



第二届中国国际进口博览会 特别报道

进博会越办越好、人气越来越旺、企业获得感越来越强——

乘兴而来 满意而归

本报记者 邱海峰

“我相信，各位朋友都能乘兴而来、满意而归！”第二届进博会开幕式上，习近平主席如是说。

参展以来，收获如何？大家给出了这样的回答——“很高兴今年有了更多的签约”“受到的关注超出预期”“进博会打开了一扇进入中国的大门”“我们已经报名参加第三届了”……

“满意”已然成为参加第二届进博会的各国新老朋友共同心声。

打开了机遇之门

“没想到会有那么多人来咨询合作，远远超出我们的预期。”新加坡城市沙爹（食品）私人有限公司采购部经理胡宝珠向本报记者谈起了她首次参加进博会的感受。

作为新加坡“网红”食品，城市沙爹来到中国的消息在第二届进博会开幕前就引起了不少“吃货”及采购商的关注。开幕以来，胡宝珠每天都在忙着招呼前来寻求合作的采购商，介绍此次带来的沙爹产品：这些可常温保存近一年，有不同样式，之前主要在新加坡机场售卖……

胡宝珠表示：“以前，我们就很想进入中国市场，可是找不到门路。进博会打开了一扇大门，让我们的沙爹产品被更多中国人了解，找到了合作伙伴。”

规模更大、质量更高，第二届进博会为来自全球3800多家参展企业提供了一个更大、更好的交流平台，让更多人从这里满载而归。智造及解决方案展区内，法国施耐德电气得到不少采购商的青睐。6天时间里，施耐德电气先后与石油化工、钢铁、商业建筑等领域的20多家企业达成合作，总签约数量较去年增加了近20%。

“进博会搭建了一个全球贸易发展的舞台，为跨国企业深耕中国市场打开了机遇之门。”施耐德电气全球执行副总裁、中国区总裁尹正对本报记者说。

德国博西家电旗下品牌博世家电第二次参加进博会，此次其展出的厨电套系组合方案数量达到新高，并首次在亚洲亮相博世家电曜黑系列套装。

博西家用电器投资（中国）有限公司董事长盖尔克说：“第二届进博会期间，有更多的专业参观者前来体验、参观，这对博西家电开拓区域市场、深化销售渠道有很大帮助。”

更多展品变商品

与参展商满满收获相呼应的是，采购商不遗余力地“买买买”。

在第二届进博会上，中国能建规划设计集团进行了不少采购，包括锅炉、汽轮机组、阀门等高端装备制造产品及工程设计软件。“目前，中国能建业务覆盖全球140多个国家和地区。与美国通用电气、奔特利软件公司等供应商进行签约，将有助于进一步加大合作

力度、提升合作层次，促进合作共赢。”中国能源建设集团有限公司董事长汪建平说。

包括中国能建在内，今年97家央企采购规模进一步扩大，共涉及87个国家和地区，比去年增加约20个，供应商达到730多家，比上年增长5%。

不仅大力采购，各大采购商也在通过多种渠道推动进博会的展品走向市场，进入千家万户。

“今年，我们又采购了一批新西兰优质食品，包括牛羊肉、奶粉、蜂蜜等，签约金额较首届增加了60%。进博会后，我们将主要通过线下销售渠道和恒大优选电商平台推出这些产品，让国内消费者便利购买。”恒大农牧集团总裁王宇丰对本报记者说。

第二届进博会期间，电商小红书分别与Swisse、澳佳宝等国际品牌达成战略合作。小红书介绍，将通过引导品牌在社区与消费者直接互动，帮助品牌打造影响力、提升销售能力，打开中国市场。已经有很多新品牌通过品牌号进入社区与消费者直接互动，也会选择在小红书首发新品。“小红书希望成为品牌和消费者之间的驱动力，帮助这些在国外市场已经拥有口碑的国际新品牌进入中国年轻人的视野和生活。”小红书创始人瞿芳对本报记者说。

东方国际（集团）有限公司董事长童继生在进博会期间宣布，6天展会结束后，进博会全部展品可优先免费进入东方国际集团在虹桥的60万平方米保税仓，并在市中心的国别中心进行销售。

继续参加第三届

“首届进博会，我们只是在瑞典国家馆里做了展示；第二届进博会，我们设立了180平方米的独立展台。目前，我们已经报名参加第三届进博会了。”宜家中国区总裁兼首席可持续发展官安娜·库丽佳对本报记者说。

记者了解到，仅在进博会开幕的第二天，就有超过20家世界500强或行业龙头企业签约参加第三届进博会，总签约数突破110家。在此之后，签约数仍在增加。

“进博会结束后，我们还会继续推进与签约企业的合作，推动签约项目尽快落地。而且，我们准备继续参加下届进博会。”尹正说，未来，施耐德电气将继续扩大在研发和本地人才培养方面的投入，携手合作伙伴实现协同发展。

今年，强生通过进博会推出了多个全球首发、中国首发的产品，受到广泛关注。“进博会是中国扩大开放、优化营商环境实实在在的举措，强生已作为第三届进博会首批正式签约企业继续参加。”强生中国区主席宋为群说。

安娜·库丽佳表示，近年来，宜家见证和参与了中国经济的腾飞，未来愿意继续与中国的发展同行。宜家将负责把从本次进博会现场回收的PET塑料瓶，再次投入宜家价值链。

“开放的中国给了我们更大商机，进博会的舞台给了我们更广阔的展示空间。”盖尔克说，中国市场是博西家电全球业务最重要的拓展平台。中国的消费力在上升，博西家电希望对此有所贡献，也希望从中受益。

新时代，共享未来。进博会办出了水平和成效，也必将越办越好。让我们共同期待第二届进博会后的“展品变商品”，期待第三届进博会！



图①：非遗传承人田亚莉（右一）在陕西非遗展区展示剪纸技艺。

新华社记者 王 鹏 摄

图②：在第二届进博会上，来自意大利的手工艺品夺人眼球。

胥昆德摄（人民视觉）

图③：“百年匠心，民族品牌”中国中华老字号展首次在进博会上亮相。图为一位茶艺师在展示茶艺。

新华社记者 陈建力 摄

图④：观众在第二届进博会品质生活展区试用新款口红。

新华社记者 刘 颖 摄

“隐形冠军”添彩进博会

本报记者 李 婕

机械手捏起绣花针

一会儿双手把握方向盘；一会儿反手轻轻拉上窗帘；中途还变换手势跟观众打招呼……在进博会装备展区，一款五指仿人机械手成了观众围观的“网红”。

“平常机器人看得多，但专门做机械手的倒不多见。”一位观众说。这家来自德国的企业雄克，70多年只专注于夹具的研发生产。

让机械手动若人手可不简单。据介绍，这款机械手跟人手大小相近，却拥有9个驱动电机、20个关节，大大增强了活动的自由度。精度也是亮点。经过不断研发，目前它可以完成人手大部分动作，甚至拿钥匙开锁、手握鸡蛋、捏取一根绣花针都不在话下。

现场玩耍只是演示，在机床设备、加工中心、自动

化生产线中，一款高精度的机械手十分关键。同样，在核能检测、高危高温等不适宜人手操作的情境下，机械手大有用处。目前，雄克在全球拥有30多家子公司，有些人将它称为“行业的领航者”。

去年参加完首届进博会后，雄克和中国伙伴的合作也越来越多。“收获令人惊喜。”雄克中国区总经理杜尚俭说。雄克公司正与国内高校和科研机构合作，未来将研发更多机器人末端产品，中外技术合作也将碰撞出更多火花。

“神奇小蓝罐”闯世界

展台面积不大，放眼望去，满是蓝黄相间的小罐，而且似乎只有一种展品。这算什么“装备”？走在装备展区，这家公司引起了记者的好奇。

上前一问，才知道是一家名为武迪的美国企业。66年

来，该公司核心业务就只生产一款产品，且使用一个配方。

这支“神奇小蓝罐”是一款适用于金属表面的多用途产品，它能解锈、防锈、除湿、电导、清洁、润滑。从门窗锁具、链条、滑轨、电动工具保养到清洁室内贴纸、口香糖、蜡笔痕迹等都得上。

产品虽小，但前来问询的观众不少。一个上午，展台工作人员已经忙得不可开交。武迪（上海）实业有限公司高级市场经理邱聪燕向本报记者介绍，产品突出的亮点一是多用途，比如在市场上你需要多种不同功能的产品来解决问题，但这支产品拥有六大功能，可以一步到位；二是安全环保，产品不含对人体有害的物质，也不会腐蚀物体表面。

“我们可以说是一款产品走天下。”邱聪燕说，作为一家上市公司，美国武迪66年来致力于这一款产品的发展，并在产品包装方面不断推陈出新，为客户带来更好的使用体验。

从机床金属件的保养、车间操作台的清洁到工具日常养护、生锈部件松解，在中国市场上，“小蓝罐”绝大部分售往工厂车间。“来到进博会，就是想告诉大家，商用高效，家用也好。”邱聪燕说。

在本届进博会上，像这样的“隐形冠军”真不少。（配图：本报记者李 婕 王峻岭摄）

底图：11月10日，第二届进博会闭幕。图为在上海国家会展中心南广场，部分工作人员合影留念。

新华社记者 才 扬 摄



▲仿人机械手
▼神奇小蓝罐

中国国际进口博览会



CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO

