

消费日报

2019年11月6日

星期三

总第7593期

第4652期

今日4版

前三季度中国服务进出口总额达40228亿元

据商务部网站消息,2019年前三季度,中国服务贸易延续稳中向好的发展态势。1—9月服务进出口总额达到40228亿元,同比增长3%。

A

版 ■ 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



进博会首日

中国向世界发出“共享”约定

本报记者 叶德宝 毛华敏 梅峰
□ 陈中志 马佳丽 王春煜 牛夏凤

“中国老百姓有一句话,叫作‘世界那么大,我想去看看’。在这里我要说,中国市场这么大,欢迎大家都来看看……”11月5日,第二届中国国际进口博览会(以下简称进博会)在习近平总书记的讲话声中开幕。

第二届进博会以“新时代,共享未来”为主题,引起了各国参展企业的共鸣。来自世界各国的记者纷纷把镜头对准了由中国以国家层面打造“进口”为主题的国家级展会,对准了中国向世界展示新一轮对外开放的诚意与行动。

据了解,第二届进博会刷新了首届进博会各种数据:此次64个参展国遍及五大洲,超过1/3是新加入者;参展企业展区面积平均增加20%;50万境内外专业观众;期间将举办超过50场新品首发仪式……

抓住机遇
融入中国市场

中国主动开放的举动在当今错综复杂的世界环境中显得尤为珍贵。很多国家参展商希望在进博会上寻找答案,这也是本届进博会的独特魅力之一。

“中国进口博览会在世界上的影响力越来越大,世界各国的厂商都愿意利用进博会这个有效的展示平台进行展示。”阿吉斯高科技有限公司董事长张毅对记者说,“未来哈吉斯或将在中国设立一条组装线,待时机成熟,就会在中国进行生产和本土创新。”

尼古拉斯克雷亚公司今年带来了市场上最为广泛的铣削解决方案,包括床身机床、龙门式机床、落地式机床和T型结构的机床等。当被问及为何在已享有全球知名度的情况下仍积极参

展,西班牙尼古拉斯克雷亚集团亚洲公司总经理老纳告诉消费日报记者,进博会是一个能帮助他们很好融入中国市场的平台,所以他们积极参展。“到目前为止,中国是我们销量第一的市场,每天我们平均卖掉3台机器,其中1台就是卖给中国公司。而同时,因为我们的产品与众不同,世界各国的客商都慕名而来,他们中每5个人就有1个中国客商。”老纳表示。

事实上,进博会不仅让各国参展企业更加了解中国、打开中国市场认知之窗,同样也是中国积极进行进出口结构调整的机遇。

各省交易团
刷出中国购买力

进博会召开第一天,浙江长龙航空与CFM国际公司达成4.77亿美元维修协议,这是浙江省交易团交出的进博会首张成绩单。

苏宁国际集团与韩国NUC电子公司签订了采购1420万美元家电产品的合作备忘录,成为江苏交易团首单。

NUC负责人表示:“通过进口博览会,NUC与苏宁建立了良好的合作关系,使得NUC产品渠道进一步下沉,对品牌的宣传等起到了积极作用。”

据介绍,NUC自首届进博会与苏宁签订了厨房小家电总代理协议,在苏宁易购等平台销量持续攀升,仅是NC-92020原汁机出货量就超过10000台。本次进博会上,NUC又为中国消费者带来了一款IOT智能原汁机,该机器能通过内置感应器,对人体进行检测和分析,并通过手机APP,基于身体检测数据,向消费者推荐健身视频和健康果汁食谱。

NUC通过苏宁的大数据分析,得到了有针对性的建议,从而更加深入了解中国市场,有力地推动了NUC产品在

中国的本土化。

足不出“沪”
尝尽各国美食

“第二次参加进博会,我们这次的准备比第一届更为充足。”西澳牛肉品牌澳兰仕中国代理商工作人员张崎说起自己的牛肉,显得十分自信,因为首届进博会的反响比较好,中国消费者对澳洲牛肉的认可度也得到了进一步提高。

“我们主打的是低GI(注:低生糖指数)的巧克力。”瑞士巧克力品牌爱普诗的工作人员钱琪慧介绍,他们是第二次参加进博会,爱普诗的巧克力在欧美一直备受好评,而通过去年的进博会,让中国消费者慢慢认识到这款低GI的巧克力,有不少采购商因此前来洽谈。

“今天我们收获了现场试吃者一众好评,对进军中国市场更有信心了。”马达加斯加芒达有限公司中国代理商副总经理陈强带着该品牌坚果产品第一次参加进博会。



第二届进博会召开,延续首届进博会的“长尾效应”,受到了很多新老参展商的光顾,“新品首发”“扩大展区”“特别定制”等关键词频频刷新人们的认知。

“对于企业来说,进博会是极好的机遇,可以面向世界来展示我们公司优质的产品。”说起参加进博会,钱琪慧表示:收获很大,除了展示产品之外,更多的是听到了世界各地消费者的宝贵建议,这些建议对于企业在今后的产品改进有着重要的意义。

除了瑞士巧克力、马达加斯加的坚果和澳大利亚的牛肉,还有来自全球的其他各色美食,现场的参展商都向记者表达了通过进博会进军中国市场的想法。据介绍,作为此次进博会布展面积最大的展区便是食品及农产品展区,参展面积达到75000平方米。

据悉,俄罗斯作为本届进博会的15个主宾国之一,共有43家食品企业集中亮相,带来了具有俄罗斯特色的蜂蜜、肉类、乳制品、坚果、饮料等食品,这些俄罗斯展商都非常看好中国的进口美食消费潜力。

展现非遗魅力 上久楷宋锦亮相进博会



本报讯(记者 汪宏胜 □ 刘倩)在第二届中国国际进口博览会上,增设了非物质文化遗产暨中华老字号文化展示专区,苏州上久楷宋锦产品作为特色代表亮相。非物质文化遗产暨中华老字号文化展示项目是本届进博会为塑造更好的参会体验新增设的活动内容,新展

区的设立成为本届进博会新增亮点之一,旨在打造一个面向世界、弘扬民族文化的展示交流平台。

据了解,本次非遗暨老字号总展示面积积约4000平方米,在中央广场中心舞台进行非遗文艺演出;在中央广场、北广场、会展步道和东西厅设置专区,进行各省市非遗文化和中华老字号展品的展示及互动体验。

据介绍,苏州上久楷,源于1889年,是清光绪年间皇室御用宋锦织造商。从2014年北京APEC会议、2015

年纪念抗战胜利70周年活动,到2016杭州G20峰会、2017年金砖峰会和阿斯塔纳世博会,再到2018博鳌论坛、上海合作组织成员国元首理事会,以及61个国家领导夫人的伴手礼,上久楷宋锦作为国礼强势冲击着人们的视野,赢得了世界的尊重与好评。

江苏吴江鼎盛丝绸及苏州上久楷丝绸的掌门人吴建华表示:“文化积淀着一个国家最深层的情感和精神追求,是一个民族保持生机与活力的源泉,它越来越成为经济社会发展的重要支撑,不断为国与国之间的交往增添绚丽的色彩。我们的产品之所以多次被选做访问国礼,固然与上久楷宋锦的精美时尚设计分不开,更主要的还是取决于宋锦本身承载着浓郁的民

族文化。”

目前,上久楷宋锦的国礼产品达60多款。吴建华自豪地说,“上久楷至今已为60多位国家元首及其家属制作了宋锦国礼。相信苏州上久楷一定会在此次进口博览会上,展现我国非物质文化遗产的魅力,作为展示中华优秀传统文化的一张亮丽名片,成为连接世界各国友谊的一条美丽纽带。”

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67604554 67604747

浙江省交易团首单刷出4.77亿美元

本报讯(叶德宝 梅峰 □ 陈中志)

11月5日,第二届中国国际进口博览会大幕拉开,浙江省交易团拿下首单,价值4.77亿美元——浙江长龙航空与CFM国际公司达成3台LEAP-1A发动机订购和为期12年的RPFH(按飞行小时付费)发动机维修协议。据悉,CFM国际公司

将随着长龙航空机队规模增长,交付3台LEAP-1A发动机,同时为长龙航空新增20架空客A320neo/A321neo飞机的40台LEAP-1A发动机(其中8台可选发动机)提供维修保障。

双方还将持续深入合作,推进数字化航空发展。

第二届进博会科技保险体验区开幕

中国太保护航智慧出行

本报讯 11月5日,第二届中国国际进口博览会正式开幕,中国太保在国家会展中心举办护航智慧出行启动仪式暨科技保险体验区开幕式。

本次活动展现了中国太保在5G、自动驾驶、智能风控等保险前沿科技领域的探索和实践。活动现场启动并发布了长三角“5G+智能驾驶”协同创新联盟保险合作。

10月20日,长三角“5G+智能驾驶”协同创新联盟在浙江乌镇正式成立,旨在搭建长三角“5G+智能驾驶”的合作与创新平台,研究构建更加高效和安全的智能交通体系,推动汽车与保险行业产业升级。联盟启动并发布的长三角“5G+智能驾驶”协同创新联盟保险合作,是中国太保探索“5G+智能驾驶”产业发展保险保障的先行先试。

同时,中国太保参与申请的科技部国家重点研发计划“新能源汽车”专项“自动驾驶电动汽车集成与示范项目”也在现场正式启动,作为唯一参与的保险

企业,中国太保将重点在自动驾驶的法律、社会问题,尤其是自动驾驶的保险问题等方面展开研究。

车联网大数据智能运营平台——“太睿保”项目体验,成为本次活动的一大亮点,该项目曾荣获2019年人工智能大赛金融赛道一等奖。其通过接入各类车载人工智能设备,可实现驾驶行为监测、危险驾驶预警、事故过程回放等多项风险干预及防控功能。现场搭建的模拟仿真驾驶舱给现场嘉宾带来身临其境的护航体验:智能风控设备根据体验者的行为进行实时识别及互动预警;模拟视频将体验者带入自动驾驶场景,演绎中国太保如何为自动驾驶提供全方位的服务。

作为第二届进口博览会核心支持企业和指定保险服务商,第二届进博会期间,中国太保将举办包括科技保险体验区开幕、与法国欧葆庭签约、与三井住友海上举行高层战略峰会等一系列活动。

(华 讯)

欢迎订阅2020年《消费日报》

消费日报

消费日报由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。

信息传播定位:产业基础上的市场化表述。

综合服务平台:为行业企业品牌提供服务。

合作共赢

全国各地邮局均可订阅。

邮发代号81—9。

国内统一刊号CN11—0057

季价63元,全年订价252元。

发行电话:010-67604545

快来扫描我吧!

消费日报微信公众号平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端 步骤二:选择“添加订阅”后搜索“消费日报” 步骤三:打开应用,点击右上角“+关注”即可