

第三届中国国际进口博览会

2020 越办越好



昨日,第三届进博会企业商业展六大展区特色专区宣介会第二场在国家会展中心(上海)举办。本次食品展区是所有展区中参展国别和企业最多展区之一,将引领行业的最前沿趋势走向,有“舌尖上进博会”之称。现场将会有更多围绕“健康”主题,提高免疫力的功能性健康产品和带有环境友好因素等符合行业创新发展趋势的展品亮相。 青年报见习记者 陈嘉音

最贵猫屎咖啡展出 烘焙冠军队表演 高端乳制品亮相 提前剧透“舌尖上的进博”

■服务进博

整治人居环境 助力进博召开

本报讯 记者 顾金华 进博会召开在即,记者昨天从市爱卫办获悉,本市全面组织“迎进博”爱国卫生运动,通过环境整治、病媒防制、应急处置、科普宣传等多管齐下,全方位夯实基层常态化防控,助力进博会召开。

全市开展爱国卫生大扫除

全市各区9月24日统一启动本年度秋冬季爱国卫生运动。各区组织爱国卫生大扫除活动,针对主要商圈、旅游景点和沿街商户,开展不卫生行为巡查和劝阻活动,增强全社会卫生防病和病媒生物防控能力。尤其青浦区、长宁区和闵行区,针对国家会展中心及周边五个街镇、重要接待场所,加大对区域内集贸市场、城郊结合部、公交站点等重点场所环境卫生整治力度,全面开展环境清理和病媒生物控制工作,做到“应整尽整”。

加强馆内周边环境监测

结合进博会期间疫情防控需要,本市建立病媒生物控制和环境消毒应急处置工作机制。市爱卫办会同市疾病预防控制中心制定工作方案,委托市健康促进协会招募优质社会PCO机构组建由34名队员、8个小组组成的市级应急处置队伍,负责进博会期间核心保障区域病媒生物和环境消毒突发事件的应急处置。

市爱卫办表示,本市将持续深入开展“迎进博”爱国卫生运动,尤其是加强会展中心病媒生物控制保障,自10月起增加馆内和周边环境监测频率,结合秋季统一灭鼠活动,指导会展进一步完善各重点区域防鼠灭鼠工作,确保展馆区域病媒生物密度持续得到有效控制,并在布展阶段启动对会展的日常巡查工作模式,发现问题及时处置。

此外,本市组建爱国卫生和健康促进志愿者队伍,提醒参展者注意个人卫生、戴好口罩、有序观展,持续强化公众防疫的责任意识。

集结从育种、养殖、生产、研发、检测等全产业链的力量,不断提升产品科技含量,为中国消费者提供多元化、创新性的乳制品。

除展示传统乳制品外,全球跨国食品企业巨头达能将展示植物基运动植物蛋白粉和高端有机植物基饮品,恒天然将带来全球首发的安佳益生菌产品,全球排名前十的乳业公司萨普托公司首次参展并亮相加拿大特色奶酪,纽仕兰公司更是跨界展示在疫情环境下提高免疫力的营养补充剂产品。

为实现食品展区和乳制品专区的可持续发展,在原有参展商联盟框架上,由雀巢公司发起,恒天然和阿拉福兹等共九家乳企在7月27日成立乳业专业委员会,旨在打造行业发展风向标,促进市场供需对接,助力行业和进博会可持续性发展。乳业专委会成立以来成员企业参与了与市监局婴配奶粉、进口特殊医学用途配方食品企业座谈会,并计划在第三届进博会期间,出席第三届全球乳业合作论坛、发布行业报告并带头签订第四届进博会合同锁定展位位置。

据悉,第四届进博会的招展工作已全面展开,食品展区现已有多家企业报名签约。



是对冷链展品实行“口岸抽检、分批入库、集中检测、统一进馆”的全流程闭环管理,确保进入红线的冷链食品安全展示,并对提供试吃的展品做了全熟等要求限制。

世界乳制品巨头几乎都来了

随着国内消费者消费水平不断提升,国民对进口乳制品依赖度也不断加大。第三届食品展区乳制品企业展览展览面积接近1万平方米,乳制品世界排名前8的知名境外企业已有6家企业参展,在食品展区参展的世界500强和龙头企业中,与乳业相关的约占三分之一,这些乳企希望通过参展扩大中国市场份额,



“世界之最”型食品扎堆

据悉,本次食品及农产品展区以五百强龙头企业为标杆,中小企业为中坚,组展机构为辅助的良好格局,展区汇聚众多代表性企业的代表性亮点和特色展品,里面就不乏世界范围内“最”字开头的优质食品。

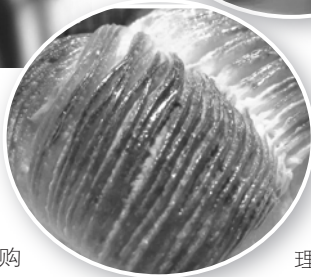
在饮料和酒类方面,全球知名烈酒公司保乐力加和人头马君度将分别亮相“威士忌之王”皇家礼炮雪地马球限量版和最贵干邑之一“路易十三”。来自东帝汶的农业推广公司将会为展出世界上最贵咖啡之一东帝汶猫屎咖啡。在肉制品和水产品方面,美国泰森、嘉吉、麦德龙等企业将展出以豌豆蛋白为原料的人造肉。

在综合食品方面,除五百强

商超企业家乐福、麦德龙、伍尔沃斯等展示各类自有品牌产品或无人零售概念外,更是会以采购商的身份与参展商就渠道合作洽谈采购。境外组展机构的展台更是会有更多具有当地特色的展品,比如希腊的有机脱脂希腊酸奶、日本的酱油味冰淇淋等等。

本次展台活动丰富多彩,据悉,食品展区企业已申请1043场展台活动,包括试吃、表演、推介、签约等,首次夺得烘焙世界杯的冠军队也将亮相表演面包烘焙。

在展品防疫和安全严格管控上,根据防疫防控方案总体要求,提供进境展品绿色通道的同时,加强食品的防疫检测,尤其



展示前沿产品 推广“健康生活”理念 各大体育品牌瞄准进博会大平台

测试者只需要跑几步,仪器即可测出其“姿势年龄”“速度年龄”等数据,并可根据个体差异提供身体肌肉训练的参考建议。即将举行的第三届中国国际进口博览会上,日本运动品牌亚瑟士将展出这台先进的互动体验装置——步态测试仪

器。 第三届进博会将于11月5日至10日在国家会展中心(上海)举办。本届进博会,企业商业展规划面积达到36万平方米,新设公共卫生防疫专区、智慧出行专区、节能环保专区和体育用品及赛事专区等四大专区。

今年进博会上,将带来新展品的还有法国运动品牌迪卡侬。据介绍,迪卡

侬将首发一款可以折叠的皮划艇,可降低这项小众运动的练习门槛。

新冠肺炎疫情疫情影响下,各大体育品牌更加看好中国市场。耐克体育(中国)有限公司大中华区高级活动市场总监林思颖说,耐克在发展自营门店的基础上将借助“云端”力量和进博会平台,更好在线上 and 线下服务中国消费者。

新冠肺炎疫情对体育产业发展有一定影响,但危中有机,全民对健康生活方式的重视和追求会催生出新机遇。前不久,第三届中国国际进口博览会参展商联盟体育产业专业委员会在上海成立。这一专委会的成立将帮助推广“健康生活”理念,引领进博会上的体育企业联手构建具有全球影响力的体育生态圈。

据新华社电