

# 超过150家企业连续7年签约

## 展览面积已超过36万平方米 老友新朋再聚第七届进博会

截至目前，第七届进博会签约展览面积已超过36万平方米。昨天下午，第七届进博会食品及农产品、医疗器械及医药保健展区展前供需对接会在国家会展中心(上海)举办。

青年报记者 郭颖

### 老友云集头部企业“纳新”

本届进博会企业展延续食品及农产品、汽车、技术装备、消费品、医疗器械及医药保健、服务贸易六大展区设置，并着力打造创新孵化专区。

进博局副局长吴政平表示，第七届进博会目前已在全国举办9场招商路演和供需对接活动，已与全国近20家行业龙头企业签订重要采购商合作备忘录。下一步，将积极优化各项服务，全面提升参展商、采购商的参会体验。

本次活动主要面向食品和医疗行业的参展商和采购商，旨在为供需双方搭建精准对接、开拓商机的桥梁。

参展商方面，来自食品展区的百事公司、乐斯福、恒天然、新西兰纽仕兰、都乐、菲律宾佳农鲜果、法国城堡酒庄等50余家企业参与，涵盖蔬果农产品、肉制品、乳制品、饮料及酒类、休闲食品等行业领域。来自医疗展区的拜耳、美敦力、波士顿科学、西门子医疗、医科达等30余家企业参与，涵盖制药、医疗器械、康复养老、保健品等行业领域。采购商方面，东航集团、华润集团、国药集团、中国诚通、中盐集团、东方国际集团、申康医院发展中心、复旦大学附属华山医院等200余家单位参与。

为提升供需对接效果、丰富活动内容，食品展区的部分参展商现场展示了将在第七届进博会全球首发的4.0 A2全链路低碳牛奶、都乐妙开椰、佳农有机香蕉等展品。

第七届进博会“老友云集”，截至目前，已有超过150家企业

连续7年签约。同时，头部企业“纳新”：三菱商事、NTT等世界500强企业将首次参展，新材料专区的立邦、英威达和交通出行领域的安波福、阿尔斯通等行业龙头企业的“新朋友”首次签约，成为进博会“朋友圈”不断扩容、“越办越好”的见证。

西门子医疗是进博会“全勤生”，今年连续第七年参加进博会，展台面积达500平方米。“今年进博会，西门子医疗带来的创新科技和解决方案创历年之最，包括近十款首发首展产品与技术。其中包括升级版7T磁共振MAGNETOM Terra.X的亚洲首展、全球首款无人驾驶C臂CT设备Ciartic Move的中国首展、高端血管造影机ARTIS icono Floor的中国首发和亚洲首展等。”西门子医疗大中华区副总裁王骏介绍说，“我们还与本土企业合作研发推出了全球首个创新的血管腔内影像和血管造影一体化整合设备，此次也将以全球首发首展的姿态亮相进博会。”

佳农也是进博会的“七周年生”。“我们能深刻体会到进博会带来的溢出效应。进博为佳农搭建了一个供销一体的国际化平台，助推我们找到更多优质合作伙伴，为佳农在水果行业的发展带来强有力的推动。”佳农展商代表姜磊告诉记者，佳农今年将携墨西哥有机香蕉、菲律宾黑钻菠萝、小金条冻榴莲等“赴约”。

### 通过进博会开拓中国市场

新西兰纯天然口服液“Trace1萃斯亮白饮”，今年第一年参加进博会，希望通过进博会开拓中国市场。“我们的产品在天猫



进博会展品。

青年报记者 郭容 摄

国际销售第一个月销售额便突破了千万元。”这个成绩让Trace1萃斯CMO王鹏颇有点意外，“虽然我们对中国市场还是比较有预判的，但是销量这么大的爆发式增长多多少少超出了我们的预期。”王鹏坦言，“这让我们增强了对中国经济的信心，看到了女性消费者对于美丽和健康需求的潜力。”

至于今年6月刚刚进入中国，立马选择参加第七届进博会，则是因为“历经7年的进博会，在消费者心目中已经有了一定地位，一个新品牌第一年进入中国，就能参加这样的国家级大型展会，本身也是实力的象征”。王鹏认为，进博会能吸引众多消费者、媒体平台、采购商来寻找全球好物，“我们还会在本届进博会上首发另外一款创新口服美容产品。”

已经连续6年参加进博会的波士顿科学接连实现“展商变投资商”的身份升级。2023年10月，波士顿科学宣布在上海临港设立中国区首个生产制造基地，

今年3月，该基地已正式开工建设。未来该基地也将成为波士顿科学培育新质生产力、推动医疗产业生态高质量发展的重要一环。

聚焦生态圈联动，波士顿科学去年也完成了对中国本土企业先瑞达的多数股权投资，并计划在研发、制造、商业化方面展开合作，加速中国原研出海与国际接轨。此外，波士顿科学还先后与纽瑞特、法兰克曼、新光维等一众优秀的中国医疗企业展开战略合作。

这次供需对接会上，上海壹佰米网络科技有限公司、上海芯果科技有限公司现场签署了进博会重要采购商合作备忘录。

作为采购商，上海芯果科技有限公司联合创始人张宁此番将重点关注进博会的乳制品、茶和饮料、冷冻食品、休闲食品、营养与保健品等展品。“我期待在会上看到更多创新品，以及一些初次进入中国的产品，以及一些创新品。”张宁说，“往届进博会上，我看到了种类繁多的进口商品和进口行业趋势等。现在好

特卖跟进博局也已经签订了合作备忘录，后面一定会有更多有深度的交流、参与和收获。目前，我们在对接会上跟展商进行了充分的交流，已经初步达成了一些合作意向。”

据悉，第七届进博会深度挖掘科技前沿领域展览展示潜力。首次设立新材料专区，为促进新材料领域创新发展搭建国际交流平台。汽车展区策展创新，重点邀请无人驾驶、低空经济、新型储能(汽车)等领域展商，集中展示未来出行的关键要素。精心打造健康养老专区，汇集适老前沿技术和相关产品、服务，助力释放“银发经济”发展新动能。

截至目前，已有超过50个国家和国际组织确认参展。其中，挪威、贝宁、布隆迪、联合国儿童基金会等国家和国际组织将首次参展。本届国家展将结合双边建交年、文化旅游年、人文交流年等，将双边合作成果作为重要展览内容。有关国家和国际组织目前已启动参展组织工作。



## 马里好物跨越山海 奔赴上海“四叶草”

青年报记者 郭颖

本报讯 装饰品、小手工艺品琳琅满目，第六届进博会期间，马里展商的展位人头攒动，热闹非凡。

马里共和国位于西非地区，是联合国公布的全球45个最不发达国家之一。通过进博会搭建的桥梁，马里展商带着一件件好物跨越山海奔赴上海“四叶草”，与中国及世界建立了更广、更深的联系。

### 免费摊位支持不发达地区

展商库拉来自马里首都巴马科，身穿本国特色服装的她忙个不停，不断地向访客介绍充满西非风情的装饰品和手工艺品。就在几个月前，当库拉得知进博会主办方邀请马里企业

家参展，不仅不设门槛，而且为每个最不发达国家提供4个免费摊位等支持政策，一直对中国市场抱有憧憬的她毫不犹豫地报了名。

马里展商对进博会的信任，很快就得到了反馈。来到“四叶草”后，他们惊喜地发现，中国市场对充满非洲特色的马里展品表现出极大兴趣。短短几天，展台的装饰品和手工艺品就收获了可观的成交额。

### 产品被订购一空

“第一次参加进博会，我们的产品基本上被订购一空。”在第六届进博会临近闭幕之际，非洲希尔生物集团创始人卡尔打开一个快要见底的特级乳木果油货箱，向访客分享他的喜悦，“我们品牌的存货就剩这么一点了。”

马里是世界第二大乳木果油生产国，占世界乳木果油供应量的近20%，乳木果油产业也是马里的重要经济支柱。亮相消费展区的希尔生物旗下护肤品品牌希尔可可，主营的就是乳木果油等马里特色护肤品。

2023年6月，一次偶然的机会让卡尔与赞比亚一家蜂蜜企业建立了联系。听闻其特色蜂蜜产品在进博会上打响了知名度，他立刻也萌生了试一试的想法。

卡尔说，非洲与中国的植物重合率较低，但很多独特的植物产品想走出非洲却很难。没想到，一次偶然的相遇，让乳木果油等产品在进博会上大放异彩。透过9平方米的小展位，他看到了中国市场巨大的潜力和热情。

更让卡尔高兴的是，第六届进博会期间，希尔生物和中国伙伴签署了合作协议，这样他的产品就可以打开几十个国家的销路。“进博会这种平台，会帮助我们小品牌获取更大的市场，会让我们的传统产品走向全球。”卡尔说。

### 小芝麻见证合作共赢

在第六届进博会首次设立的“非洲农产品专区”，马里展馆里有一种农作物大受欢迎，那就是芝麻。

芝麻原产于非洲，到了汉代，通过丝绸之路经由印度传入中国，成为我国重要的油料作物之一。进入21世纪，在共建“一带一路”倡议的推动下，中非经贸合作不断深化。马里等非洲“一带一路”共建国家的高品质

芝麻，又通过“海上丝绸之路”飘香中国。日常生活中所见的芝麻油、芝麻酱、芝麻烧饼，很有可能就蕴藏着马里芝麻的味道。

“芝麻是我们这次参展的主要农产品。马里的芝麻品质好、含油量高，适合榨油。受益于共建‘一带一路’，马里芝麻能够更好地进入中国市场。”该馆工作人员介绍说，2023年上半年，马里出口了133吨芝麻到上海，这一成果是在“一带一路”倡议框架下取得的。此次参展，他们再度不远万里将当地地产的芝麻带到上海，展示给全世界，讲述“一带一路”共建国家合作共赢的温暖故事。

今年11月，第七届进博会将如约而至。马里好物也将再次亮相，在“四叶草”书写“进博故事”的新篇章。