

累计意向成交711.3亿美元!

第二届进博会经贸合作成果丰硕

第二届中国国际进口博览会10日闭幕。中国国际进口博览局副局长孙成海介绍,此次进博会交易采购成果丰硕,按一年计,累计意向成交711.3亿美元,比首届增长23%。

孙成海在当日举行的第二届进博会闭幕新闻通气会上说,第二届进博会延续“新时代,共享未来”的主题,共有181个国家、地区和国际组织参会,3800多家企业参展,超过50万名境内外专业采购商到会洽谈采购,展览面积达36万平方米。截至10日中午12时,累计进场超过91万人次。

本届进博会经贸合作成果丰硕。孙成海说,与首届相比,企业商业展规模、质量、布展水平均实现了新突破。据初步统计,全球或中国大陆首发新产品、新技术或服务391件,高于首届。进博会正逐步成为各行业新产品、新技术发布和交易采购的首选平台。与此同时,第二届进博会期间,共举办380多场配套活动。

5日,虹桥国际经济论坛举行,由开幕式主论坛和5场分论坛组成,4000多名来自全球政商学研各界嘉宾出席。

此外,本届进博会展会服务更加优质。上海市商务委主任华源介绍,上海在主要口岸开设了进博会服务专窗和专用通道共计125个,全天候服务进博会人员及展品进出,通关效率较首届提高62.5%,最快展品通关只需15秒。

“进博会的吸引力和国际影响力持续提升,作为新时代国际合作重要平台和国际公共产品的作用进一步增强,为建设开放型世界经济,推动构建人类命运共同体注入新动力、作出新贡献。”孙成海说。

据新华社



11月10日拍摄的上海国家会展中心一角。

新华社发

■ 相关阅读

有味、有趣、有料、有品 从进博会透视消费升级“密码”

智能8K电视机、来自意大利的红酒和橄榄油、重量超过250公斤的蓝鳍金枪鱼……第二届中国国际进口博览会上,一批好吃、好玩、好用的展品受到观众和采购商的关注,进博会成为观察国人消费升级的重要窗口。

有味:全球美食大PK

6日中午,在第二届进博会食品及农产品展区,来自西班牙的蓝鳍金枪鱼举行“开鱼”仪式,这条重量超过250公斤的金枪鱼让现场参展者大饱口福。

随着国人消费能力不断提升,金枪鱼已经进入大众的餐桌。数据显示,去年,我国金枪鱼消费量超过1万吨。

印珊是一家意大利橄榄油企业的营销总监,首届进博会因错过报名时间没能参展让她十分遗憾,今年进博会,她想要结识更广泛区域的更多合作伙伴。

“以往我们主要盯着北上广的高端西餐店,这些地区市场逐渐饱和。希望通过进博会进一步拓展市场,让个人消费者可以通过超市等渠道买到我们的产品。”印珊说,目前江苏、四川等地的消费者可以在超市买到该品牌的橄榄油。

随着销售渠道拓展,消费者买外国货不再只依靠“肩背人扛”或“代购”,线上线下相互交融的格局让购物过程更方便。西班牙橡雅伊比利亚公司董事长周建国说:

“我们原本只想做一些小众市场,没想到中国市场这么大,下一步计划进军批发市场。”

有趣:服务消费更旺盛

在上海国家会展中心北广场的户外展区,进博会冰雪体验区吸引了不少参展者一显身手。在法国连锁度假村地中海俱乐部展区一台类似跑步机的设备上,体验者可以脚穿滑雪板在无雪环境下体验滑雪的乐趣。

地中海俱乐部总裁亨利·吉斯卡尔·德斯坦表示,本届进博会,地中海俱乐部签约两国国内滑雪场,进一步拓展市场。“得益于北京冬季奥运会这一契机,在国家政策推动和消费者需求日益增长的背景下,中国滑雪市场正呈现欣欣向荣的发展景象。”

记者在进博会发现,在实物商品消费不断增长的同时,消费者服务性消费需求进一步释放。

业内人士表示,食品支出占整体消费支出的比重下降,服务性消费占比提升,反映了我国消费结构的升级。随着市场环境进一步改善、文化旅游产业不断壮大、便捷支付方式推广升级,我国居民服务性消费需求将得到进一步满足。

有料:“硬核”科技产品人气足

在进博会的高通展台,8款5G手机受

到参展者关注。观众杨先生拿起一部5G手机,点开测速软件,100、200、500……手机下载速率一度超过800Mbps,这让第一次体验“5G速度”的杨先生大为感叹,“这是4G速度的十倍都不止,也想换一部5G手机。”

5G飞入寻常百姓家。以上海为例,到今年10月中旬,申城共计开通11859个5G基站,实现核心城区5G覆盖,力争在年内完成外环线以内主城区的基本覆盖。

随着5G网络覆盖范围越来越广以及更多5G手机的推出,越来越多消费者将体验到5G的“畅快”。高通中国区董事长孟樸说:“中国在全球的5G发展进程中发挥着重要的影响力和引导力,中国力量也正在加速全球5G商用进程。”

中国市场很大,这让进博会成为中高端电子产品比拼的舞台。在三星展台,85英寸的8K电视所呈现出的细腻画质让人赞叹。展台工作人员介绍:“尽管现在8K片源还不多,但硬件设备一般都会走在内容前面,我们很看好中国消费者的购买力和市场前景。”

有品:潮流“尖货”塑造美好生活

来自韩国的化妆品公司爱茉莉太平洋集团今年精选11大品牌、近400件展品参加第二届进博会,展品数量比去年翻番。爱茉莉太平洋集团中国市场部总经理高辛说,企业将更多的研发力量和新品优先投入中国市场。

首届进博会,爱茉莉太平洋展示了首创的定制面膜技术。本届进博会,爱茉莉太平洋又带来了“量肤定制”的个性化美妆体验,包括先检测后护理的智慧光疗美容仪、“混玩唇色”现场口红秀等。

引入更有品质的商品、更具潮流感的“尖货”,近年来开市客、奥乐齐等新一批外资超市加速进入中国市场。沃尔玛旗下高端会员制商店山姆会员店也表示,预计到2022年,在中国的门店数量将达到40家。

毕马威中国零售及消费品业主管合伙人钱亦馨表示,对零售企业来说,以价格为主导的同质化零售已经走不通,未来相关企业应该注重选品,同时加快数字化转型,进一步打通线上线下的销售渠道。

据新华社

■ 相关新闻

第三届进博会 签约报名企业超230家

第二届中国国际进口博览会10日闭幕。截至目前,已有230多家企业签约报名第三届进博会企业展,展览面积超过8.4万平方米。

中国国际进口博览局副局长孙成海在第二届进博会闭幕新闻通气会上介绍,在本届展区布局、题材设置等方面进行新尝试的基础上,为实现更科学、更合理的展区布局,第三届企业商业展将分为四大主题板块,分别是:技术和装备板块、消费品和智慧生活板块、食品和农产品板块、服务和健康板块,将设置服务贸易、汽车、消费品、技术装备、医疗器械及医药保健、食品及农产品6个展区。

“中国市场对我们来说非常重要。”资生堂中国区总裁藤原宪太郎说,在首届进博会开始的第二天,他们就积极报名签约参加第二届进博会,现在也是提前一年签约参加第三届进博会。

截至目前,已有230多家企业签约报名第三届进博会企业展,展览面积超过8.4万平方米。其中,世界500强和龙头企业超过80家,展览面积超过5万平方米。

据新华社

■ 相关链接

国际社会高度评价 第二届进博会

卢旺达对中国举办进博会感到“非常高兴”,卢旺达和其他非洲国家希望能通过进博会增加贸易收益。

——卢旺达总统卡加梅

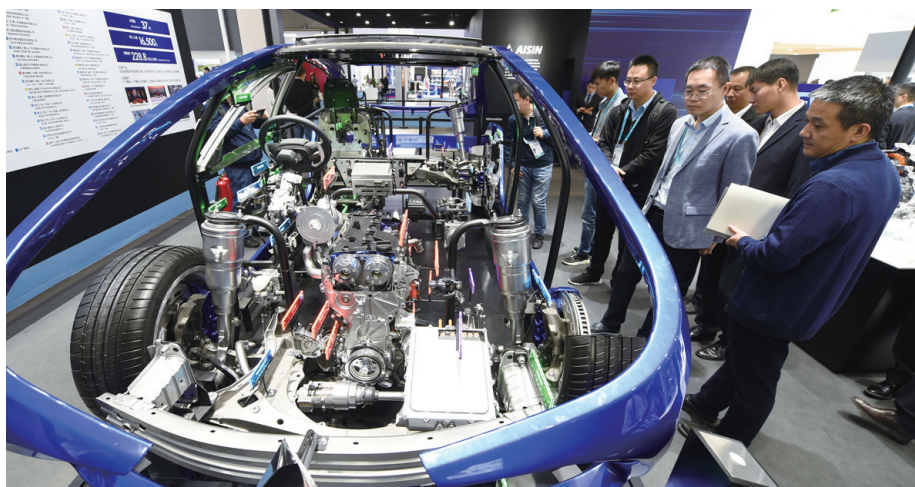
进博会是世界维护和加强与中关系的重要纽带,是世界与中国这个世界第二大经济体和快速增长的消费市场进行对接的绝佳机会,华盛顿州企业借此可以在华巩固现有市场,开拓新市场。——美国华盛顿州商务厅厅长莉萨·布朗

进博会是中国奉行开放贸易政策的鲜明例证,中国积极邀请全球企业进行合作、向中国市场供应产品。进博会是外国企业进入中国的一扇“大门”。——俄罗斯亚洲工业企业家联盟主席维塔利·曼克维奇

中国消费者对优质农产品和食品的消费需求很高,这正是巴西在本届进博会上的工作重心。进博会是巴西企业非常重要的展示舞台,明年将组织更多巴西企业再来进博会。——巴西贸易与投资促进局农业总监伊戈尔·布兰当

通过参加进博会,希杰集团得以更深入地了解中国消费市场。中国实行了大规模的减税降费政策,并持续出台大幅度的市场开放政策,中国越来越开放的姿态及持续优化的营商环境,让外企在中国发展越来越有活力。——韩国希杰集团中国总部副总裁朴恩模

据新华社



11月10日,在汽车展区,参观者观看一款日本爱信公司的概念车。新华社发