模式、金融服务等关键的创新要素，这将进一步加快中国制造的转型升级，给汽车产业的深度开放与融合提供更大空间。

“走进进博会的展馆，我惊异于这里汇集了世界各国如此多的高新科技。这样的景象传达出一个明显信号：中国呼唤创新。创新也带来更大的市场。”斯诺夫全球首席执行官洪岸礼表示。

新西兰PRM牛羊肉工厂总经理布伦特对记者说：“对于一家牛羊肉厂来说，我们此次来到进博会，将精品牛羊肉产品带给中国消费者的同时，也通过这一平台在技术创新方面加强了学习与合作，这有助于我们不断改进、完善工艺。”

“随着改革开放四十年来的快速发展，中国经济发展与世界的融入度越来越高，国内消费者的消费能力和消费程度越来越高，对国外高质量产品巨大需求持续释放并将持续多年。此时成功举办进博会，不仅是对消费升级需求的回应，更标志着中国发展理念和思路的一种更新，同时也是信心的表现，因为我们更有底气面对外面的世界。”中国企业联合会企业研究中心首席研究员缪荣在接受本报记者采访时说。

参展一周、服务一年

进博会展期只有6天，但其带来的“溢出效应”将一直延续。首届中国国际进口博览会执委会综合协调专项工作组信息简报组副组长、上海市商务委员会商贸处副处长陈海蓉对本报记者说，上海着力打造了“6天+365天”一站式交易服务平台，为参展商“参展一周、服务一年”，促进“展品”变“商品”，让更多的优质商品和服务更加便捷地进入中国市场，打造永不落幕的进口博览会。

“这个平台包括线上线下两大平台，线上平台今年4月份已经上线，主要实现线上商品展示、线上交易撮合、政策法规资讯、电子商铺及交易咨询与服务等功能。线下平台则遴选了一批优质的、具有常年展示交易功能的平台，有跨境进口电商联盟、展示展销联盟、大型零售采购商联盟、综合贸易服务联盟等四大联盟，在6天的正式展会之外，继续推进展示、交易、服务一体化，真正实现‘买全球、卖全球’。”陈海蓉表示。

目前，一批展示交易平台已在上海搭建完成并开门营业。其中，位于虹桥商务区核心区的虹桥进口商品展示交易中心，总面积达60万平方米。虹桥商务区管委会相关负责人介绍，“我们将在进博会结束后，把绝大部分的展商、展品请到这个平台来，继续在这里延展。届时展品将变成商品，普通市民也能到这里购买。除了进口博览会的展品，一些未能拿到展位的进口商品

进博会上，一名儿童在秘鲁展区观看羊驼模型。
新华社记者 张加扬摄



日本高岛屋株式会社的工作人员向观众展示日本婚礼礼服。
新华社记者 李贺摄



表演者在菲律宾展区表演歌舞。
新华社记者 陈飞摄



进博会上，一名多米尼加舞者和一名俄罗斯舞者在展馆内起舞。
新华社记者 张玉薇摄

企业也能落户此地。”

位于国家会展中心的东浩兰生进口商品展销中心是又一个展示交易平台，目前已有超过100家企业、1000种商品入驻。

展示中心内新西兰馆运营方兰维乐副董事长徐信雁表示，当得知要在国家会展中心开设一个常年展，几乎不假思索便决定进驻，同时在新西兰开始搜罗最好的蜂蜜、纯净水、海鲜、牛肉等产品前来展示。

“6天的展会很重要，不过像食品这样的快消品其实是更希望有这样的一个常年展示平台，不断让消费者试吃、品尝，让他们更直接、更快速地接受。”徐信雁说。

产品展销之外，贸易服务也是重要一环。国家会展中心“海外贸易组织办公平台”就是一个进口功能型服务平台，将为海内外贸易机构、组织、重点企业等提供空间支持、公共配套福利和综合资讯服务。据悉，“海外贸易组织办公平台”设立在国家会展中心C幢办公楼7层，总规划面积约7000平方米。

普华永道中国上海主管合伙人黄佳认为，“6天+365天”这个平台非常重要，它为那些没来得及进博会现场的企业和采购商提供了一个交易平台，能系统地帮助大型、中小型企业进入中国市场，进一步激发市场潜力，其存在实际上是为了打造一个“永不落幕的进博会”。

上海市人民政府副市长吴清指出，上海将优化服务功能，做实做精“6天+365天”一站式交易服务平台，打造联动长三角、服务全国、辐射亚太的进口商品采购中心和集散地。

展会有期限、商机永流传

“进口博览会是我们进入中国消费市场的好机会，这次很后悔没有争取到更大的展台，下次我们还会来的。”来自德国的参展商——通内斯食品集团中国区CEO刘东说。

记者了解到，进博会开幕的第二天，就有36家世界500强和行业龙头企业集体签约参展第二届进口博览会。现在，签约数还在不断增加。

中国国际进口博览局副局长孙成海介绍，第二届招展总体规模、展期、展品范围和展位价格与首届基本上保持一致。在展区安排上，第二届进口博览会企业展将设设备、消费、食品、健康、服务五大板块；价格优惠上，将对2019年1月31日之前与进口博览会承办方签约，且承诺首付款比例不低于50%的企业，给予20%的展位价格优惠；时间节点上，报名截止日期为2019年4月30日，签约截止时间为2019年5月15日。

微软（中国）有限公司首席技术官韦青对本报记者说：“我们相信，首届进博会虽然即将结束，但是中国在进博会上展现出的持续扩大开放的信念和态势将一直延续下去。微软也将继续深化与中国的全面合作，全力推动中国与世界的广泛沟通，帮助我们在中国和世界各地的合作伙伴、企业客户，赋能数字化转型，共同发掘全球机遇。”

曾庆洪表示，今后广汽集团将充分利用进博会带来的新机遇，立足全球，打造高质量的全球产业链，开拓更为广阔的国际市场，为打造一流的世界级中国汽车品牌不懈努力。

“作为一家致力于向全球家庭提供优质健康食品的新农牧企业，恒大农牧坚持世界优质原产地法则，积极布局新西兰、泰国、西班牙、乌克兰以及俄罗斯等原产地国家。此次进博会已给了我们一个很好的机会，未来，集团还将不断扩大全球‘朋友圈’，向更大范围、更深层次、更高水平的方向迈进，不断为中国家庭餐桌增添新的世界美味。”王宇丰说。

爱博德表示，虽然进博会马上结束了，但UPM在华业务开展不会停步，小规模的投资每年都在不断进行。目前UPM还在江苏常熟等地进行着新的4000万欧元投资计划，用于扩展特种纸、文化用纸生产线，以更好地满足中国民众对环保产品的需要。

“进博会不仅在这6天给企业带来好处，之后很长一段时间，我们都将从中受益。”美国艾默生电气公司旗下品牌爱适易中国区总经理张川对本报记者说。

展会有期限，但其背后的开放进程将持续拓展，永不落幕。缪荣认为，进博会提供的平台对企业进行全球品牌的构建、全球资源获取十分有利；进博会也增加了中外企业人员交流的机会，有利于更多国际一流人才来中国寻找商机，其后续效应值得期待。

▼上海国家会展中心南广场外景。
新华社记者 陈建力摄

