



首届中国国际进口博览会昨日圆满闭幕,6天时间里,3600多家企业参展,超过40万名境内外采购商到会洽谈采购。丰硕的经贸成果,一流的保障服务,让收获满满的参展商纷纷点赞,并对明年的第二届进博会充满了期待。昨天记者随机采访了多位中外展商,了解他们对此次进博会的看法。

青年报记者 范彦萍 刘春霞 周胜洁

参展商为首届进口博览会点赞:丰硕成果对中国市场更有信心 在中国找到更多更好的机会

■展商点赞

搭上中国经济发展的快车

昨天,在7.2馆(食品与农展品展区)记者邂逅了高雄市世贸会展协会理事长何玲玲,她表示此次高雄市世贸会展协会成功组织台湾优质企业在7.2馆展出,展出面积近两百平方米,参展的厂商有台湾区茶叶公会,台南知名百年酵素统芳生物科技,嘉义传承一甲子的好味道的嘉利食品,荣获台湾第一品牌奖的富郁国际,台湾谷物外销大厂钰统食品,在台湾传统休闲美食领域耕耘数十载的安堡食品,台湾最大的鱼丝、鱼片制造厂正合味食品,闻名全台的“怡康矿泉水”的润泉国际,百年传承营销国际的竹叶屋、要求健康养生的仁师傅休闲食品的汉坤国际,代理台湾众多知名食品品牌的宏金富。

何玲玲表示,进博会是全世界第一个以进口为主题的大型国家级展会,是本世纪的伟大创举,是一个买全球、卖全球的开放性平台,希望能让中国台湾厂商透过这历史性的展会,能搭上中国经济发展的快车,走向世界。

她认为,中国市场巨大,消费和进口快速增长。中国拥有全球最多的人口,是全球第二大经济体、第二大进口国和消费国。目前,中国已经进入消费规模持续扩大的新发展阶段,消费和进口具有巨大增长空间。未来五年,中国将进口超过10万亿美元的商品和服务,为世界各国企业进入中国大市场提供历史性机遇。此展会规模



中外展商点赞进博会。

青年报记者 常鑫 摄

盛大,配套活动丰富精准,有约100多个国家和地区的企业参展并举行供需对接会、行业研讨会、产品发布会等配套活动。“可以预见,首届国际进口博览会,将带动整个全中国的发展。也是为世界各国企业进入中国大市场的历史机遇,期盼中国国际进口博览会成为全球年轻人才实现梦想的地方,推动开放型世界经济的推手。”

俄罗斯SLC丝路集团的展商冯欢强表示,作为中俄经贸文化合作的积极促进者,进博会期间该集团组织了一些列极具吸引力的高品质文化健康传播活动。除了棋王卡尔波夫车马轮战,还包括俄罗斯特色音乐剧表演和

画展、中俄青年创业孵化器讲座等3项活动。

据其介绍,SLC丝路集团自2001年成立以来,立足莫斯科,商业足迹遍布俄罗斯、美国、中国及全球多个地区,业务横跨油气田服务、医疗、环保、文旅、金融等诸多领域。近20年来,充分发深耕俄罗斯市场、熟悉中俄两国国情的优势,广泛开展民间公共外交,致力于深化中俄友谊和经贸文化往来,整合俄罗斯核心资源,成为促进中俄经贸文化合作的优秀企业代表。“下一步,我们将以进博会为契机,引进俄罗斯优质资源进入中国市场,实现中俄两国经贸往来和文化交流的深度合作。”

对中国市场有了深层次了解

作为最早应邀参加首届进口博览会的跨国公司之一,联邦快递为参展做了充足的准备,而为期6天的展会也没让他们失望:“联邦快递在进博会上取得了丰硕的成果。”联邦快递中国区总裁陈嘉良表示,进博会期间,联邦快递展台现场接待了大量来自不同行业、对进口物流快递有着不同需求的专业观众,其中就包括现有的客户和潜在客户。“通过详细了解他们的产品特性和实际物流需求,我们主动向他们推荐和介绍了联邦快递全方位的进口物流解决方案,力求帮助他们将产品以迅速、

可靠的方式进入中国市场,并且一起开拓中国市场,共同把握商业机会。”

陈嘉良说,通过进博会,对中国消费市场的现状和未来发展趋势有了深层次的了解,尤其是进口商的市场分布及其物流需求,这将有助于联邦快递根据市场和客户需求,持续优化跨境物流快递服务。陈嘉良认为,首届进博会虽然结束了,但它的重要意义和深远影响将持续显现。展会期间传递出的中国将继续提升营商环境、进一步降低关税、提高通关便利化水平、加快跨境电子商务发展等信息,对于

中国物流快递行业都是实实在在的利好举措,将大力促进行业的健康有序快速发展。“首届进博会的成功举行进一步增强了联邦快递对于中国市场发展的信心,我们将继续提升进出口物流服务水平,并积极配合政府简化清关流程,为客户提供高效便利的进出口通关服务体验。同时,我们也将发挥在跨境电子商务物流服务方面的优势,加速推出创新性的跨境电子商务解决方案,拓展电子商务物流服务组合,积极把握未来中国跨境电子商务市场巨大的发展机遇。”

参加进博会是独一无二的机会

法孚集团是一家拥有200多年历史的国际工业工程集团,为世界大型的工业企业设计并提供机械、工艺设备以及生产线。业务涉及物流、制铝、钢铁、汽车、航空航天、水泥以及能源行业。作为法国政府委任的“未来工业”领军企业,本届进博会上,法孚集团以智能制造为主题,以工业数字化为重点,在智能及高端装备展区(4.1馆)展示了其在航空航天、汽车、钢铁、物流、能源、玻璃、有色等行业的高端

技术及工业智能解决方案。进博会期间,法孚集团与中航工业、中国宝武、本钢集团、福达集团、普莱克斯、法因图尔、浙江双环等企业签定了十项合作协议,总金额超过1.5亿美元。

法孚执行委员会主席弗雷德里克·桑切斯表示,如今中国已成为法孚集团全球第三大市场,得知中国将要举办进博会的消息,法孚集团第一时间决定参加。他说,进博会对于法孚集团来说是独一无二的机会,“对于我

们来说,这不仅是深化与原有客户间关系的契机,也是我们寻找更多中国客户的机会,我们希望能在中国有更好的发展。”桑切斯认为,进博会的圆满举行向世界表明,中国开放的大门正越开越大。“贸易保护主义并不是解决问题的方法,只有各国携手合作,践行多边主义,才能更有益于世界发展。”他强调,法孚集团对中国未来发展充满信心,也相信法孚集团会在中国找到更多、更好的发展机会。

■展商建议

希望服务、政策等“中间环节”升级

纽仕兰鲜奶展台位于8.2馆,最后两天迎来普通观众,不少人围着他们展台上放置的即冲式鲜奶粉、麦片询问,表达购买意向。展台上商品以陈列为主,消费者的购买欲让参展商措手不及,工作人员只能引导他们从其他渠道购买。

就在进博会的第二天,一瓶从新西兰牧场空运而来的鲜奶送入进博会,这是纽仕兰鲜奶中国上市的第100万瓶。而此时,距离这个品牌初登中国市场,也不过15个月。

纽仕兰新云(上海)电子商务有限公司市场部总监闫致军介绍,销量的增长源于鲜奶通关的优化。过去进口乳制品的检验检疫需要7至8天的时间,再加上空运,等到产品上架,保质期只剩下一半不到的时间。

去年12月,纽仕兰成为长宁区首批5家贸易便利化的试点企业,探索鲜奶进口的“快检快放+外检内放”。由此实现了周一挤牛奶、周二上机、周三到港、周四上柜的速度。

“享受了政策便利性后,鲜奶从新西兰牧场直达中国消费者餐桌从七八天缩短到只需三天,每周的销量也从三千瓶猛增到五万瓶,销量增长了十几倍,所以在进博会期间产生了第100万瓶。”

通过进博会这一平台,他们还与大润发、中远海运集运等签署了战略合作协议,闫致军觉得进博会对企业的推动作用十分巨大。

进博会的最后两天,他们更多的是想通过这个舞台展示企业的品牌形象,让世界各国的展商和观众了解品牌,了解中国的消费升级。

闫致军觉得,进博会是企业展示自我的舞台,也为参展商提供了很多实惠,结识了不少商务伙伴。

对于明年的进博会,闫致军很是期待,也提出了一些小建议。他觉得,在有了上游进口商家和下游落地消费者后,如何提升服务、配套政策等“中间环节”还是较为重要,“就比如现场外国嘉宾前来洽谈,因为小语种沟通上会有点困难,若能配备翻译就更好了。中间环节提升后,能形成全产业链的整合,这样对促进真正的落地起到作用,更能体现进博会的意义。”



进博会·亮点