

# 不一般的展会 “双循环”的窗口

## 写在第三届进口博览会倒计时100天之际



在第三届进博会消费品展区展前供需对接会上,参展商和采购商线上对接。  
新华社发

### 不一般的展会 超常规的筹备

受疫情冲击,世界经济面临严峻挑战,贸易保护主义持续升温。第三届进博会的如期举办,本身就是一个重大的政策宣示,意义非凡。

很多一流企业对此感受强烈。“世界500强和行业龙头企业的平均展览面积将比第二届增加14%。更大的展示面积,体现了参展企业对进博会和中国市场的充分认可。”中国国际进口博览局副局长孙成海表示。

展览规模更大——

第三届进博会企业展规划面积36万平方米,比第二届增加6万平方米。全球企业参展热情不减,签约企业参展面积已达到规划目标,其中,消费品、医疗和服务贸易等三个展区的签约面积已超过规划面积,再现“一位难求”。

德国卡尔克鲁斯焊接技术责任有限公司是一家“百年老店”,公司亚洲地区技术与销售主管希勒说,中国是其在德国之外的第一大市场,企业去年参加第二届进博会收获满满,决定将第三届的参展面积从60平方米扩展到100平方米。

展区设置更优——

第三届进博会结合全球热点和行业发展趋势,新设公共卫生防疫、节能环保、智慧出行和体育用品及赛事等四个专区。

体外膜肺氧合机(ECMO)、呼吸机、防护装备、试剂盒、检测分析仪器、医学影像设备……首次设置的“公共卫生防疫专区”展览面积超过1万平方米,除了集中展示全球防疫新成果,还将举行配套活动,邀请各方共同探讨公共卫生防疫行业的发展趋势。

展商质量更高——

世界500强和行业龙头企业积极参展,数量已达到往届规模,不少企业将携带新产品、新技术、新服务进行“全球首发、中国首展”。

第三届进博会上,美国瓦里安医疗系统公司将带来集成“光学体表影像智能监测系统”的高端直线加速器的亚太首发,以及被用于肝癌介入化疗栓塞、动静脉畸形和血管瘤等的载药微球的中国首发。

不一般的展会,对应的是超常规的筹备。

疫情之下,进博会筹备“步履不停”。从今年2月开始,第三届进博会引入了云报名、云签约、云路演等方式,“非接触方式筹备”让全球企业在云端也可以“屏对屏”交流。

即使是在举办场所国家会展中心(上海)封闭管理期间,这里的深夜依然是灯火通明,在视频会议等信息技术的帮助下,“进博人”以24小时不休的“世界时间”洽谈对接。

在过去的几个月里,全球上千家企业在屏幕前参加了云路演活动,全国各大交易团提前大半年收到了参展商名单,虹桥国际经济论坛高端对话专题活动在上海举行……第三届进博

会各项配套活动及准备工作如期进行。

### 疫情挡不住热情 新朋友旧友纷至沓来

老朋友坚定续约,甚至“一口气签三年”;新朋友纷至沓来,一大批全球巨头宣布将首次参展——疫情挡不住热情,“进博磁力”不降反升。

优衣库母公司日本迅销集团一举拿下1500平方米的展位;历峰集团将携卡地亚、伯爵、江诗丹顿等一批奢侈品品牌集体亮相;法国米其林集团在连续两届观展进博会后,选择继续签约……一大批“新面孔”亮相,进博朋友圈不断拓展。

他们看中的是“进博平台”上的首秀效应。

欧莱雅中国总裁兼CEO费博瑞介绍:“今年,欧莱雅不仅将带去新产品,还将展示美妆科技转型的新技术,以及瞄准可持续发展的更多绿色应用。”

他们看中的是“进博窗口”里的消费潜力。

在国家会展中心(上海)一街之隔的进口博览会“6天+365天”常年展示交易服务平台——绿地全球商品贸易港里,进博展品“变身”成为进入千家万户的商品。

“从海外到上海,从上海走向全国各地,这就是进博会的溢出效应。”绿地全球商品贸易港集团总经理薛迎杰说,贸易港带着进博商品不断走向全国更多城市,目前已经在哈尔滨、西安、贵阳、成都、昆明、宁波等地布点,进博效应加速辐射全国。

他们看中的是“进博纽带”中的抗疫合作。

26日,第三届进博会参展商联盟首次成立公共卫生防疫专委会,一批“进博企业”开启携手抗疫模式。

第三届进博会公共卫生防疫专委会副会长单位雅培快速诊断业务大中华区总经理仇建平说,下一步,雅培将携手更多行业伙伴,探索新的解决方案和合作模式,助力中国以及全世界抗击新冠肺炎疫情。“雅培将在600平方米的展位上展示涵盖生命各阶段的创新产品和解决方案,并亮相首次设置的公共卫生防疫专区。”

参展企业热情十足,主办方回应诚意满满。一揽子保障工作已经启动,一系列创新措施正在推出,助力全球展商更好发掘中国机遇。

作为举办地,上海将持续在“好”字上做文章,在“精”字上下功夫,进一步推进服务保障的机制化、精细化、智慧化。根据疫情形势,上海正在研究制定境外参展参会人员入境“快捷通道”方案。同时,也将更加注重线上线下融合,积极探索“云展览”“云端论坛”等新模式。

海关总署口岸监管司副司长党晓红介绍,在延续往届进博会支持措施的基础上,第

三届进博会将新增税款保证保险担保和展品转特殊监管区开展跨境电商的便利措施,加速实现“展品变商品”。

### 构建“双循环”窗口 为全球经济注入新动能

面对疫情冲击,我国不断破题“国内国际双循环”格局,进博会就是最重要的窗口之一。在稳住中国经济基本盘的同时,也为全球经济注入新动能。

“在今年疫情背景下,举办第三届进博会,继续扩大进口,坚持对外开放,充分体现了中国负责任的大国担当,对全球经济恢复增长、建设开放型世界经济具有特殊重大意义。”上海市人民政府副秘书长、进博会城市服务保障领导小组办公室副主任尚玉英说。

贸易促投资加速落地。资生堂、达能、勃林格殷格翰等先后宣布在上海建设研发中心,松下在浙江和广东连续启动两个新工厂……疫情下,“进博承诺”依然不变,给外资企业吃下了“定心丸”。

“进博会是一颗‘定心丸’,给予我们继续扎根中国发展的坚定信心,现在,我们进口的不仅仅是产品,而是整条生产线。”瓦里安全球资深副总裁兼大中华区总裁张晓说,企业在疫情期间仍加码投资中国,第二届进博会上展出的高端直线加速器生产线今年3月正式落地,北京成为瓦里安在全球最全产品线的研发和生产基地。

贸易扩消费新招迭出。今年受疫情影响,不少参展商对进博会更为看重,也改变了参展策略。在绿地全球商品贸易港,南非进口馆把即将在第三届进博会上展示的新品——南非牛肉放在馆内展示,引来消费者驻足。

在前不久举行的上海“五五购物节”上,这款南非牛肉已售出1.2万份。南非进口馆负责人王军玲认为,这种方式能帮助南非商品以更低成本和更高效率打入中国市场。

更多的溢出效应还将加速落地。国家会展中心(上海)附近的虹桥商务区保税物流中心里,意大利的葡萄酒、比利时的冰激凌、希腊的橄榄油等一大批进博展品已经提前进关。上海虹桥国际进口商品展销有限公司总经理蔡军说,以前展商只能小批量空运商品参展,参展后还需要退运出境,如今能以大批量的贸易形式先行来到保税物流中心,在参展完成后变身商品。

“在新冠肺炎疫情防控常态化的新形势下,全球经贸发展的不确定性和全球产业链、供应链的不稳定性明显提升,需要各国共同努力,推动更大的开放和更好的合作。”世界经济论坛大中华区首席代表艾德维说。

上海WTO事务咨询中心理事长王新奎认为,云集了全球企业的进博会,能够很好地扮演全球供应链“稳定器”的作用,助力世界经济恢复增长。

(新华社)

距离第三届中国国际进口博览会还有100天,尽管疫情仍在全球蔓延,但作为世界上第一个以进口为主题的国家级博览会,进博会已明确将于今年11月在上海以线下方式举办。

“逐步形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”——疫情之下,进博会将成为构建“双循环”格局的一扇窗口。通过一系列创新举措,中国将不断放大进博会的溢出和带动效应,给世界带来更多互利共赢的机会。