



第三届中国国际进口博览会 特别报道



责任编辑 陆如煮

www.shfzb.com.cn

2020年11月9日

喜尝进博甜头 参展商抢明年"C位"

"老熟人"参展面积连年翻番 "新面孔"成立公司深耕中国

□法治报记者 陈颖婷 夏天

"这是我们最想要的展位,现在终于提前锁定明年进博会的位置,我终于心定了。"在交付定金,将写有"已售出"字样的不干胶粘在展区示意图后,恒天然集团大中华区副总裁韩励舒了口气。第三届中国国际进口博览会开展仅仅3天,明年进博会的展位就已被参展商"抢购"。昨天,记者从第四届进博会参展商带图销售现场活动了解到,明年进博会半数的乳品展台已"名花有主"。

参展面积连年翻番

昨天上午9点30分,恒天然 集团大中华区副总裁韩励等多家乳 品企业负责人就等在了第四届进博 会展位预订办公室门口,预订明年 进博会的展台位置。

在支付了展位 20%的定金,办理了相关手续后,韩励将一张印着绿色"已售出"字样的不干胶贴贴在了"第四届进口博览会食品展区乳制品专区带图销售示意图"的一块 240 平方米的展位方框内。

韩励指着展位图上7号门附近 的 240 平米展位告诉记者, 恒天然 是最早的一批签署进博会三年合作 备忘录的企业之一, 三年来展台面 "第一届参展面积 积一翻再翻。 50平方米,第二届面积翻倍,今 年又再次翻倍。"韩励说, 展位一再扩大, 今年进博会展台还 搞起了快闪直播,面积有点不够 用。"为此, 当听说讲博会今年首 次尝试带图销售, 她与同事便提前 做了调查。此次选中的新位置,靠 近主通道,人流量很大,因此她对 第四届进博会更有信心了。 我的脑海中已经在想象明年怎样布 展,如何扩大展出效果了。"韩励

展位越早拿下越好

随后,雅士利副总经理朱国刚 也在展位图上核心区域的展合位置 贴上了绿色标签。与该展合相连的 还有两个展台贴着"已预订"的蓝 色标签。尽管拿下了心仪的位置, 朱国刚却显得并不轻松。原来,紧 邻的两个展台也是雅士利所属的蒙 牛集团的"目标展台",集团下的 3家品牌将组成联合展台,3个展位加起来有近600平方米。说起这3个展位,朱国刚说,这两天他与同事们一直在实地走访调查场地,选取了最合适的场地。

"我们集团今年要拿下3个展位,我先标了这一个,另两个已经在走流程了,我一会儿还得在内部再催催。"在朱国刚看来,进博会上展位太抢手,越早拿下越好。据悉,雅士利今年展位有207平方米,比去年增加了一倍。

"新面孔"也有展示舞台

与这些进博会的"熟面孔"不同,还有一些相对"面生"的企业也加入了"抢位大战"中。萨普托乳业(中国)有限公司乳制品市场经理许承斌就锁定了今年相同的位置。"我们一方面是出于展出效果的考量,另一方面是非常看好中国市场。"许承斌告诉记者,公司参加了首届进博会以及第三届进博会,唯独"缺席"了第二届进博会。原来,参加了首届进博会后,公司感受到了中国市场的强大吸引力,于是为了更好地深耕中国市场,公司干去

年成立了中国子公司,因为组建事 宜关系,错过了第二届进博会。而 公司的远见也在今年进博会上有了 印证,第三届进博会期间,萨普托 与战略合作伙伴达成的合同总额已 经超过1亿元人民币。

"我们既是进博会的老朋友,也是新面孔。"蜜儿乐儿中国区对外事务部总监杨鹏看中了一个200平方米的展位。据她介绍,前两年蜜儿乐儿随丹麦商务联合展团参展,今年是首次独立参展。在她看来,进博会让各类企业都有了用武之地。"无论是世界五百强,还是中小型企业,或者是刚刚进驻中国的外国企业都能通过这一优质平台,来展示企业的优势。"她透露,第三届进博会期间,蜜儿乐儿已经和合作伙伴签署落地了2-3亿欧元的订单,明年第一季度,新品果泥吸吸乐也将上市。

半数乳品展位已被"抢订"

过去展商签约时只能预订面 积,而无法预订位置。从第四届进 博会开始,消费品展区日化美妆板 块、医疗器械及医药保健展区药品 板块、食品及农产品展区乳制品区域 先行试点参展商带图销售活动。

据进博会食品及农产品展区负责人应健介绍,根据今年制定的带图销售规定,展商只要提前签约、办手续并支付 20%以上的定金,资金一到位,就可以提前锁定自己选定的展位,"蓝色'已预定'标签表明展商已签署意向合同并预付定金,绿色'已售出'标签表示流程走完,款项到账,正式拿下展位。"

据悉,第四届进博会企业参展热情高涨,食品展区一位难求,规划的乳品专区展位已经售出超过50%,"此次的带图销售活动,将逐步推广至其他展区,签约进度提升了50%以上。"

"我们希望从明年开始,参照世界展览业通行的参展商自主决定展位的方式,逐步探索展商自主决定展位的市场化方式。"应健说。



法眼看进博

□法治报记者 陈颖婷 夏天

从宜家的"可持续的家"、保 洁公司电商直发包装"小绿宝", 到几乎所有汽车厂商都带来最别 的新能源车型……进博会在打造 科技创新的同时,一大批体现绿 色、环保、可持续发展理念的展 品在本届进博会上发布或首秀, 展示后疫情时代中国市场的"绿 色消费"需求。

绿色是生命的象征、大自然 的底色,更是企业生存与发展的 首要条件,它也成为了进博会最 亮的一抹底色。

进博会给我们展示的宜居生

"绿色"成为

展会最亮底色

让我们用科技的力量、科学 的思维去践行环保理念,提倡更 健康生活方式,如减少制造垃圾, 为建设绿色中国贡献力量。

全国首部3D爱眼科普读物亮相进博会

以互动有趣的方式让儿童学会爱眼护眼知识

□记者 陈颖婷 夏天

本报讯 昨天,由教育部智库中国寿育科学研究院相关专家牵头编著的首部儿童爱眼护眼科普立体书《我们的眼睛》在第三届中国国际进口博览会上正式发布。该立体书旨在通过生动活泼、互动有趣的表现方式,让儿童自主探索眼睛的秘密、了解近视的成因和危害、学会爱眼护眼知识,养成科学用眼的好习惯。

国家卫健委 2019 年 4 月公布的数据显示,中国青少年儿童总体近视率为 53.6%。而教育部日前披露的数据则表明,与 2019 年年底相比,今年上半年学生近视率增加了 11.7%,其中小学生近视率增加了 15.2%,初中生近视率增加了 8.8%。高中生近视率增加了 3.8%。

《我们的眼睛》3D 立体书以6至8岁的儿童作为核心读者群,辐射带动3-5岁、9-12岁的儿童,以互动、沉浸、灵动为主要特色,帮助儿童提高爱眼意识,助力儿童青少年近视防控。

该 3D 书项目的主要负责人、 中国教育科学研究院刘芳丽博士 表示: "在我国,公众普遍缺乏视觉健康知识,市场上针对低龄儿童视力健康保护的趣味科普读物供给不足。《我们的眼睛》3D立体书互动性强、趣味性强,表现手法适应儿童认知发展规律,同时也是家长、教师、学校管理者开展近视防控教育的好帮手。希望它可以弥补近视防控科普立体书市场空白,在儿童和青少年的近视防控方面发挥重要作用。"

依视路集团大中华区总裁及全球仪器部总裁杜马诺先生表示: "在本届进博会上,我们非常高兴能够协助政府和专家出版中国首部 3D 爱眼科普读物。面对青少年近视问题日益严峻的挑战,我们期待携手各方力量,共同守护中国青少年眼健康。"

在支持创新科普读物编撰和 发布的同时,依视路也致力于联 合线上平台,利用数字化力量加 速推进眼健康知识科普。作为依 视路与腾讯整体战略合作的一部 分,其所支持的独立知识平台 "知视局"和腾讯将合力构建面 向大众的眼健康教育知识体系。 腾讯与"知视局"将整合各自专 业优势和技术资源,通过眼视光 领域知识图谱共建、科普内容共建 共享、科普平台共建、线上线下双 向联动的主题活动策划,推出面向 大众的全生命周期眼健康管理体 系,提高公众的眼健康管理意识。

据悉,在进博会期间,依视路 正式全球首发其跨时代的星趣控镜 片。依视路与温州医科大学附属眼 视光医院共同进行的两年临床实验 结果证明了星趣控在减缓近视发展 方面的有效性,是目前依视路效果 最理想的近视控制镜片。根据两年 临床试验结果显示,在提供清晰视 野和舒适佩戴感的同时,对每天佩 戴星趣控镜片超过 12 小时的儿童 戴星趣控镜片超过 12 小时的儿童 戴星越控镜片的儿童减缓了 67%;并 且,这些儿童中有超过四分之一近 视度数在首年中无加深。

温州医科大学眼视光医学部主任、温州医科大学眼视光医院集团任、温州医科大学眼视光医院集团总院长瞿佳教授则强调: "在开展近视防控工作的过程中,家长、学校、社会的重视非常重要。有效预防青少年近视要注意科学的方法,及早进行科学干预。如果已经出现了近视的情况,更要采用科学手段,延缓近视发展,避免出现更糟糕的情况。"

"东方美谷"向更多参展企业发出邀约

□记者 夏天 陈颖婷

本报讯 记者获悉,第三届中国国际进口博览会开幕后,埃顿、东方美谷、宝洁、欧莱雅、资生堂、光明集团等"东方美谷"入驻企业的展区,体现了"东方美谷"的成长、壮大,也向更多参展企业发出了来自奉贤的邀约。

展会期间,埃顿集团与杭州湾 开发区举行了战略合作签约仪式。 据了解,这个与中国中铁、中建、 国药集团合作,给"一带一路"国 家提供医疗智能解决方案和智慧物 业资产服务的集团,将投资 20 亿元,在开发区建立企业总部,开展 以国际总部为龙头发展产业链配套 招商落户,建设埃顿道达尔新能源 总部项目与埃顿国际智慧园区项目,

建成后预计年产值将达 35 亿元以

上, 税收贡献 3 亿以上。

招商引资方面,据悉"仙地" 等品牌即将人驻东方美谷。

据介绍,当前奉贤区正抢抓自贸区新片区、新城建设、乡村振兴等重大发展机遇,以"东方美谷+未来空间"为战略发力点,全力打造"新片区西部门户、南上海城市中心、长三角活力新城",建设"两城理念"实践区、"未来之城"新样式,不断实现人民对美好生活的新向往。

其间,奉贤将借助进博会平台,依托上海"大市场",竭力推进东方美谷建设,将其打造成为各类美的集成区,形成强大的美丽健康产业链。期待与越来越多美丽健康企业携手共进,在新城建设、产业发展中找到最佳结合点,实现互利共赢、共创美好未来。

"长阳创谷"欢迎更多优质北欧企业

□记者 夏天 陈颖婷

本报讯 日前,北欧可持续发展城市项目总结会暨中国-北欧可持续发展医疗产业合作研讨会,在第三届中国国际进口博览会会场和上海杨浦长阳创谷会场举行。活动通过总结北欧可持续发展城市项目的成功经验,聚焦中国北欧医疗产业深度合作,采

用线上线下结合的方式,为北欧 企业落地中国市场进行对接。

据了解,杨浦与北欧历来有着良好的经贸合作。世界最大的综合设施服务企业丹麦欧艾斯集团,和有"丹麦质量标志"之称的班安欧公司,均在杨浦设置了地区总部,北欧创新中心也落所杨浦长阳创谷。通过吸引优质北欧企业来到杨浦,并和优质的科

技创新企业以及相关基金和创投对接,通过进博会的溢出效应,杨浦愿集聚资源,携手各方,一道共享发展机遇、共创美好未来。

本次活动依托第三届进博会, 有力推动海外大众创业万众创新周 与进博会溢出效应之间的结合,实 现从创新创业到商业落地的有效嫁 接和转化,推动项目成果落地实践, 打造全球区域合作的示范效应。