



# 第二届 中国国际进口博览会

NEW ERA  
SHARED FUTURE



## 进博会观察

■本报记者 李蕾

第二届中国国际进口博览会开幕第二天,交易团签约火热,一拨又一拨的热情观众,令展商惊喜连连。规模更大,企业更多,展品更新,进博会的风采如约展示。但记者走访多个展区发现,与首届进博会相比,一些看似不那么亮眼的变化也正悄无声息地发生。

### 从采购商变身参展商

家乐福连续参加了两届进博会。不同的是,家乐福参加首届进博会是以采购商的身份,而今年则变成了“参展商”。

家乐福中国区公共事务部张亮告诉记者,去年,家乐福在进博会现场直接采购了6000万元人民币的商品,意向采购10亿元人民币。今年12月,家乐福将首次引进意大利安格斯牛肉到中国,在北京、广州、上海等地销售。

在首届进博会上,家乐福看到了巨大的商机。今年“转身”变为参展商后,记者在其展台上看到,100多平方米的展区内,摆放着琳琅满目的商品。家乐福华东区公共事务部徐莹表示,这次主要展示的是家乐福的自有品牌,大多是法国、意大利传统工艺的商品。“这其实也是消费理念的一种转变。以往,大家可能认为精加工的食品才是最好的;但其实,最大程度地保留食品的原汁原味,也是另一种消费理念。”徐莹深有体会地表示,进博会这一平台,就好像桥梁一般“沟通”买卖双方,让买方开拓视野的同时,也让卖方更了解顾客需求。

从“采购商”变身为“参展商”,家乐福感受到的不仅是身份的转变,还有更多的贸易便利化。家乐福负责产品采购的工作人员告诉记者,现在通关更便捷了,以前卫检证书需要1个月左右才能下来,现在只

# 进博会中,他们在“变”



昨天,展馆刚开,便有大批来宾前来参观,还没进入馆内,欣喜和惊奇就已写在脸上。 本报记者 李茂君 摄

需要2周左右,商检部和海关手续也便捷很多。不仅速度快,可进口的产品种类也变得更为繁多。尽管,进口商品在家乐福中国市场的销售中仅占个位数,但是,“让消费者接受更多来自全球各地的产品是未来的趋势。”的确如此,现在在家乐福的进口商品中,除了食品,洗化产品、红酒、化妆品等等也越来越多。

从“采购商”的“买买买”,到“参展商”的“集中展示”,来自全球各地的企业在进博会开放的舞台上合作双赢,共享成果。

### 从观展到参展

“去年,我们虽然没来参加进博会,但是我们很关注这一展会。”说起首届进博会,加

拿大圣纪施美生产总监夏芳略显遗憾。“看到首届进博会上,出现了不少高端消费品的身影,我们今年抱着试试看的心情来参加了第二届进博会。”

圣纪施美来自加拿大,专门生产高端羽绒类的床上用品。夏芳告诉记者,之所以没有参加首届进博会,是因为当时担心中国消费者对产品的认知度,以及中国市场的接受度。“但是,去年参展商对进博会的反馈,令我们心动了。”

今年,圣纪施美带来了他们的精品——能抵御零下65摄氏度的冰雁绒。“每盎司羽绒里约有200万根蓬松的细丝层叠出,以保留人体散发出的热量,最大地阻隔外界的寒冷。”现场工作人员介绍,这款羽绒被的原料来源于加拿大雪泽林野生灰雁的鸟巢,而

非捕捉后屠杀。每年,采集者在加拿大魁北克省圣劳伦斯河沿岸的一个特殊鸟类保护区手工采集并分拣,年产量仅200公斤,每年仅生产200床-300床羽绒被。

面积不大的展厅内,放着一床床雪白、温暖、舒适的羽绒被,观展客流驻足停留,或用手轻轻揉搓蓬松的羽绒后感受它所带来的温暖,或轻轻抚摸被子面料感受它的舒适。“来了进博会以后,我们发现,中国市场比想象中的大很多,中国消费者的理念正在一点一点改变,他们以一种开放的态度去接受更好、更品质的生活。”

### 从“专业”展到“综合”展

这是青雅藏钟进口商第二次参加进博会。6.2品质生活馆一进门,就会看到一排排来自德国传统工艺的古典时钟,精致的表盘,精准的走时、悦耳动听的敲击声……这些都吸引了不少观众。

“众所周知,金属的热胀冷缩会引起机械走时的不准确。”现场工作人员耐心地讲解着古典时钟的精湛工艺,“来自德国的工艺,采用不同金属材质交替使用,以调节走时的准确性。”记者不仅好奇,钟表属于专业品类,为何这家展商连着两年来参加产品综合的进博会?

青雅藏钟进口商CEO叶振强笑着说道:“以前,我们年年参加专业钟表展,这对我们来说太熟悉了,观展客流都是老面孔,甚至今年就知道明年会有谁来;而进博会吸引了全国乃至全球的观众,不仅是舞台大,更重要的是,在进博会这个综合会展平台上,会有很多意想不到的新面孔成为我们的‘潜在客户’。”

日本的MTG品牌,今年也是第二年参展,今年的展区面积约220平方米,大约是去年的2倍以上。“首届进博会后,店铺的知名度、关注度有了很明显的增量,更带动了线下的销售;因此,今年我们毫不犹豫地继续参展。”MTG上海管理部部长黄永春告诉记者,相比专业的家居展,进博会的力度更大,对海外品牌的包容度更好。和去年相比,今年的参展商品在通关、卫生许可方面都便捷了很多。原本很头疼的“备案”流程今年更简化、更高效;原先摸不透的流程,现在变为线上操作,很方便,信息也很通畅。黄永春表示,中国14亿人口是一个巨大的市场,MTG将加强在中国市场的投入,不断拓展各层次的中国市场。

太阳每天都是新的。从这些参加进博会的企业和人们发生的变化中,您感受到一个巨大平台的新鲜热度和精彩活力了吗?

# 新时代 共享未来

# 宜居宜业

## 以高质量发展创造高品质生活



# LIVABLE AND SUITABLE

