

# 消费日报

2019年11月5日  
星期二  
总第7592期  
第4651期  
今日4版

全国ETC用户1.57亿 发行总任务完成82.1%

交通运输部官方微信11月2日公布数据显示,截至10月31日,全国ETC用户累计达到15669.92万,完成发行总目标19085.56万的82.1%。根据最新数据,10月24日至10月31日当周,全国新增ETC用户543.23万(日均67.9万),完成周任务的118.35%。

A

国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一刊号:CN11—0057 ■ 邮发代号:81—9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号



第二届中国国际进口博览会  
THE SECOND CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO  
进行时 C 2019

## 第二届进博会释放新能量 搭建个性化供应链平台 共展各国产风采



本报记者 叶德宝 □陈中志 马佳丽 王春煜 牛夏风

11月5日至10日,第二届中国国际进口博览会(以下简称进博会)在上海召开。中国以主动向世界开放市场,以互利互惠、包容共赢的心态,以国家层面打造“进口”为主题的国家级展会,赢得了世界各国来中国参展的盛况。

第二届进博会新亮相的参展国家超第一届三分之一,64个参展国在国家展示中展示各自的智慧与创新,其中24个国家为首次亮相,39个国家是再度参展;参展国范围遍及五大洲,其中亚洲国家24个,非洲国家8个,欧洲国家17个,美洲国家12个,大洋洲国家3个。

今天,全世界的目光聚焦中国、聚焦进博会,进博会的召开,释放了中国外贸的态度,也交流着70年中国发展与人类命运共同体的融合情况,共享未来发展。

自首届进博会结束,海南自由贸易试验区建设以来,2019年8月,新一批自贸试验区在山东、江苏、广西、河北、云南、黑龙江6个省区设立;10月,十三届全国人大常委会第十四次会议表决通过决定,六部法律有关规定将在自由贸易试验区暂时调整适用优化营商环境。

随着进博会召开,人们不禁期待着:

第二届进博会,中国又将以什么样的面貌呈现?

### 各界期待进博会贸易盛况

在展馆里,一只可爱的大熊猫脚踩草坪,扬起小手,欢快愉悦的表情犹如归家的孩子,这是乐高用积木搭成的进博会吉祥熊猫“进宝”……在第二届进博会品质生活区,各种展示让人目不暇接。

最不需要怀疑的是全国各省市区采购商在博览会上购买东西的热情。记者从浙江省商务厅了解到,截至目前,浙江累计报名并缴费采购企业1.38万家,比首届增长15%,缴费采购商4万多人,比首届增长66%。

“集团所属粮食集团将与路易达孚公司采购巴西大豆22万吨(9000万美元),用于下属油脂加工厂炼大豆油,该



采购签约项目属国企分团单一最大采购签约项目之一”,浙江省农村发展有限公司王式欢说,农发集团是省属唯一农口国有企业,一直勇于承担责任和使命,为“舌尖上”的浙江保驾护航,满足浙江省人民日益增长的美好生活需要。

除了采购商,不少浙商还“化身”国际品牌服务商,以此承接进博会的溢出效应。物产云商董事万凡告诉记者,参加进博会不仅要“买买买”,还希望了解更多国际品牌的需求,从而更好为这些品牌搭建个性化供应链平台。

“物产云商旗下的新零售品牌‘热选’是一个进口商品交易平台,因此我们对接外国品牌的需求不小。”万凡董事长介绍说,今年进博会期间,将与莉碧儿、诗梅迪、Fitfun、Annex Foods等国际品牌厂商进行合作洽谈。

上述场景并不罕见。首届进博会境外采购商到会3600人左右。进博会的成功举办得到国际社会的高度关注,第二届境外专业观众报名注册已超过7000人,充分表明了进博会的国际吸引力和影响力。

“进博会是我国新时代对外开放的标志性工程。”上海市人民政府副市长、中国国际进口博览会组委会办公室副主任许昆林表示,首届进博会的成功举办,在全球产生了广泛的影响,也受到了高度的赞誉,上海也在全球的聚光灯下充分展现了开放、创新、包容的城市品格。

“为了充分挖掘进博会的客商资源,浙江交易团还将开展一系列配套活动。”浙江省商务厅有关负责人介绍,浙江省将参与第二届进博会26场配套活动,其中现场活动9场,非现场活动17场。其中,省级层面将举办第三届浙江—德国(欧洲)数字经济和高新技术产业高峰对接会、浙江省进口药品耗材、医疗器械采购意向签约及合作对接会、省属企业采购专场活动,省交易团集中签约仪式等。

### 亮点多多 各有特色

到进博会看什么?到底有哪些展区?这也必然是大家关注进博会的重

点内容。

在科技生活展区,不少企业带来了全球领先的科技技术和专利成果,科技改变生活,在这里也可以得到生动体现。比如,一个叫roboy的机器人,它会笑、会闹、会害羞,最重要的是它还会卖萌。消费日报记者了解到,roboy的四肢是通过3D打印技术建造的,不仅能重现人类的骨骼、肌肉和肌腱,与真人极其相似,而且在它的胸部还布满各种元器件。据德国英飞凌科技股份公司工作人员介绍,roboy除了酷似真人之外,还有视觉、听觉以及感知能力,最好玩的是它还能骑三轮车,最近还学会了做生意——售卖冰激凌。

在食品及农产品展区,全面展示了全球最大尖端最前沿的食品生产技术、有机健康的土特产以及融合现代科技的各类加工食品和农产品。

在品质生活展区,一批美妆日化、母婴及儿童用品、服饰配件、家居家具类的企业,通过一系列酷炫的产品和技术为观众带来美好生活的新概念。另外值得一提的是,在品质生活展区还有一些我们熟悉的知名品牌产品也是首次参展。

汽车展区汇聚了氢燃料电池车、自动驾驶汽车等众多中国首发产品,相关企业对汽车与环保、汽车与智能、汽车与历史、汽车与未来生活的理解也在这里展示。

装备展区是世界五百强和行业龙头企业较为集中的展区,参展企业首发产品云集。新设室外展区,展示最新的工程机械、农业机械、特种车辆等产品;为配合冬奥会,“冰雪体验区”也能给参观者带来独特体验。

医疗器械及医药保健展区的抗癌产品、康复器械成为突出亮点,新增的康养专区集中展示最新研发的康养养老产品、康复辅助设施等,世界上最细的胰岛素注射针、抗癌、检查、诊断的仪器、手术机器人、感光变色隐形眼镜等一批新技术、新产品,也亮相本届展会。

在服务贸易展区,行业巨头纷纷推出了为中国市场及客户定制的个性化解决方案,涵盖金融及咨询、商物流、供应链管理、检验监测及认证、文化、旅游等服务行业。物流定制、金融创新、文旅融合成为突出亮点。

进博会除了有“买买买”“卖卖卖”外,各省市也积极承接进博会溢出效应。据了解,浙江省还参与利润长三角区域城市展示中心的浙江馆建设。长三角区域城市展示中心是《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》明确的虹桥国际开放枢纽“四大中心”之一,浙江将浙江馆建设也纳入到参与进博会的工作,加快建设步伐,高质量完成展示任务。

### 创造进博会“新活力”

集纳各国的进博会,不仅展示了中国开放、包容的态度,也体现了中国与世界接轨的决心。

中国一直高度重视扩大进口,去年以来采取了一系列的扩大进口的举措。如主动四次降低进口关税,提高企业的贸易投资便利化水平,加快通关速度,优化进口的结构。

中国通过举办进口博览会,为海外的企业和产品进入中国市场搭建一个新的平台,提升了中国国内外的营商环境,推动国内外贸易高质量发展。

自2013年成为中国成为全球货物贸易第一大国后,商务部的一组数据,可以更直接的了解中国进口情况。从2013年—2018年,中国的进口占全球经济的份额都在10%以上,2018年中国进口2.13万亿元,占全球进口的10.7%,过去这五年中国的进口增长对全球进口增长的贡献率达22.7%。中国市场、中国消费带动了全球经济贸易的复苏和增长,是拉动全球经济增

长的重要引擎。

中国拥有14亿人口的大市场和4亿多中等收入群体,人民生活水平、生活质量不断提高,消费升级不断加快,中国进口的潜力会进一步的激发和释放,所以中国有信心实现未来15年进口30万亿美元的商品这个目标。

正是在这样的背景下,中国既向各国展现新时代中国改革不停顿、开放不止步的坚定决心,又为世界构筑了政商学界共商共议、共解难题的交流平台。

为方便各国观众进出展馆,交通保障工作必不可少。今年进博会主要的轨道交通路网,将全周期、全路网、全运力运作,如果你在上海,可以看到2号线西段运力增加了,10号线和17号线已经缩短高峰间隔,同时对徐泾东站抵离场的时候,会开放4号口和5号口。

为了提升体验度,上海市交通委对上海交通APP进行升级改造,包括最新的公告、出行导航、交通攻略、即时信息、停车预约。同时,3D导览可以立体地呈现进博会场馆的情况包括出行线路。

“使者相望于道,商旅不绝于途”,进博会见证了各国“舶交海上,不知其数”的繁华盛况。全球各地参展商与商户正在参与进博会的召开,共享进博会带来的发展机遇和成果,第二届中国国际进口博览会,是中国的进博会,也是世界的进博会。



## 苏宁将在第二届进博会上加大采购力度 把优质海外商品带给国内消费者

围绕着中国零售市场的发展趋势,过去十年,苏宁致力于围绕用户需求的场景深耕,至今已完成全场景零售布局。

当下,苏宁易购APP、苏宁广场、苏宁小店已成为苏宁最重要的场景互联网门户。在社交营销领域,基于苏小团、苏宁推客等一系列工具,消费者可以更精准触达所需产品。

苏宁易购公共事务副总裁马康向记者介绍说,第二届进博会期间,苏宁加大了采购力度,在持续加强与国际知名家电、3C品牌合作的基础上,进一步关注与居民日常生活有关的大快消品类商品的采购+服务贸易采购。尤其在苏宁收购家乐福中国之后,在国际供应链的打造上面,有了新的合作伙伴。同时,苏宁旗下日本Laox也参加了第二届进博会,为中

国消费者带来日本特色产品。在首届进博会的基础上,目前已有百余家企业与苏宁达成积极合作意愿。

据了解,作为首届进博会17家国内官方组展机构之一,苏宁自进博会筹备初期就参与到境外品牌、境外企业参展邀请的工作中,协助落实了如AO史密斯、惠而浦、林内、能率等多家国际家电品牌的参展工作。这些通过苏宁协助参与首届进博会的海外品牌,一直是苏宁长期的合作伙伴,而在首届进博会之后,众多海外知名企业纷纷与苏宁进行了进一步接洽。

首届进博会后,海外品牌在苏宁平台上的销售增长持续走高,苏宁平台上海外购商品销售增速始终保持在200%以上,成为所有商品类目中增速最快的业务之一。目前海外快消品在国内消费市

占据着较大的份额,以高端酒类、美妆个护为代表的海外知名品牌近年来备受中国消费者青睐。今年3月,苏宁与ITA(意大利对外贸易委员会)在中意两国领导人的见证下签署了战略合作协议,此后,

ITA主席卡罗·费罗于7月份带队抵达苏宁总部,双方围绕中国市场的消费升级趋势,进一步推动了包括Mood、Brionvega、iXOOST、Fabbr.1905、illy在内的多家高端意大利品牌建立直接合作关系,并与时尚品牌代理商IFFG达成合作协议,范围涵盖美妆、时尚、家居设计、电子、食品等多个品类,进一步拓展苏宁国际市场的供应链渠道,丰富产品品类。

马康透露,借助首届进博会,苏宁与欧洲、日本、澳洲、北美等23个国家和地区的企业达成合作,并进行大规模采购,

采购范围覆盖饮食类、日化类、电子类等进口贸易商品,版权、专利技术等贸易服务。

2019年1—7月,除进口家电、3C外,苏宁重点拓展了食品、酒水、母婴、生鲜水果、美妆、保健品等进口商品,同比去年增长319%。上半年,苏宁快消集团赴泰国包下当地2000万颗榴莲、2000万斤山竹、2000万颗椰青,在越南承包3万亩火龙果种植园,不断拓展海外优质供应链。

“苏宁将会进一步围绕国内消费升级,引进海外优质产品和品牌,通过打造海外品牌进入中国市场的首选入口及一站式解决方案提供方,进一步扩大中国在国际经济和文化领域的影响力。”马康表示。

**本报新闻职业道德监督岗**

电话:(010)67604554 67604747



本报讯(记者 魏静 □忽艳) 参加第二届进博会的苏宁集团,将在江苏交易团发布会现场与来自意大利、法国、德国、日本以及美国等国家的品牌代表进行签约,持续将优质海外商品带给国内消费者。