

186家展商七届“全勤”，进博会缘何受青睐

□新华社记者 王默玲 周蕊 龚雯

11月5日至10日，第七届中国国际进口博览会在上海举行。本届进博会共有129个国家和地区的3496家展商参加，其中186家企业和机构成为七届“全勤生”。

一届不落背后，到底是什么让这些“全勤生”对进博会如此青睐？记者就此展开采访，寻找答案。

双向互利的“聚宝盆”

有人形象地将进博会比作一个“聚宝盆”，这里首发首展齐聚、新品好物扎堆。对于“全勤生”们来说，每年拿出最新产品、秀出“看家本领”已是基本操作。

2019年进博会上的明星展品法国夏洛莱牛肉，持续受到中国消费者欢迎；2021年的麦臻选盐烤开心果一经展出，一跃成为该品类销售第一名；2022年展出的德国热红酒和澳洲牛肉，踩准了中国年轻群体的消费需求，德国热红酒2024年销售热度仍在持续；2023年展出的泰国进口椰子水，今年销量增长近100%……麦德龙相关负责人历数七年进博之旅，列出了一个长长的进博“爆款”清单。

今年，对于麦德龙来说，进博会展台不止在场内，也在场外。其线下门店专门设置了“进博专区”，展台上的首发展品，可以同步成为线下的“爆款”商品。

何以让展商们迫不及待地新产品、新技术带到进博会？“聚宝盆”能真真切切释放双向市场红利是关键。

全球首个“双超高场”科研磁共振平台、全球首款全身时空传感PET/CT、全球首个一体化多模态诊疗平台……在西门子医疗的展台，近10款首发首展新品一字排开。作为连续参展七届进博会的“老相识”，西门子医疗今年集中展示近20款前沿科技产品与多元解决方案。

“从首届进博会开始，我们就坚持第一时间把创新产品和技术带到中国。”西门子医疗大中华区副总裁王弢说，新产品新技术在惠及中国消费者的同时，也有力促进了西门子的发展壮大。

七年来，俄罗斯国民冰淇淋从展台走进了中国消费者的冰箱，秘鲁毛茸茸的羊驼玩偶从“小众款”变成“抢手货”，进博会上首秀的“磁波刀”已在中国开展了临床应用……展品变商品、商品变“爆款”、“爆款”一路长红的故事，在进博会年年上演，背后是进博会强大的溢出效应，更是中国大市场对释放出的机遇与活力。

促进合作的“黏合剂”

在进博会上，除了琳琅满目的展品，还有很多没有摆在展位上的成果——企业间的签单合作。

“年年参展，年年签单，每年都有新鲜感。”江森自控亚太区总裁朗智文说，“透过进博会，我们能观察到中国市场的活力和效益。”

去年6月，中国首艘国产大型邮轮“爱达·魔都号”顺利出坞，邮轮上的暖通、通信、防火系统都是由江森自控提供的，其中的部分设备订单就是在进博会上签下的。

朗智文说：“进博会不仅给我们带来了业务增长的新启发，也为企业发展带来了新机遇。”

据介绍，前六届进博会累计意向成交额超过4200亿美元。第七届进博会交易团数量又创下历届之最，39个政府交易团和4个行业交易团，共计780个分团到会采购，瞄准全球优质产品和服务，实现



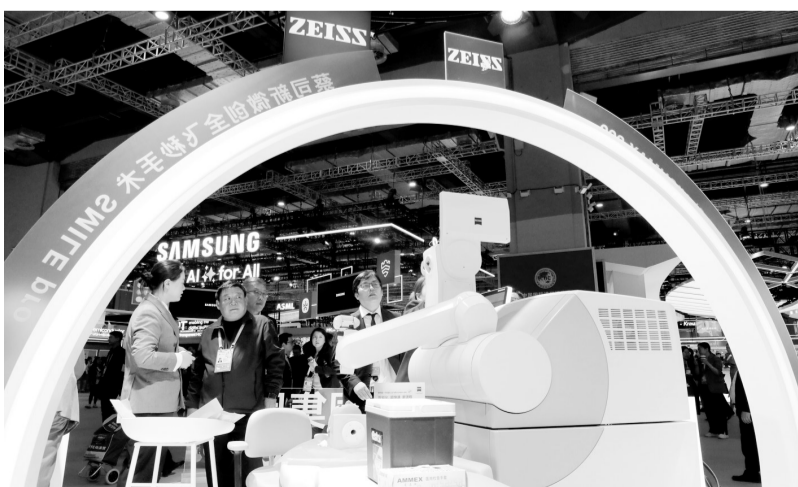
11月6日，在第七届进博会食品及农产品展区，观众在品尝西班牙火腿。
新华社记者 刘颖 摄



这是11月6日在第七届进博会技术装备展区西门子展台拍摄的AI迷你调酒工厂。
新华社记者 张铨 摄



11月5日，参会者在第七届进博会消费品展区松下展台参观。
新华社记者 辛悦卫 摄



11月6日，参观者在蔡司公司展台展出的新一代机器人全飞秒前交流讨论。
新华社记者 方喆 摄

精准对接。

从首届展位面积只有50平方米，到本届展位面积达200平方米，“全勤生”新西兰纽仕兰乳业不断变大的展位，见证着企业在中国不断扩增的市场。2018年“独自赴约”的纽仕兰，今年带着包括21家新西兰企业的企业团亮相第七届进博会。

纽仕兰乳业有限公司亚太区首席执行官盛文灏直言，自己尝到了“甜头”，希望也能让更多新西兰企业看到中国开放发展带来的合作共赢机遇。

第七次参加进博会的施耐德电气，今年的展台上不仅有很多融合数字化、自动化、电气化技术的新产品、新服务和新应用，还有百威亚太、山东联盟化工集团、浙江君耀智能设备有限公司、杭州赛辰电气有限公司等一批合作伙伴齐齐亮相。

“带着好友上进博”，生动诠释着中外企业间合作的亲密无间。本次进博会期间，施耐德电气还将与来自油气化工、基础设施、机械制造、生命科学等多个行业的30余家客户战略签约。

施耐德电气执行副总裁、中国及东亚区总裁尹正说：“我们很高兴借助进博会这一世界级交流平台，持续深化生态合作，携手更多中国产业伙伴，共同打造具备高科技、高效能、高质量的新质生产力。”

加码投资的“引力场”

“我们坚信，投资中国就是投资未来。”在第七届虹桥国际经济论坛“集聚全球优质消费资源 促进消费提质升级”分论坛上，“全勤生”欧莱雅集团董事长安瓺的观点让不少现场的外企负责人频频点头。

在全球化遭遇重重迷雾的当下，中国坚定的开放姿态，让全球很多企业吃了一颗“定心丸”。

欧莱雅今年4月正式启动苏州智能运营中心，这是其今年在中国市场最大的投资项目；美敦力康迪前不久与常州国家高新技术产业开发区签署投资合作协议，决定进一步加码增资；一届不落的贺利氏仅2024年就有5家工厂在中国新开工或竣工……

商务部数据显示，今年1月至9月，全国新设立外商投资企业42108家，同比增长11.4%。

“全勤生”松下控股株式会社全球副总裁本间哲朗说，受益于中国高水平对外开放尤其是高水平制度型开放，《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)深入实施后，松下得以将产能集中起来，比如，松下原来在中国、新加坡、马来西亚都生产冰箱用压缩机，现在已将这一产能集中在中国，更好服务全球的生产网络。

“近10年时间里，蔡司中国实现了25倍的业务增长。如今，中国已成为蔡司集团全球第一大市场，因此中国市场至关重要。”蔡司大中华区总裁兼首席执行官福斯特说，“我们对中国市场充满信心，并致力于在这里进行长期投资，将通过扩大本土化生产、完善研发中心、与本地科技公司合作建立战略性供应链节点等，不断增强我们在中国市场的竞争力。”

将全球新能源汽车运营总部设在上海，构建“蔡司长三角高端设备创新发展生态圈”，在珠三角地区推动“视光产业生态圈”建设……福斯特表示，中国市场的潜力、供应链整合度以及研发创新能力，“始终深深吸引着蔡司”。

新华社上海11月7日电