

几天前,第七届中国国际进口博览会在上海落下帷幕。6天的时间里,各参展国展示风采,全球最新产品、技术、服务首发首秀,重磅嘉宾碰撞思想火花,采购商开启“扫货”模式,一年一度的进博会已成为促进中国与世界双向奔赴、合作共赢的重要平台。

在这场“东方之约”中,来自129个国家和地区的3496家企业参展,186家企业和机构成为7届“全勤生”。展示成果、拓展市场、邂逅机遇,在进博会的国际大型“秀场”上,“新老”展商们带来了什么?又带走了什么?



本版图片由本报记者马晓冬摄于本届进博会

首发首秀云集 共享发展机遇 在进博,看未来

■ 本报记者 马晓冬

全球美食直达餐桌



哪里可以体验视觉、嗅觉、味觉的多重享受?食品及农产品展区就是答案。走进其中,每个人都会在一声声“欢迎品尝”中“迷失自我”,一开始还在犹豫要不要接展商递来的样品,不久后就自觉地加入了试吃的队伍。

今年是中法建交60周年,作为主办国之一的法国,“搬”来了食品酒饮、美妆、时尚等多领域的豪华产品阵容。在乳制品企业兰特黎斯展台,法国大厨端出一道道精致甜品,各种口味的奶酪琳琅满目,一场奶酪品鉴会既赏心悦目,又令人食欲大增。

产品经理张圆一边介绍,一边邀请观众品尝:“这款‘总统’孔泰奶酪是我们第一次带到中国在进博会上展示,它在风味上有坚果和水果的香气,硬质奶酪的口感也比较绵密细腻。”

配上山楂糕和坚果,孔泰奶酪吃起来口感更加丰富,尝鲜后,大家给出了“好吃”的评价。

相比于其他国家,奶酪在中国的普及程度并不算高,但在张圆看来,这给企业带来了重点发力的空间。“比如前一阶段网络上很火的奶酪拼盘等话题,让我们感受到了中国消费者对于健康新鲜乳品的需求。奶酪这种高钙、高蛋白的产品,无论是小朋友、年轻人或老年人都可以去尝试。”她说,“原制奶酪在中国市场上的占比不是很大,但是我们看到了慢慢增加的趋势。在这次进博会上,我们想把奶酪的知识分享给更多中国消费者,引入更多品种到中国,丰富消费者的选择。”

王律蕴的洽谈桌少有空闲时刻。她所在的一雨成秋(马来西亚)有限公司经营猫山王榴莲果园,首次参加进博会,就与重庆一家公司达成了采购合作。

中国是榴莲消费大国,其中,猫山王品种因其丰富的口感颇受市场认可,被视为“顶榴”。王律蕴对记者说:“现在猫山王的热度比较高,我们觉得不能错过进博会这个宣传的窗口,除此之外,我们还在这里更好地了解国内客群的需求。这几天有很多参观者过来洽谈,关心马来西亚下一季鲜榴莲进口的情况。”

此前,我国自马来西亚进口的榴莲主要为冷冻产品,在今年中马建交50周年之际,两国相关部门签署了马来西亚鲜食榴莲输华植物检疫要求议定书,马来西亚的鲜食榴莲开始“走上”国内消费者的餐桌。

中国的榴莲进口量居世界首位,有数据显示,2023年,全球榴莲需求量激增,其中中国市场占据91%的份额。“我们的果园比较新,之前,每年销售到中国的榴莲大约有100吨。现在鲜榴莲输华通道打通了,客群想要尝鲜的欲望很强,所以我们对中国市场的前景是非常看好的。”王律蕴说。



感受品质消费新体验

吃饱喝足,再来美美打扮一番。“没想到这里还能做造型!”在欧莱雅的展台,许多观众排队体验,让大家慕名而来的,是专业发型师手中的吹风机。

“这是我们今年全国首发的光学吹风机,它用红外光取代了传统吹风机的电热丝,再结合内部的高速马达,能够更好地帮助消费者吹干头发,减少头发损伤。”欧莱雅研发人员周张吉向记者讲解道,通过将吹风机与手机连接,消费者还可以根据自己的需求设置风量、温度等指标。

周张吉表示:“以往消费者可能只需要吹干头发,现在大家对品质的要求越来越高,更关心怎样健康地吹头发,还有是不是适合自己。所以这次我们和中国初创企业友原科技共同打造了这款光学吹风机,给消费者带来新的护发护发体验。”

这样的新鲜好物,什么时候能上市?“预计明年就能和中国消费者见面。”周张吉说。

多次亮相进博会,展台中悬挂的巨型羽绒服几乎成了优衣库的一大标志。“这是我们的巨型云感羽绒,表面采用的是纳米级纤维面料,它的纤维细度只有头发丝的千分之一,所以摸起来很细腻。”展台工作人员向记者介绍。

随着冬季到来,这一国际服装巨头的展品主打“保暖”:从云感羽绒,到锁温、抗湿的空气棉服;从能够吸湿发热的保暖内衣,到羊绒针织系列,无不散发着暖意。“我们今年推出了中国大陆地区限定的冰雪羽绒高暖款,第一次在展会上展示,女装的高暖款羽绒可以抵御零下35℃的严寒。”工作人员说。

近年来,许多消费品品牌将可持续发展作为企业战略中的重要一环,这在进博会上也有所体现。工作人员告诉记者,优衣库有多款摇粒绒外套采用再生面料制成,部分款式的空气棉服采用了20%再生材料作为填充物,还有部分纤维采用再生材料的保暖内衣,每年制造的使用再生面料的可持续服装超过千万件。

一只精巧的“福来运转灯”,点亮之后可以360度旋转,并在“窗子”上投射出剪影——这一充满浓浓中国风的有趣物件,竟然是用乐高搭成的。这款将于今年年底正式发售的新品,抢先在进博会上展出。

温笑冬是乐高集团高级概念设计师,他兴致勃勃地为记者讲解了其中的巧思:“福来运转灯”的设计理念来自中国传统的走马灯和剪纸艺术,为了更好地还原,我们加入了乐高的发光件,还设计了两款不同的剪影,供大家选择。”除此之外,“五福迎春”套装融合了喜鹊、冬青花瓶、柿子、金元宝等元素,同样充满喜庆风格。

深受欢迎的乐高悟空小侠系列也在进博会“上新”,二郎天神机甲和神兽火麒麟的形象都是围绕中国古代经典故事设计的,一亮相就吸引了众多参观者的目光。

首届进博会以来,乐高集团在这里推出了29款新品,其中19套产品的灵感来源于中国文化。“我们在每年的进博会都有中国文化相关的产品亮相,一方面是乐高集团对中国市场重视,另一方面,从设计师的角度来说,我们希望在设计中体现中国文化美好的东西,也是一种文化输出。”温笑冬对记者说。

尖端科技改变生活

机器人和世界冠军打乒乓球,恐怕只能在进博会上看到。今年,来自自动化控制及电子设备制造商欧姆龙的乒乓球教练机器人再次参展,人机互动成为展会的一大亮点。

11月6日,乒乓球世界冠军牛剑锋与教练机器人展开一场精彩对决,在观众的注视下和欢呼声中,两“人”打得有来有往。据介绍,在与玩家的互动中,“聪明”的乒乓球教练机器人可以实时收集、分析球与玩家的各项数据,有针对性的采取适合玩家水平的回球方案,这是传感器、并机器人以及机器人控制器等方面核心技术的体现。

“我觉得非常智能化。”结束“切磋”,牛剑锋给了“对手”不错的评价,“它在球台各个落点,都能很准确地回球。因为机器人本身失误比较少,可以进行多回合对抗,对于需要打基础或提升实力的运动员来讲,有这样一个训练的对象,还是有一定帮助的。”

工业级双轮足机器人、能让人“健步如飞”的智能动力鞋、月球探测车充气轮胎,机身长达10米的电动垂直起降飞行器……进博会的展馆中,处处科技感十足。

在医疗器械及医药保健展区,众多最新医疗成果、尖端产品集中展出。来自冰岛的奥索公司是一家假肢矫形器材企业,致力于智能仿生产品研发。今年,该企业携亚洲首发新品“暴风飞毛腿大地脚板”以及仿生智能膝关节、仿生手等产品参展。

在展台前,记者见到了一名穿着这款脚板的运动员,她今年参加了巴黎残奥会的乒乓球项目。“这个脚板我从7月开始使用,在比赛时也穿了。它的踝关节活动范围比较大,方便我做一些动作,走路和运动时也比较轻松,这样我就能更好地去进行一些高强度的训练。”她一边活动一边对记者说。

肢体上有残疾,仍然可以正常走路、运动;关节损伤的老年人,行动起来也能更有“力量”。在奥索中国市场经理李迪琛看来,这是科技带来的最有意义的改变。“进博会是一个很大的舞台,我们每年都有中国首发、亚洲首发的产品展出,目前正在研发植入式脑机接口的产品,希望能够惠及更多有需要的人。”李迪琛说。

中国机遇全球共享

本届进博会,有来自104个“一带一路”共建国家的1585家企业、35个最不发达国家的132家企业参展,他们在这里找到了打开市场的“金钥匙”。

记者在非洲农产品区见到刘先生时,他正站在一个大电饭煲前煮羊肉,准备提供给观众品尝。这些羊肉大有来头——这是马达加斯加羊肉获得输华准入后的首批进口产品,也是中国首次从非洲进口的羊肉产品。

刘先生告诉记者,马达加斯加自然环境好,出产的羊肉吃起来味道更鲜,性价比也很高。“它的价格比其他国家的进口羊肉低20%到30%,而且肉是带皮的,很适合中国南方一些地区的饮食习惯。”他说。

作为加工生产商,刘先生所在的中马牧业(马达加斯加)发展有限公司是中国企业在当地投资建立的公司,为马达加斯加引入了中国畜牧业科学养殖产业化经营模式。眼下,公司业务从种植延伸到了养殖、屠宰加工等,通过“公司+农户+农村社”的模式,带动当地人民就业增收。

此次首批进口的羊肉只有900多公斤,为了快速运抵中国,采用了空运的方式。刘先生坦言“运费比羊肉都贵”,但他觉得这些成本是值得的。“我们就是为了做好这个产业,抓住这次进博会的机会,向国内的客商展示马达加斯加的羊肉。”他说,“这批羊肉检验合格进口以后,我们又从当地发了100吨货,现在已经装船了,1个月左右就能到港。”

几天的展期结束,刘先生用“收获满满”来形容此次进博会之行:“我们和很多国内外优质企业进行了对接,达成了好几项意向性合作协议,不仅拓展了商业渠道,也为公司未来的发展带来了新活力。”

在今年9月举办的中非合作论坛北京峰会上,中方决定给予包括33个非洲国家在内的所有同中国建交的最不发达国家100%税目产品零关税的待遇。本届进博会也为参展的最不发达国家提供了120多个免费展位。

进博会属于中国,也属于世界。埃塞俄比亚的咖啡、坦桑尼亚的腰果、巴基斯坦的骆驼皮灯……在会场中,还有许多像马达加斯加羊肉这样的产品,通过进博会的舞台走向了更广阔的市场。正如一名来自乌干达的参展商所说:“中国市场很有前景,经济发展强劲,我们没有理由不来这里做生意!”

组织86场集中签约活动,达成合作意向近600项;举办124场新品发布活动,展示176项前沿科技产品;743家机构参与人文交流展示,带来公益演出227场……当第七届进博会还在细数成果时,第八届的筹备工作也全面铺开,目前,新签下届企业展的展览面积已经超过10万平方米。

满载收获而归,明年再续精彩。

