



# 第六届中国国际进口博览会

透视  
博览会观察

## “上海服务”让进博会更精彩

本报记者 李治国

来自128个国家和地区的3400多家企业参展；注册专业观众近41万名；虹桥论坛参会规模超过8000人……又是一届精彩、难忘的进博会。在亮点纷呈的进博会背后，是上海各个部门的通力配合、默默付出，再次以“绣花式”服务全力护航进博会。

### 后勤保障更智能

机器人、物联网、AI赋能……面对疫情后首次全面恢复线下举办带来的大客流，餐饮人流、食品安全、电梯乘用安全等如何保障？记者从上海市市场监管部门获悉，“第六届进博会市场监管服务保障综合指挥平台4.0版”更高效、智能、精准。

今年的平台嵌入了AI语音控制系统。“请带我看一下厨房的后厨。”在进博会市场监管服务保障指挥室，指挥人员语音刚落，指挥平台的屏幕上便出现了后厨的实时影像，指挥调度“一呼直达”，更加方便。

进博会展馆内有51家餐饮单位，指挥平台可以根据餐饮加工面积及供餐量自动进行判定预测，每天对供餐负荷系数(单位面积供餐量)进行排序。每天风险最高的10家餐饮单位将被重点监管，比如对加工过程中的交叉污染提高巡查频次，对刀具、砧板等进行快速检测等。在确保安全的前提下，确保食品供应品种丰富、数量充足。

记者在采访中还了解到，为满足境外人士的刷卡支付需求，近期上海在包括商业、文旅、机场车站等重点场景已开通外卡POS机超3.6万台，实现商业、文旅、交通三大场景重点商户全覆盖。无论是移动支付

、现金支付还是数字人民币支付，都更方便。“为积极响应《上海市完善支付服务体系优化入境人士消费环境的实施方案》，尤其是进一步优化境外客人入境后的移动支付体验，我们接下来重点还要做3件事。”蚂蚁集团国际事业群Alipay+上海区域负责人李硕介绍，首先后续会继续为上海商家提供推广支持，降低与境外人士的沟通成本，让交易达成更简单；其次会为更多中小商家连接境外消费，让商户在家门口的跨境生意更好，让海外人士感受中国的烟火气。此外还会尽快接入更多海外电子钱包和海外银行卡，释放出更多国际消费潜力。

在电力保障方面，国网上海电力顺利完成进博会全景智慧供电保障系统6.0版迭代升级。“通过智慧保电6.0系统，我们可以随时查看电网运行情况。我们以配网设备状态评价标准为基础，建立了以设备静态参数、运行动态数据以及站房重要性为主的综合评价体系，对站房内或线路上的每一台主设备进行评价。”国网上海青浦供电公司变电(配电)二次运检班李雅晴介绍，如今在进博会保电工作中，电网的智能指挥水平和运维效率均得到了大幅提升。

值得一提的是，在国家能源局华东监管局组织下，第六届进博会通过省间绿电交易的方式，成功采购绿电800万千瓦时，可覆盖此次进博会期间的全部用电量，也标志着进博会首次实现全绿电办展，预计可减少二氧化碳3360吨。届时，来自安徽的风电、光伏等新能源电力将持续点亮进博会的每一盏灯，驱动摆渡的每一辆车，运行展示的每一台设备。

### 志愿服务更周到

连续六届，“小叶子”已经成为进博会上志愿服务的风采。

景线。今年，上海团市委从全市42所学校招募了5725名会期志愿者。

上海交大140名志愿者11月3日正式出征，来自设计学院的刘盛磊第6次担当志愿者。“6年的进博会历程让我看到了国家开放的决心与作为大国的担当，我为能参与这样的盛会而感到骄傲与自豪。”

在前5届进博会的服务保障中，业务能力过硬的上海税务人向世界展示了周到的待客之道。今年，在进博会“最前线”——馆内政策解读专区，上海税务部门用心挑选培训的“精兵强将”为参展商、采购商提供现场咨询、政策宣讲、投诉受理等税收保障服务。在进博会举办地，上海青浦区税务局“助力进博会青年突击队”“服务进博多语种青年突击队”“示范区税务青年服务进博突击队”3支队伍，采用“驻场服务”和“场外响应”相结合的工作模式，为进博会提供全方位税收服务保障。多语种青年突击队队长蒋雨婷表示：“队员们利用业余时间进行系统训练，提高综合业务技能和专业素质，为进博会作了充分准备。”她表示，汇集了最新税费优惠政策，更加契合买卖双方实际需求的《双语服务手册(进博版6.0)》亮相今年进博会，全程为现场客商提供专业指引。

此外，来自东航的“凌燕”礼仪志愿服务队已经是连续第6年服务保障进博会，这支团队以高质量的礼仪服务，在每一届进博会上展示东航风采，诠释上海服务。本届进博会上，她们负责主会场开幕式、23场分论坛和高端配套活动、VIP贵宾接待点位的服务保障，并担负进博会期间国家会议中心(上海)的专项志愿讲解。“2018年首届进博会上，东航‘凌燕’礼仪志愿服务队成立，我有幸成为其中一员，自此开启了连续6届服务保障进博会的青春篇章。进博会‘越办越好’，

我们的服务标准和质量也会越来越好。”连续6年加入志愿服务队的乘务员唐琪表示。

### “进博故事”更动人

今年进博会，3200余名中外媒体记者注册报名采访。为了让媒体记者讲好“进博故事”，第六届进博会新闻中心全新“出发”。展会期间，新闻中心为注册记者提供多语种信息咨询、举办重磅主题发布会和“与总裁面对面”专访活动，并推出多条会外采访路线。

进博会新闻中心媒体接待保障组组长沈良表示，第六届进博会新闻中心实现5G信号全覆盖，配备宽带网络、公共信号、有线电视接口、图片中心，为媒体记者开展报道提供便利；在媒体公共工作区还设置了450个记者工作位，配备多台上网电脑，设置单边直播报道点供记者出镜报道使用。

媒体在传播进博故事，上海也在力促展品变商品，创新消费场景，放大进博会“溢出效应”。比如，上海推出持续一个月的2023“拥抱进博首发季”活动，搭建国际品牌“引进来”和“走出去”“双线并行”的交流平台，提振消费、繁荣市场。

此外，为了更好地展现城市形象，上海市容环境部门确定了进博会重点保障区域，以及环境清洁、难点整治、规范管理、美化提升、示范引领五大类20项重点工作。值得一提的是，作为历届进博会黄浦江两岸光影秀的“主力”，上海中心大厦今年首次以参展商、服务商身份参加进博会，上海中心大厦提前对3.5万个灯光设备、1万个点光源逐一排查、联调联试，让中外宾客全方位欣赏黄浦江两岸美景，借进博会体验申城魅力。

2023年是我国的“消费提振年”。消费是当下影响我国经济增长的关键因素，在坚定实施扩大内需战略的背景下，如何更加有效地通过消费提质升级带动经济持续增长值得探究，进博会的成功举办因而具有更加重要的意义。

在第六届进博会上，占据了两个场馆的消费品展区汇聚了国内外众多消费品领域企业。从高科技美妆到环保快递包装全球首发，从“舌尖上的美味”到炫酷亮眼的汽车展示……进博会为全球优质企业、商品和服务进入中国大市场搭建了桥梁，也让更多的国内消费者看到、享受到、使用到世界好物，为我国产业升级、消费升级提供了便利，成为洞悉中国消费市场发展动向的窗口。

进博会参展商品为企业和消费者提供了更多选择，满足了消费升级的需要。一方面，中国是有着14亿多人口的庞大消费市场，参展商来华贸易交流，方便顺畅高效；另一方面，进博会成为满足我国居民旺盛消费需求和对美好生活追求的重要平台，各个门类的全球首发产品在会后逐步落地成为商品，拓展了居民对高层次产品的消费选择，为我国促进消费增添了新动能。通用汽车基于过往参展的积极反馈，于去年成立了全新的高端进口业务，并连续在两届进博会上以道朗格的展台形象亮相。今年，道朗格展出了5款标志性产品，力争拓展细分市场，精准覆盖进口车受众群体。

进博会引入国外高品质服务，激发了消费升级的动力。如今，我国消费市场日益多元化、个性化、优质化，新型消费蓬勃发展，绿色、低碳、可持续消费等各种消费新业态、新模式不断提升服务消费品质。如今各大参展商已不再满足于把海外产品引进来，而是更主动地挖掘中国消费者更深更细的消费需求，从而找到中国消费市场的前沿趋势。越来越多的企业注意到，中国消费者的消费习惯变得更多样化、更考究，展现出巨大的市场前景。

与此同时，进博会在扩大高质量产品进口规模的同时，也增强了国内市场相关产品的竞争程度，进而促使国内企业转型升级，进一步提高供给产品的质量。

进博会促进相关配套措施出台，改善了消费升级的制度环境。依托进博会的投资促进平台作用，上海实际使用外资从2018年的166.61亿美元增至2022年的239.56亿美元，五年累计总额达到1013亿美元，较上个五年增长20.5%。进博会上发布的措施，如展客商入境便利、展品留购税收优惠、加强知识产权保护等，优化了国内营商环境。无论参展商还是消费者，都能感受到我国营商环境和消费市场的新变化、新提升。

进博会带动的新消费浪潮正在不断满足人们对美好生活的向往，助推经济社会高质量发展。透过进博会的窗口，世界感知到了中国市场的强大吸引力和内生动力，体会到了中国与世界的深度联结、双向奔赴，也会看到开放、合作为全球发展带来的光明前景。

李盛丹歌

## 多元配套活动彰显开放诚意

王明昊

来自世界各国政经学界的代表围绕一系列关于经济发展、对外开放等重要议题，在虹桥国际经济论坛上展开一场场脑力激荡；家用智能跑步机、可持续材料轮胎、高科技美妆产品等大量新产品在进博会的新品发布区轮番亮相；在“四叶草”的中央广场，精彩纷呈的文艺演出引人注目……从产品展示到对接签约，从政策解读到文化交流，丰富多元的配套活动彰显了进博会的开放诚意，为本届进博会增添了不少光彩。

一系列服务参展主体的配套活动彰显了进博会的开放诚意。外商担心来华投资摸不透政策、看不清前景，政府、行业组织和研究机构就以形式多样的政策发布、权威解析、趋势研判为投资者吃下“定心丸”。通过搭建新品展示平台，举办供需洽谈、签约仪式等活动，让参展商的核心诉求能够真正落地安放。进博会上细致周到的配套保障活动，不仅持续释放着开放红利，也在向世界传达着中国开放大门只会越开越大的决心和诚意。

研究发布活动为进博会增添智慧之光。当今世界，积极开放与保守封闭正激烈碰撞、胶着对立。在危机面前如何作为，是一个有担当的大国必须思考的问题。作为践行人类命运共同体理念的国际公共产品，进博会积极举办虹桥论坛，并在论坛上发布《世界开放报告》和世界开放指数，搭建国际政商界高端对话交流平台，为推动经济全球化向前发展、建设开放型世界经济贡献“虹桥智慧”。

文化交流活动为进博会装点一抹暖色。进博会是寻觅商机的平台，也是畅叙友谊的“会客厅”，它迎来的不仅是经贸合作的对象，也是志同道合的朋友。让新朋旧友宾至如归，是东方大国的待客之道。在文化公益演出舞台前欣赏一场乐舞表演，到中外人文展示区里体验特色民族服饰、品尝异域美食，这些人文气息浓郁的配套活动，在贸易往来之余也给八方来客提供了文化交流、文明互鉴的机会，为进博会铺上了一层温暖的底色。

进博会展期过半时，已举办政策解读、对接签约、投资促进等七大类95场配套活动；举办60场分专区板块的行业专场对接会，226家参展商、345家采购商参与对接，达成合作意向137项；各类交易团共举办85场集中签约仪式，达成合作意向近600项。这些亮眼的成绩也从侧面说明，配套活动是进博会的重要组成部分，将配套活动做细做实，能为进博会增添更多光彩，助力进博会越办越好。

“我们仍然认为中国市场增长潜力巨大。”费博瑞表示，首先，与日本、欧洲或美国相比，中国在美妆方面的人均消费水平仍有增长空间。其次，中国消费群体庞大，新兴城市众多，欧莱雅在中国市场的覆盖率也有巨大的提升潜力，更广泛的消费群体有待发掘。

中国市场是欧莱雅集团业务增长的重要引擎。谈到如何增加客户黏性、扩大消费群体、挖掘更大的市场潜力，费博瑞认为，创新是关键。“之所以相信美妆科技一定会创造未来之美，是因为今天科技正在改变我们的生活。我们也是坚信，科技将拓展和放大美妆的领域和范围，因为科技让美妆变得更加精准和个性化。”

“过去5年，中国消费市场的成熟度有了非常大的提升。这也为那些真正希望为中国市场带来创新产品、优质服务，以及在中国市场努力提高产品质量、认真打造品牌信任度的公司提供了非常好的机会。”费博瑞表示，欧莱雅是科技的忠实拥护者，公司每年在科技领域的投资超过10亿欧元。“这充分表明我们致力于创新和技术，致力于打造美妆科技，引领美妆行业转型的信念很坚定。”

### 跨国企业说

□ 本报记者 朱琳

## 中国市场有巨大潜力

——访欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官费博瑞

“进博会已然成为欧莱雅的一部分，欧莱雅也已成为进博会的‘硬核铁粉’。6年来，进博会一直是我们开放式创新生态圈的重要舞台，未来也将继续成为我们携手新合作伙伴的绝佳平台。”欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官费博瑞在第六届进博会期间接受经济日报等媒体采访时表示。

在本届进博会上，欧莱雅分别在消费品展区和创新发展专区设立展台，以“美·一个你”为主题，集中展出了集团最新品牌、科技、产品和投资项目，同时首次呈现其在北亚市场取得的开放式创新成果。已连续参加5届进博会的费博瑞，明年将赴任欧莱雅集团首席全球增长官。回顾参展进博会

的经历，他感慨道：“通过参加进博会，欧莱雅的影响力逐年扩大，我们与合作伙伴、利益相关方保持了良好的交流互动。进博会是中国开放的重要标志和象征之一。它给参展商带来多方面收获，一如中国的对外开放给全球发展带来的巨大机遇。”

“欧莱雅在中国的增长故事是欧莱雅最好的故事之一。”费博瑞说，刚进入中国内地市场的欧莱雅，当时甚至没有卖出几支口红，如今，中国市场已经成为集团第二大市场。近年来，欧莱雅将上海升级为北亚区总部，成立了在中国的首个投资公司，首个区域市场开放式创新项目从中国走向世界……“中国市场为集团的增长作出巨大贡献。”费博瑞说。



图① 11月9日，在第六届进博会消费品展区宜家展台，观众正在参观宜家全球首发的“中国新年”系列产品。本报记者 赵晶摄

图② 11月7日，在第六届进博会国家展区，来自洪都拉斯的歌舞表演吸引着观众观看拍摄。新华社记者 张建松摄

图③ 11月9日，第六届进博会大连非物质文化遗产展示区，工作人员正在介绍非遗产品。本报记者 赵晶摄

图④ 11月9日，第六届进博会新闻中心志愿者正在挥手致意。本报记者 赵晶摄