

第四届 中国·上海 2021.11.5~11.10

中国国际进口博览会



开幕还有

30

天



全城动员兑现“越办越好”承诺

# 上海加速进入“进博时间”

晨报记者 谢 靖

再过一个月,第四届进博会就将如期而至。新朋友、老朋友们准时赴约。如今首批进博展品已顺利通关,还有更多全球首发、中国首展已然整装待发。

为了进一步兑现“越办越好”的承诺,上海已全城动员,跑出了“进博加速度”。

化发展。

## “进博加速度”效应凸显

进口博览会不仅要年年办,更要越办越好。为展商提供更多的便利,让展商获得更精细、更有温度的体验感,也是进博会筹备过程中的重中之重。

从展品通关开始,“进博加速度”的效应已进一步凸显。记者获悉,目前进博会展品通关已进入“秒放”时代,企业无须到海关现场提交单证材料,只需上传电子单证,海关工作人员进行线上审单,随着键盘上“滴答”一声的审核按键操作,瞬时实现申报放行无缝对接。

展商抵沪时,上海机场边检百人外语志愿服务队将继续发挥语言优势,轮流值守在进博会边检专用通道、礼遇检查专班查验区域等,为外国代表团、特邀嘉宾等提供礼遇通关保障。

国庆节后将在“随申办”上线的“进博随申”服务专栏,将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、云看展、兜上海等信息,以更好地体验“线上进博会”风采。

在城市服务保障方面,市绿化市容局重点打造了“百个景点、百条花道、百里花带”,175个主题景点竞相亮相;市文化旅游局梳理形成第四届进博会住宿房源信息,将通过多个平台对外发布;上海邮政在第四届进博会期间,将分别在场馆、服务区域及办公楼设立6个服务网点,并将进博主题邮局扩容至102平方米。

同时,市交通委第四届进博会配套路桥建设项目“临洮路跨吴淞江桥梁新建工程”已于7月9日开通,国展中心周边道路整治、整修等15项整治提升项目已基本完成。

停车服务保障方面也给广大展商带来了“定心丸”。本次进博会周边临时停车场共20处,可提供大客车泊位约1100个,小客车泊位约1000个;虹桥商务区共享停车场在工作日可提供小车位近4000个,非工作日提供约6000个。

在疫情防控方面,市大数据中心已依托大数据资源能力开展防疫信息数据核验,做好健康码、核酸检测、疫苗接种的数据比对工作。

洽谈更便利,物流更通畅,交通更顺畅,城市更靓丽,住宿更安心,餐饮更丰富……今年的进博会将会为海内外来宾呈现更精心的“城市名片”。



在进博集市墨西哥国家馆,墨西哥国家商会驻亚太地区代表化身“洋导购”介绍特色商品。 /受访方

海外展商实现从“走进来”到“留下来”

## 国庆长假里,进博同款变爆款

### 忙坏集市里的“洋导购”

随着国庆长假的来临,南京路步行街上的进博集市再次成为全国游客的热门打卡地,仅国庆假期前三天,近550平方米的进博集市日均客流就翻了数倍,单日销售额再创新高,可忙坏了集市里的不少“洋导购”。

在土耳其国家馆,负责人拉玛赞·土赞在土耳其网红冰激凌展位与进口土耳其皮衣展位来回穿梭,这边冰激凌刚补完货,那边皮衣的咨询问题就来了,海外客商化身“洋导购”,积极为游客们服务着。“新到的土耳其进口小羊皮衣拥有天然毛孔和纹理肌理,透气性好又时髦大气,很显高级”,无需“洋导购”多做介绍,识货的顾客就爽快下单,万元单品日均销售量可达6件。

在北欧中心国家馆,进博集市的老朋友、中国瑞典商会董事林文敦甚至一家齐上阵,热情地为来往游客提供瑞典特色饮品试喝,招呼大家品尝北欧美食。店铺内“糖果墙”分外引人注目,新品“辣椒形”糖果分外有趣。

巴基斯坦帕克帕仙地毯公司市场及销售负责人苏力唐用流利的中文为巴基斯坦盐灯带货,新品喜马拉雅盐灯深受养生、美容爱好者青睐,苏力唐近几日每天至少要到毗邻“四叶草”的绿地全球商品贸易港调拨补货3次。在节前刚刚首发亮相的绿地

晨报记者 谢 靖

近一年来,来自世界各地的“进博同款”正加速落地,成为居民家中的“新宠儿”。进博会的线下展会时间只有短短6天,但对全球企业来说,机遇远不止于此。在上海,三届进博会的“溢出效应”日益明显,海外展商也通过进博会的大舞台更好地看到了中国市场的巨大潜力,实现了从“走进来”到“留下来”的转变。

外滩中心商业一期项目——绿地·外滩潮方中,不少品牌都是首进上海乃至首进中国,其中有不少还和进博会有着“不解之缘”。意大利奢华皮具品牌塔蒂霓就把中国首店设在了绿地·外滩潮方的意大利中心里。在去年举行的第三届进博会上,塔蒂霓带来了皮带、皮鞋、皮包等近30款手工产品参展,因为受到了不少国内采购商青睐,为期6天的展会结束后,塔蒂霓又把部分商品挪到了进博会常年交易服务平台——绿地全球商品贸易港内,不仅吸引了消费者前往试穿,来自江苏、北京、辽宁等省市的采购商也纷纷前往,并达成采购意向订单。

“我们在第三届进博会上首发的30多款产品,目前已经通过绿地进入了国内渠道”,塔蒂霓

CEO朱塞佩说,进博会能够让企业更敏锐、更深刻地接触中国市场,为落地中国市场创造了条件。借助进博会的影响力,塔蒂霓通过绿地贸易港平台登陆中国市场,迅速完成了从进博会首展、到新品首发、再到中国首店落地上海,“我们选择在上海开出首店,看重的就是进博舞台带来的曝光效应”。

### “6天+365天”永不落幕

进博会的线下展会时间只有短短6天,但对全球企业来说,机遇远不止于此。一系列“6天+365天”常年展示交易平台,正加速成为进博展品变商品、“进博同款”变“进博爆款”的助推器,进一步分享、扩大进博会的强大溢出效应。

记者了解到,第四届进博会开幕前夕,绿地贸易港内还将新开包括巴基斯坦、爱沙尼亚、柬埔寨、古巴等在内的16个国家馆,引进国别商品超过2000款,打响一批国别特色新品。

虹桥品汇二期A栋的8万平方米展陈空间也将在进博会召开前落成启用,届时一个全新的进博成果集中展示地也将正式亮相。据悉,其中新设的“历届进博网红畅购区”不仅集合了来自90多个国家(地区)的历届进博首发、畅销商品,还将有第四届进博会同步首发新品提前和广大消费者见面。