



第四届中国国际进口博览会 特别报道



不断扩大开放，提高人民生活水平，老百姓的“购物车”越来越丰富——

进博会上看消费升级

本报记者 孔德晨

“这款产品卖得真好，已经没货了”“又签下了一个大单子”“我还要再去买点啥”……第四届进博会开幕以来，场馆内声鼎沸、热闹非凡，这些声音常能听到。

买全球、卖全球、惠全球，在进博会这个“全球购”现场，洽谈合作、签订订单，“买买买”成为主旋律。“四叶草”里，消费者热情似火，中国超大规模市场活力十足。

更“绿”、更“聪明”、更个性

随着生活水平提高，老百姓的“购物车”也在不断扩容升级。本届进博会上，参展企业带来一大批新技术、新产品，对接消费者日益升级的消费需求。

消费更绿色——在上海重塑科技展台，一辆搭载PRISMA镜星产品的49吨燃料电池智能重卡——星索一号成为一大亮点。“该车搭载12瓶组70兆帕车载储氢系统，在实际运营中，只需加氢10分钟左右，即可续航近1000公里。”重塑科技首席执行官林琦说，“我们期待能够借力进博会这一一年一度的国际合作交流盛大机会，为中国乃至全球不同市场的客户提供更优质可靠的绿色动力解决方案，满足绿色消费需求。”

产品更智能——本届进博会上，德国卡赫带来了全新第三代AI智能清洁机器人KIRAB 50。“研发过程中，卡赫研发团队利用先进智能清洁科技，充分挖掘中国消费市场需求，与中国顶尖视觉导航系统团队合作，通过本土研发和生产打造出这款尖端商业AI智能清洁产品。它是卡赫扎根中国深度清洁市场、为中国消费者独家研发的智能清洁利器。”该企业负责人说。

定制更精细——从牛奶巧克力到黑巧克力，从雪糕到甜品式冰淇淋，消费者口味的变化折射着需求升级。在进博会雀巢展台，拥有近百年历史的高端冰淇淋品牌安缇亚朵、意大利国宝级巧克力品牌Baci带给消费者不同体验。面对消费者在健康管理等方面的疑虑，雀巢大中华区糖果及冰淇淋业务高级副总裁江妮妮对记者表示，公司推出了不同种类的产品线，精挑细选健康、高端的原材料，以满足消费者的个性化、差异化需求。

一次性把1000支口红带回家？欧莱雅展台圣罗兰智能调色仪表示“我可以”。这款基于PERSO人工智能系统开发的“口红打印机”，可为消费者“打印”出个性化的唇色选择。欧莱雅北亚区总裁兼中国首席执行官费博瑞表示，个性化是消费的新趋势。“得益于科技的力量，我们才能在消费者的梦想和其能够获得的产品之间搭建桥梁，挖掘新的消费潜力。”

更注重本土化——老虎抱枕、牡丹餐垫……宜家在本届进博会上首次推出面向中国市场的“中国新年”坤蒂格系列产品。“消费者的愿望和他们的家居生活需求是我们的出发点。”宜家中国区零售副总裁饶思文在接受记者采访时表示，中国是宜家最重要的市场之一。在与



11月4日，第四届中国国际进口博览会在上海开幕。图为展馆外的进博会吉祥物“进宝”。蒋雨师摄（人民视觉）

第四届进博会汽车展区，参观者在世界展台参观Apollo超级跑车。本报记者 邱海峰摄



在第四届进博会食品与农产品展馆，各类水果琳琅满目。蒋雨师摄（人民视觉）

第四届进博会消费品展区内，参观者在乐高展台体验玩具车。本报记者 邱海峰摄



中国共同发展的同时，宜家也不断见证中国文化和消费生活方式的传承与创新。

为消费升级添一把柴

“双11”在即，进博会作为最大的“全球购”现场，热度也不遑多让。各大采购团的“采购清单”涉及装备

制造、能源资源、食品农产品、日用消费品等多个领域，为优化国内供给和消费升级添一把柴。

11月5日一早，进博会企业商业展开幕不过1小时，上海交易团7亿美元的“首单”已经诞生。紧接着，济南市采购企业山东中电电力股份有限公司与丹麦维斯塔斯集团实现展位成交，签订了风力发电机采购订单，金额共计7000万美元，成为第四届进博会山东省交易团首

单。11月6日，河南省成交490亿元“大单”，还有广西、浙江、安徽等“买手团”陆续跟进……

进博会上，中国交易团“买买买”不停，企业间合作更加密切，丰富着国内消费者的“购物车”。

11月7日，恒天然在进博会展会首发最新款的进口安佳鲜牛奶，并与盒马、南航跨境物流三方签署了战略合作协议。这款鲜奶实现了进博会零时差“展品变商品”，同日已在上海、杭州的盒马上架销售。

“过去一年，盒马进口直采的商品数增加近50%，其中，奶制品、牛肉等品类增长迅猛。此次战略合作，也是恒天然新西兰牧场空运鲜奶首次进入亚洲市场。”盒马商品品牌中心总经理肖路对记者说，“从‘全球买货’到‘全球定制’，盒马不仅带来海外的优质商品，也为中国消费者‘量身定做’好商品。”

百度健康与葛兰素史克达成合作，双方将以带状疱疹疾病预防为试点，开展精准疾病科普教育，共同推进中国预防性健康管理建设。百度健康总经理杨明璐表示：“我们希望通过此次合作，有效帮助中老年人提高疾病预防知识，为全民健康助力。”通用技术集团与飞利浦、菲尔普斯道奇、西门子、诗量橡胶等公司在医疗器械、大宗商品、技术装备、电子消费和生活消费等方面达成采购合作，采购签约金额突破10亿美元，比去年进博会翻了1倍。

进博会不仅是企业签约洽谈的盛会，也吸引了不少场外消费者的关注。“虽然去不了进博会，但在网上和场馆外开设的进博集市，我们也能同享进博好物。”上海居民小裴说，“现在，更多进口货到家门口，想买就能买到！”

“进博会正潜移默化地培育中国消费市场。”上海会展研究院执行院长、上海大学教授张敏说，进口商品增多会带动消费理念提升，增加消费品门类，以良性循环推动消费升级。

看好中国“如海一样广阔的大市场”

消费是拉动经济增长的重要引擎，也是满足人民美好生活需要的重要支撑。商务部副部长兼国际贸易谈判副代表王文文在日前举行的虹桥国际经济论坛分论坛上介绍，中国社会消费品零售总额由2012年的20.6万亿元提高至2020年的39.2万亿元，8年时间接近翻倍，成为全球第二大消费市场。

“这些年来，我们积极顺应居民消费升级趋势，坚持以高水平开放打通国内国际两个市场，推动消费平稳健康发展，可以说消费不仅为中国经济提供了有力支撑，也为世界经济复苏提供了强大动力。”王文文说。

年年办、年年新。“四叶草”里不仅承载了消费者对美好生活的期许，也是中国消费市场日益成为全球市场重要组成部分的见证。

“中国始终是各国拓展商机的活力大市场。”丹麦格兰富集团总裁罗·杜·耶森表示，“中国为世界经济提供源源不断的动力。我们希望更加深入地参与中国经济高质量发展，取得更多互利合作成果。”

哈萨克斯坦贸易政策发展中心副主任布凯坎诺夫认为，每年一次的进博会为哈萨克斯坦生产企业提供展示本国产品和进入中国市场的绝佳机会。“哈萨克斯坦是一个没有出海口的国家。对我们来说，中国就是一个如海一样广阔的大市场。”

费博瑞也表示，欧莱雅的许多灵感源自中国。中国的新发展格局有助于“把世界上最好的东西带到中国来，与此同时，中国的创新也不仅是为自己，更是为世界”。

进博会上的火爆签约，让德国如意之家商务发展总监康斯坦丁信心满满。下一步，他打算把工厂全部搬到中国，与更多中介、养老院和地方政府合作，为中国家庭提供更好的空间解决方案。“尽管需要长途跋涉，还要隔离一段时间，但跟参加进博会的收益相比，这些都是值得的！”

“消费品展区怎么过去？”“下一趟班车几点出发？”……在国家会展中心(上海)的迎送保障点，来自东华大学的“小叶子”万由川耐心地回答着每一个问题。从清晨5时起床集合出发，到晚上10时离岗返回驻地，这位“00后”直言每天的志愿服务工作“累但很有成就感”。

国家会展中心(上海)形同“四叶草”，进博会志愿者也被称为“小叶子”。岗位设置更精细、上岗培训更全面——今年，来自东华大学等上海40所高校的超4700名志愿者来到进博会，其中“00后”志愿者3800多人。展会期间，他们分别负责现场引导咨询、嘉宾联络接待、新闻宣传、展会注册、迎送保障、交易统计、行政保障、医疗应急救援、防疫健康宣传等9大方面工作，全力为中外来宾提供更优的志愿服务。

从志愿服务到疫情防控，从交通保障到餐饮服务，从展商参展到安全保障……今年进博会上，服务保障亮点多多。

参展便捷，出行便利，“无感入场”

服务保障“智慧”又贴心

本报记者 邱海峰

疫情防控是进博会成功举办的关键环节。“四叶草”内，“安全健康一体化检测”成为今年的一大看点。记者在现场注意到，参会人员入场经过测温过滤线时，通过红外测温、人脸识别等技术手段，即可同步完成证件查验、健康码和核酸检测结果查验、人员安检以及体温测量等工作，更好实现了“无感入场”。

上海市卫生健康委主任邬惊雷介绍，第四届进博会聚焦“人、物、馆”，紧盯入城、居住地、流动中、展馆门、活动点和监测哨。

除了这6个重点环节之外，今年特别强调实施“全程闭环管理、全链条可追溯、全员疫苗接种、全量核酸检测、全部查验准入、全面环境消毒”等措施，严密构筑“国境、城市、区域和展区”的疫情防控线。

科技支撑，本届进博会服务保障满满“智慧元素”。

——参展更便捷。依托“随申办”平台构建“进博随申”服务专栏，为参展商和专业观众提供找展商、订美食、看展馆、寻车位、查

活动、选交通、享服务、追新闻、云看展、兜上海等信息。

——出行更便利。“进博随申”专栏中，集成了“进博交通3D可视化场景”“线路指南服务”“实时信息服务”三大交通出行服务内容。同时，通过“登记分配+自由预约”，提供停车预约服务。参展参会人员可通过上海停车APP、小程序等进行在线预约、停车导航、无感支付，实现全智慧停车场景应用。

——监控更智能。市场监管部门进一步完善“进博会市场监管服务保障智能监控平台”，升级进口冷链食品展品监控、食品原料供应商监控监测等功能，实现集中高效的统一指挥、便捷精准的移动监管。借助海关跨境贸易大数据监管平台、展品物联网标签、AR(增强现实)智能化设备，提升展品监管的精准度。

服务保障再升级，“越办越好”的进博会让参会者觉得很贴心。



11月4日，国家会展中心(上海)南广场，大型花坛内鲜花怒放，各国国旗迎风招展。翁奇明摄（人民视觉）