

六年进博会,除了“买买买”,还给浙江带来了什么——

“进博”三问

本报记者 金梁 郑亚丽 来逸晨 段琼蕾 竺佳

作为连接中国与世界的一座桥梁,进博会为全球带来无限机遇,也为中国自身发展注入活力。

会老友、交新朋友;找商机、忙洽谈;学理念、寻技术……从11月5日开始,第六届中国国际进口博览会一直很“忙”:36.7万平方米的巨型展区内,442项代表性首发新品让人目不暇接,逾3400家参展商每天从早聊到晚。

然而,进博会的价值不止“买买买”,自2018年举办以来,巨大溢出效应早已超越展会本身。尤其对于浙江而言,这场家门口的盛会,更是让大批浙商积极参与、深度融入。他们在这里了解国际最前沿的产品趋势、触摸产业发展的最新脉动、学习全球化运营的顶尖水平。

回首进博六载,我们有否真正读懂进博会?浙江又该如何进?怎么“博”?

一问 在本届进博会看到什么

“在进博会上到底能看到什么?”这几天,记者被不少朋友反复问及。当前,全球经济复苏动力不足,逆全球化和贸易保护主义抬头,本届进博会全面恢复线下是否依然风光,让一些人存疑。

抛开数据,眼见为实,其实答案就在采访交流中——在消费展区,记者见到叙利亚商人艾曼,他正在展示当地工厂生产的纯天然手工皂。第一次来进博会,艾曼既兴奋又紧张:“很多人加我微信,手工皂带少了……”

“中国,是我们看重的市场!”来自澳大利亚的澳兰德公司执行董事 Bruce 对记者竖起大拇指。他今年带来了当地优质奶制品,并打算与中国企业合作深耕落地。

从发展中国家到发达国家,从初创公司到世界500强企业,从大豆小麦到飞机汽车……本届进博会串联起跃跃欲试的全球企业和摩拳擦掌的国内客商,让世界看到中国以高水平对外开放推动高质量发展的蓬勃活力。

浙江企业对此深有同感。作为进博会的常客,宁波保税区宁兴优贝国际贸易有限公司先后代理过韩国三养火鸡面、日本卡乐比麦片、美国怡颗莓、新西兰乐淇小苹果等多个全球知名品牌。该公司商务总监王树澎说,越来越多外国产品借助进博会打开中国市场。今年他收到了很多国外客商名片,初步筛选了10余家准备洽谈。

作为全球共享的国际公共产品,进博会是一面“广角镜”,洞察全球趋势,也是一台“望远镜”,看清未来模样。

从低碳到零碳,看产业之变。在大众汽车展区,“go-to-zero”的环保宣言格外显眼。“这个‘零’,代表着对环境的零影响。”大众汽车集团(中国)环境管理工程师苏士博说,碳中和涉及产品的全生命周期,包括供应链、生产制造、汽车使用以及后期的汽车报废回收等,这是未来的方向。

从“到中国去”变“为中国造”,看市场之变。Move free 软骨素、欧舒丹护手霜、卡西欧 Baby-G 手表等大牌产品,为了适应中国市场,与国内顶流 IP 熊猫元素跨界合作,推出一系列专属中国市场的定制款。

从世界500强到中小企业,看主体之变。进博会上,记者遇到了最年轻的参展商——英国“莓电辣”团队,成员几乎全是00后,最小的是名大三在读学生。“我们相信,中小企业也能跟着进博会不断发展壮大。”项目发起人周奕豪说。

创新是第一生产力,这句话在进博会得到了完美诠释。

eVTOL 是什么?在未来出行专区,一台拥有15米长复合机翼的“新物种”霸气侧漏,吸引了众多看客。似车又像飞机,这种长着翅膀、能垂直起降的载人飞行器,在人们的脑海中构筑起一种穿梭于未来城市的“空中出租车”形象。

“它叫电动垂直起降飞行器,纯电动,最多能载5人,特别适合城市内或城市间短途出行。”“御风未来”创始人兼 CEO 谢陵欣喜透露,开展第二日,他们就签下了2.3亿元的意向合作订单。

减重“黑科技”胃内球囊、主动提供动力的假膝关节、手持式超精准智能自动“化妆神器”、2.5秒完成3D扫描的亚毫米级精度量子能谱血管造影系统……在这届进博会上,记者见到了太多让人眼前一亮的高科技产品,让我们离美好生活更“进”一步。

“中国将始终是世界发展的重要机遇,将坚定推进高水平开放,持续推动经济全球化朝着更加开放、包容、普惠、平衡、共赢的方向发展。”11月5日,国家主席习近平向第六届中国国际进口博览会致信。

6年来,“高水平开放”始终是进博会关键词。省商务厅党组书记、厅长韩杰表示,浙江将继续以“一号开放工程”为牵引,加快建成贸易强省、高质量外资集聚地、高层次对外投资策源地和民营经济总部高地,打造高能级开放强省,为我国开放事业发展贡献浙江经验和担当。



在汽车展区,御风未来展示电动垂直起降飞行器。

本报记者 魏志阳 姚颖康 摄



浙江易贸团在本届进博会人文交流平台上以“灵动浙江”为主题,在展台设计上融入了风雅精致的宋韵文化,独具匠心。

本报记者 姚颖康 魏志阳 摄

二问 浙江学什么怎么进

连续3天、日行两万步,这是义乌海客来进口商品连锁超市董事长王芳茂交出的“进博答卷”。6日上午8时许,王芳茂带着6名采购员一起搭乘高铁前往上海。这是他第六次参会,每年必逛日化、酒水、食品等展区。

“千封邮件不如一次见面。”王芳茂说,今年进博会上,他不仅拜访了台湾品牌森田药妆集团董事长,还碰到了土耳其、日本、阿根廷等国的老客户。时隔多年未见,这次交流大家感情更深了。他还与澳大利亚进口商谈成了一笔3万瓶红酒的生意,整个过程高效顺畅。

除了见老友,还有淘新货。“我特别留意‘一带一路’的商家,他们在国内没有经销渠道,但又非常看好中国市场,我们恰好能弥补他们的不足。”王芳茂笑着说,对方一听说自己来自义乌,兴趣更大了,经常坐下来一聊就是几个小时。

王芳茂是义乌采购大军中的一员。今年,义乌市首次组织“义乌千名采购商进博行”,超2200家企业、4000名采购商主动报名,尤其以食品、农产品等消费品企业居多。谈及这次活动初衷,义乌市商务局工作人员表示,义乌过去是出口强、进口弱,这次希望通过进博会真正实现买全球、卖全球。

除了拓展业务之外,对于更多浙企而言就是长见识:打开国际视野,找到与顶尖企业之间的差距,从而实现自身产业进阶。

刚进入展馆,宁波科诺精工科技有限公司销售总监岑伊万就直奔装备技术馆而去。“最近工厂正在进行机器换人,降本增效及智能化升级,我们想重点关注下制造业相关先进设备,还有新能源汽车的前沿产品技术。”岑伊万说。

在英格索兰展区,岑伊万被一套空气压缩机设备吸引住了。在和展位负责人交流中岑伊万了解到,这是一款全球首发新品,这款高速磁悬浮鼓风机不仅能满足客户的不同应用场景,还能在自动优化的同时实现节能降耗。

当前,全球空压机需求不断上涨。作为全球最顶尖的空压机制造商,英格索兰清晰地看到该产业的向中国转移的趋势,因此更为重视与中国企业之间的合作。他

们的热情也打动了岑伊万,“在后续工厂智能化的优化升级过程中,我们会优先考虑和他们合作”。

国外企业的经营理念,也是学习的目标。5日下午,浙江塔牌绍兴酒有限公司市场部经理杨兴锋专程赶来“找酒”,感受世界酒类潮流。绍兴黄酒如何打破地域限制、年龄限制,一直是困扰他们发展的难题,杨兴锋渴望在进博会的舞台上找到方向。

走过一家家酒企,尝过一种味道,杨兴锋对于自身的差距越来越清晰,不论是包装设计、营销方式、创新能力,绍兴黄酒需要“补课”的东西不少。“以日本清酒为代表,贴近客户需求、深入用户生活的场景营销成为一种趋势,这恰恰是黄酒目前所欠缺的。”杨兴锋说。

把产品放到更大的舞台经受检验,这是宋韵文化品牌山外山主理人周秋群的“小心思”。在浙江打造的“非遗”和老字号展区,品尝藕粉的参展人员络绎不绝,这次他们带来的是最新产品:一次冲坚果鲜藕粉。法国伊夫林省(法兰西岛大区)省主席对藕粉被冲泡后变透明表示“神奇”。“在新消费驱动下,品牌要想做到可持续发展,就要在创新中传承,在传承中创新。类似科技赋能,就是我们想要的创新。”周秋群说。

收获,有时候出现在意料之外。在全球数字经济高峰论坛对接会上,一张洽谈桌,四五家企业随机落座,浙江组织近100家全球知名跨国企业与300多家浙企面对面交流。活动结束后,有一桌企业迟迟没有离场,直到工作人员再三催促。

“很幸运,遇到了IBM,解决了不少困扰我的难题。”杭州娃哈哈集团有限公司 CIO 郑俐琳说。2021年,娃哈哈投资近5亿元在温州文成建立了智能化饮料生产基地,这是他们探索打造的“未来工厂”。只有亲身实践,才能检验数字化的“好与坏”,比如有些生产环节没有提前模拟场景,直到落地后才发现问题。所以这次参会,郑俐琳就想找机会与全球一流企业交流,寻找适合自己发展的数字化路径。

博采众长,兼收并蓄。对于浙江企业而言,越是开放式思维,越能实现跨越式增长,这也是进博会所带来的启示之一。

三问 如何承接进博会溢出效应

“浙江的数字经济综合实力稳居全国前列”“欢迎到我们公司参观”“我想和你们进一步加深了解”……

进博会上,一张老面孔和浙江企业聊得热火朝天的场景,让人印象深刻。在第六届虹桥国际经济论坛分论坛上,德国石荷州经济促进中心招商部中国部部长克里斯丁·汉默抓住机会,一口气和6家浙企对接,“我们和浙江一直有经贸往来,希望能够更好地在我们的制造业和浙江的数字经济之间找到结合点”。

相谈甚欢的场景,进博会上比比皆是。尤其在浙江举办的全球数字产业高峰对接会上,现场签约外商投资类项目20个,总投资34.73亿美元,其中总投资1亿美元以上项目就有15个。

外资为何青睐浙江?在当前国际经济复苏乏力的背景下,浙江投资环境受到外商青睐,浙投资意愿越来越强,投资项目越来越多,来源也越来越广泛。”省商务厅投资促进处二级调研员李玉林介绍。比如本次签约的美国华平投资集团,就是最活跃的国际私募股权投资机构之一。

打开浙江竞技体育市场,是 EasyMotionSkin Tec GmbH 董事长克里斯提那·耶格此行目标。这是一家研发创新可穿戴设备的德国企业。“我们已经进入了北京和上海市场,第三站就是浙江。”克里斯提那·耶格认为,浙江拥有非常好的经济基础,不论是体育赛事还是健康领域,都能为他们打开全新的市场空间。

看得到的收益,是外商选择浙江的原因。“我们带来了全球首发的薰衣草系列产品,每天零售额都是五位数,还与多家连锁商超达成了初步意向。”在宁波中东欧国家特色商品“公共展区”,宁波帝加唯达商贸有限公司总经理陈慧忙得脱不开身。作为保加利亚护肤品牌柏美诗的中国代理,陈慧透露,明年柏美诗将在宁波落地一家花园式工

厂,打造农文旅一体项目,让合作更加深入。外资对浙江频频抛橄榄枝的同时,最懂市场的浙江人知道,必须借助进博会主动出击。

杭州,满载4个重大项目而归。杭州市投资促进局相关负责人告诉记者,他们签约的安丰私募基金 OFLP 项目、零矩智能总部项目合作协议等,覆盖了金融服务、数字经济、绿色能源等行业。其中,韩国 JK 国际医疗集团项目将打开浙江健康医疗产业发展的新赛道。

衢州也不甘落后。他们早在参会前就提前和泰商进行接洽,在进博会上签约两个重大项目。“我们比任何地方都懂‘笨鸟先飞’的道理。”一位衢州基层干部说。据介绍,衢州与泰国在新能源新材料、机械制造和文化旅游等产业上,具有很强的互补性。10月17日至19日,衢州特意邀请泰商经贸团到衢州交流合作,把进博会的溢出效应引导到地方,带动更多投资项目。

毋庸置疑,借助外资可以提升产业竞争力,也能让浙江企业在世界经济的舞台上站到更高位置。

温州市瓯海区商务局局长、瓯海经济开发区管理委员会主任谢东,对此感触颇深。第二届进博会期间,他在逛展时遇到西班牙最大的火腿经销商 La Encina。考虑到企业和温州全球商品贸易港气质相符,他们果断出手引进。“一家原产地火腿企业入驻,不仅符合我们‘买全球卖全球’的定位,更是直接拉升贸易港的影响力和知名度。”谢东说。如今,温州全球商品贸易港作为国家级进口贸易促进创新示范区的核心平台,国内流通市场上90%的产品都可以在贸易港采购。

“不管是外资选择浙江,还是浙江吸引外商,双向奔赴的基础一定是有前景的市场和可期的未来。”李玉林表示。今年前9个月,浙江实际使用外资181.8亿美元,同比增长7.5%,规模居全国第四。

链接

进博会浙江成果

企业采购成交多

1.5万家采购商、4.2万人参加采购。浙江省重大投资贸易项目签约上,首批采购签约**26.45亿元**。浙江省易贸团进口采购集中签约仪式上,达成了意向成交**154.2亿元**。

投资合作项目多

进博会期间,组织“千名招商人员进博行”活动,精准开展产业和国别专题招商,一批制造业项目和高端服务业项目陆续落地浙江。重大项目签约**24**个项目,其中,重大外资项目**20**个,总投资**34.73亿美元**。

浙江展示元素多

谋划了**26**场重点配套活动。首次与进博局联合举办中小企业浙江专场采购对接活动,与**600多**家来自食品

及农产品、消费品展区的中小企业开展贸易投资对接。

绿水青山就是金山银山、“千村示范、万村整治”工程、中国(浙江)自由贸易试验区油气全产业链开放创新发展、中国(杭州)跨境电子商务综合试验区、义乌国际商贸城、数字火炬人技术、数字文化创意等多项标志性成果,入选中国馆以及中国自由贸易试验区建设十周年成就展。

人文交流互动多

以“灵动浙江”为主题,打造浙江“非遗”和老字号展区,省内**67**家企业参与,其中**35.8%**的企业为首次参展。

互动性项目展示上,有龙泉青瓷烧制技艺、姚生记国潮山核桃产品品鉴、邵永丰麻饼制作技艺、梨膏糖制作、杭罗织造技艺、传统旗袍制作技艺等**27**项。

数据来源:省商务厅
浙报制图:潘泓璇



11月5日在第六届进博会消费展区欧莱雅集团展台拍摄的首款手持式超精准智能上妆仪。

新华社记者 丁丁 摄

