

“四叶草”张开怀抱 “高精尖”产品吸睛

第三届进博会呈现五大亮点

只有想不到 没有找不到

这届进博会不一般

第三届中国国际进口博览会持续引发关注，琳琅满目的展品燃爆朋友圈。估价超2亿元的黑钻、限量版黄金超跑、昂贵的猫屎咖啡、大荧屏中的明星游艇、药企的疫苗产品……进博会上的展品，只有你想不到，没有找不到。

一杯咖啡成本几百元

进博会上，国内知名口香糖品牌炫迈发布史上首款全黑色口香糖——炭黑黑无糖口香糖，吸引了众多参展者驻足。黑色的外观源自产品加入植物炭黑，推出的劲醒薄荷味和透心冰柠味两款冰爽口味，给消费者带来持久酷爽的味觉新体验。

来自东帝汶的野生麝香猫屎咖啡，因为原料难得、价格高昂引起关注。麝香猫是东帝汶特有的一种动物，以咖啡果为主要食物，吃了这些果子后再排泄出咖啡种子。人们对晒干的猫屎进行水洗处理后，再进行烘焙，便成为咖啡豆。根据售价，一袋50克的麝香猫屎咖啡豆要卖1000元人民币，粗略计算，一杯咖啡仅成本就要几百元。

一颗重达88克拉、身价3700万美元(折合约2.5亿元人民币)的黑钻，成为展会上的明星展品。这颗有57个切面的卡洛芙同名传奇黑钻，原为中世纪欧洲贵族所拥有，后被法国卡洛芙家族冠以贵族姓氏，命名为“Korloff Noir”，被誉为“全球TOP5黑钻”。它虽身价不菲，但大小只与一元钱硬币相当。这颗黑钻常年保存在法国巴黎卡洛芙珠宝旗舰店的保险库内，鲜少展示于众。

碳纤维黄金跑车全球限量10台

一辆黄金跑车在汽车展区十分“亮眼”。汽车讲解员介绍，这辆跑车是全球首款全碳纤维超级跑车，独特设计的碳纤维底盘、单体座舱、副车架及防撞结构等，以达到兼顾安全性、抗扭刚性和轻量化要求。因为全碳纤维，跑车的重量仅为1250千克。黄金跑车全球限量10台，展出的这辆还是从一位卖家那里借来的，售价为300万美元。

明星游艇是大荧屏“常客”



意大利豪华游艇制造商法拉帝集团展出的游艇，不时引起参展商们上前合影。长10.07米、报价53万欧元(不含税)的丽娃游艇，近20年没有在设计上进行过改动，数十次走上电影大荧屏。法拉帝FSD195型高速巡逻艇，长20米、高5.2米、重37吨，极速超过55节，续航里程530海里，相当于13小时内可从上海直航到厦门海域，胜任海上巡逻和搜救。

一家四川企业带来的TU(TW165)水陆两栖无人艇，长5.51米、高2.1米、翼展12.4米，是国内首款高性价比多用途轻型水陆两栖中空长航时无人艇，适用于多样化复杂环境(公路、草地、水面)，在海洋海事、湖泊河流等多种水域使用场景具有广阔市场需求，可用于监视巡逻、应急救援、物资运输、地理测绘、科学实验等领域。

皮划艇装进行李包

欧莱雅展区展出了全球首款家用定制化妆品配方概念产品Perso，它是一款三合一家用定制美妆护肤仪器，只需简单4步即可立即定制出适合使用者的护肤产品、液体唇彩和粉底。该产品不仅能做到“千人千面”，还可以根据肌肤状态、妆容和穿搭做到“每日不同”。

体育用品集团迪卡侬，在展会上全球首发一款可折叠的充气皮划艇。这款皮划艇折叠后仅为行李背包大小，重量18千克，但却可以横渡格陵兰岛。该皮划艇由5个独立的“气室”组成，即便其中2个从不同角度被刺穿，皮划艇浮板也足以让运动爱好者安全返回岸边。

展示未来办公场景

今年，德勤、普华永道、毕马威和安永四大会计师事务所齐聚进博会。其中，德勤围绕未来健康、智慧城市与未来社区、零时差消费、智能网联卓越中心和智能制造2.0等，推出前沿的创新服务解决方案。

知名办公空间服务平台WeWork中国，带来了未来办公模式“分布式办公”及全链条空间解决方案，为企业提高运营效率、优化资产配置提供了新的可能性。WeWork中国代理CEO姜跃平表示，面对充满诸多不确定性的未来，一个企业的布局、用工规模、工作方式甚至核心人才都会发生很多变化，而灵活性是解决这些问题的核心。从1人到1000人，WeWork中国在进博会上呈现的产品，就是公司对灵活性的诠释、对空间的演绎和对开放的应用。

从企业性质看，境内企业中，有5.35万家为民营企业，占比超六成。

亮点四：线上线下联动，举办百场高规格配套活动

进博会不仅是商品和服务的交易平台，也是人文交流的基地。11月4日晚间，虹桥国际经济论坛采用“线上+线下”的方式举行，共话“同舟共济应对挑战、开放合作共享未来”，打造全球共享的高水平论坛和国际公共产品。

孙成海介绍，虹桥国际经济论坛将打造成共同维护多边主义的重要公共平台，为世界提供更好的国际公共产品。

多国政府通过其贸易促进机构或驻华使领馆，积极支持本国企业携优质产品参展，有的计划借助进博会官网进行线上展示，宣传本国产业、文化、旅游等特色内容，还有一些国家的驻华机构举办一系列经贸论坛和投资促进活动，深化双边合作。

据悉，本届进博会还举办上百场高规格、高水平、高质量的配套活动，增加国家级步行街、中国旅游等人文展示项目。意大利带来首个境外人文交流展示活动，展现该国55个由联合国教科文组织认定的世界文化遗产。

亮点五：守好疫情防控底线，严查冷链食品

今年所有参加第三届进博会的展商、服务人员等都接受核酸检测。在首次入馆时必须具备7天内有效的核酸检测阴性证明。

防疫健康码信息、核酸检测报告、健康承诺书等信息统一集成在个人的进博会证件系统中，通过证件通行权限管理，确保入场人员卫生防疫安全。同时，通过采用“安全健康一体化检测”设备与技术，实现无感知测温验证一体化的便捷入场方式。

和往届进博会不同，今年进博会展区内不零售冷冻生鲜食品，禁止试吃未经“全熟加工”的冷冻生鲜食品。同时，规范进口冷链食品采样、监测和消毒工作，强化冷链食品全链条防控，关键岗位人员核酸检测“应检尽检”。



11月5日至10日，第三届中国国际进口博览会在上海国家会展中心举行。

技术装备展区

食品及农产品展区展出的最“绿色”的肉制品——植物肉，最辣的拉面之一韩国三养火鸡面，最贵的咖啡之一东帝汶猫屎咖啡等展品，让吃货们一饱口福。

汽车展区，世界前七大整车集团悉数到场，500强和龙头企业参展面积超过90%，展区整体特装率超过99%。丰田氢燃料电池版柯斯达商用车、全碳纤维超级跑车ApolloE、氢燃料重型卡车XCIENT等悉数登场。

技术装备展区“硬核”满满，“最强劲拖拉机”约翰迪尔8R拖拉机配备专属6缸9.0升24气门高压共轨发动机，最安全电动轮式挖掘机沃尔沃全球首发后屏屏电动挖掘机，最强“读心术”机器人欧姆龙乒乓球教练机器人，这些展品给观众带来了一场技术盛宴。

消费品展区向来是颇具人气的展区之一。欧莱雅全球首款家用定制化妆品配方概念产品Perso，“最中国风”的展品乐高悟空小侠系列玩具，“最酷玩”的展品迪卡侬全球首发ITIWIW充气皮划艇KAY-AKX500等展品，等待爱潮流热爱生活的人来一探究竟。

医疗器械及医药保健展区展出了全球最小心脏起搏器2.0版——MicraAV

经导管植入式无导线心脏起搏器，体积仅有胶囊大小，比传统起搏器小93%，重量仅2克，工艺之精巧令人叹服。

服务贸易展区方面，最“聪明”的工厂——德勤小黄鸭智能工厂，最贴心的触屏物流——UPS快递微信下单，最“潮”的体验——MOXY酒店，现场为来访观众奉上“最in”的使用体验。

亮点三：采购商达40万人，实力雄厚结构优化

按照进博会疫情防控要求，国家会展中心(上海)馆内人数不得超过最大承载量的30%。

据孙成海介绍，第三届进博会入馆人数规模大大减压，但今年专业采购商报名仍十分踊跃，达到40万人，共组建39个交易团、近600个分团，注册单位11.2万家。

专业采购商实力雄厚。报名注册的采购商中，年营业额10亿美元以上的达到2238家，年进口额1亿美元以上的有近1400家。

从行业结构看，制造业、批发业和零售业企业采购商占比排名前三，分别为30.6%、16%和8.2%，这与进博会展区行业设置匹配度较高。

第三届进博会启示录



疫情大流行对全球贸易体系造成了严重的创伤，一些地方甚嚣尘上的贸易保护主义、狭隘的民族情绪和扭曲的价值观，导致全球贸易秩序变得格外紧张和脆弱，叠加疫情隔离、互相封锁和不信任等因素，国际贸易和全球市场一度濒临“搁浅”状态。

阴云密布的世界经济，需要一个可以指明方向的坐标；忧虑前路，对世界经济往何处去满怀不确定性的人们，也在等待一个能够点亮信心的机遇。

不久前，中国公布了前三季度经济数据。作为世界经济最重要的增长引擎，中国以经济总量和对外贸易的同步回正，交出了自己的答卷。

进博会前夕，德国一家媒体发表了题为“中国经济为世界复苏进程提供重要驱动力”的报道。报道中的一张插图，正是上海浦东的清晨：黄浦江畔的城市刚刚苏醒，一轮旭日初升，晨光正在驱散夜色。



“从历史上看，不管遇到什么风险、什么灾难、什么逆流，人类社会总是向前进的，而且一定能够继续前进。”

11月4日晚，第三届进博会开幕式上，习近平主席铿锵有力的话语，通过视频，传递给每一位来到国家会展中心现场，或是远隔重洋收看直播的全球展商。

次日展会现场，哈萨克斯坦展位上的一幕成为这些话语的现实印证：35块平板电脑屏幕，代表着35家难以实际到达的展商。在中国“举目无亲”的他们，急寻到35位翻译代为参展，帮助中国的采购商直接连线屏幕另一头的海外展商。

常年奔赴各种国际展会的展商同行说，从没见过这样的参展方式。平板电脑两端，是语言不通、素不相识的陌生人，但因为信念相通、愿望一致，可以凭空架起沟通的桥梁，化不可能为可能。

办法总比困难多。经济全球化步履维艰、产业分工和贸易链条面临“退化”风险的当下，进博会如期开幕，展馆的大门如期敞开欢迎各国展商进驻，就是世界各国

携手共进，共同应对风险挑战的最生动写照。

说起这次不同寻常的中国之行，每位从境外过来的参展商，都有“一箩筐故事”。

有人敲开装修中的中国大使馆门拿到签证，有人登机日到来前最后一刻才在当地完成核酸检测，有人在飞机上戴两层口罩、吃饭时也不敢摘下，有人出发后跟着油管(YouTube)学习，怎么打发隔离的14天时间，还有人没有买到时间合适的机票，算算日程，最早也要进博会闭幕前一天才能赶到展馆，但依然毫不犹豫地踏上行程……

因为搭乘国际航班，许多境外展商回国后，还需再隔离14天，再做核酸检测。这几天，他们经常被问到同样的话题：搭上这么多时间成本，到底值不值？

一名叫瑞贝塔的意大利米兰姑娘，回答得颇具代表性：“我当然是想要来赚钱，但又不止为了赚钱。我想用自己的经历，告诉家乡同胞，不要对未来灰心丧气。”

就在第三届进博会展馆开放第一天，不少展商已经想到了一年后的事。当日就有29家知名跨国公司集中签约第四届进博会，而在开展前夕，一大批企业已经为自己订下往后三年的进博席位。首次来参展的米其林，就是其中之一。

这是全球企业对一个“说话算数的国家”投下的一票，对进博会这座屹立不倒、坚定不移的航标灯投下的一票，也是给中国领导人描绘的“开放合作”未来，投下的信任一票。



瑞士跨国公司IQAir的CEO弗兰克，前两年，每年要来中国8至10次。今年1月份疫情前，他刚从上海回国，不想一别就是大半年。

“中国市场这么大，欢迎大家都来看看。”第二届进博会上，习近平主席对世界的邀约言犹在耳。今年，他作出了这样的宣示：“让中国市场成为世界的市场、共享的市场、大家的市场，为国际社会注入更多正能量。”

弗兰克对此感同身受。曾经，他也是“来中国市场看看”的一员，一瞥之间，便与中国结下不解之缘。

因为疫情无法来华的那段时间里，弗兰克无时无刻不在关注着中国市场趋势。收到第三届进博会邀请函后，他收拾起比过去多一倍的行李，称自己就像是“重返校园的大学生一样”。

两年前首届进博会，不少展商初来乍到，许多人第一次学会用微信，还需要中方人员帮忙添加新朋友。

两年里，微信通讯录上的名单越来越多，曾经带回国的“意向订单”，一点点转化成实实在在的市场销售。第三届进博会，一些“三元元老”目的很明确，就是既要老朋友相会，又要和新的合作伙伴对面握手。

进博会上握住的手、连上的线，经得起风浪考验。今年全球面临“需求危机”极端市场环境下，中国市场消费潜力仍在持续释放，成为众多跨国公司全球报表中最大的亮点。

有人“重返校园”，有人以此为家。第三届进博会，特斯拉汽车身份三次转换。第一年，它是进口展商中的“头号明星”；第二年，它边参展边忙着在上海投资建厂；第三年，“特斯拉上海速度”已经传遍世界，上海产的特斯拉汽车，不仅热销全国，还出口欧洲。

疫情全球蔓延的当下，大规模的跨境投资，是需要勇气的抉择。全球外国投资大幅萎缩的当下，中国一诺千金，持续扩大开放领域，持续优化营商环境，令全球企业坚定选择中国。今年以来，上海新增跨国公司地区总部38家、外资研发中心14家。进博会期间，有参展企业同步宣布全球研发中心在上海揭牌。

事实胜于雄辩。疫情下曾有争论，是否要用逆全球化的方式重构产业链。在本届进博会，企业的无论大小，展商不分东西，这些活跃和敏感的市场主体在用行动证明，一个实现内外市场联通、要素资源共享的中国市场，可以为世界经济复苏注入什么样的能量；一个负责任的国家展示出的信念与担当，可以为共渡难关的人们树立多么宝贵的信心。



进博会开幕前夕，《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规