

累计意向成交726.2亿美元

相关新闻

本届进博会上海交易团采购意向订单继续增长

在昨天举行的第三届进博会闭幕新闻通气会上,上海市政府副秘书长、进博会城市服务保障领导小组办公室副主任尚玉英表示,今年上海交易团采购意向订单较上届继续保持增长,其中日用消费品采购规模持续旺盛,高新技术、新产品采购订单增长较快。

尚玉英表示,上海市作为第三届进博会举办地,坚持疫情防控不放松、服务保障更到位,着力在“好”字上做文章、在“精”字上下功夫,打造一流城市环境和一流服务保障,确保了第三届进博会圆满成功。

据介绍,第三届进博会展会运行安全平稳,防疫安全也无疏漏。全面加强“智慧公安”应用和社会面管控,11月2日起每日投入安保力量4.5万人,全市报警类“110”同比下降6.6%。在展馆主要出入口采用安检、验证、测温一体化防控过滤措施,实时比对健康码及核酸检测数据,展商入馆“无感知、不停留、可追溯”。通过预约参观的方式,实现错峰观展,每日入馆人次较为平稳。运用AR指挥巡检、云端保电作业等技防措施,确保展馆供电、供水、供气等运转正常。国家会展中心等重点区域实现更优质的5G覆盖,“进博流量”畅通无阻。

此外,聚焦“人、物、馆”3个重点,实施全程闭环管理、全链条可追溯、全量核酸检测、全部查验准入、全面环境清消。展区设置了26个临时观察处置点,由442名专业人员组成的现场疫情处置队伍,通过现场巡查、应急处置,保障现场防疫措施落实到位。所有进入展区人员均持有并上传有效的核酸检测阴性报告,每日对展馆环境进行监测和消杀。对展馆内餐饮用冷链食品以及进口冷链食品展品,进行全量核酸检测。

尚玉英表示,第三届进博会不仅是交易洽谈的成效,还包含了城市精细化治理和溢出效应的成效。

一是科技赋能,提升智慧化水平。“一网通办”“一网统管”升级“进博服务板块”,提供参展参

会、交通信息等查询功能,展商使用率、好评率不断提升。在馆内,通过实时监控指挥大屏和“进博食安码”“智慧电梯二维码”的智慧化运用,实现现场检查电子化、指挥调度可视化。借助进博会气象保障服务系统和城市精细化管理气象先知系统,精准推送天气预报,精准预判空气质量。

二是优化组织,提升参展便利度。上海各大口岸和旅检通道设置进博会专用通道43条、专用窗口79个,实现监管作业“零等待”。有效调度轨交2号线运营班次,加强轨交出入口客流引导,展商客抵离展馆时间进一步缩短。接驳巴士、出租车运力充足,停车场利用率显著提高,满足了不同出行需求。

进博会期间,累计运送客流约57万人次,其中,6日运送进博会客流15.5万人次,集约化交通出行比重每日均达到80%左右。

三是精细周到,提升观展满意度。展馆内的固定餐饮、临时供餐和流动餐车,供餐品类超过100个,累计服务33万多人次,使展商“吃得上、吃得好、吃得安”。接待酒店客房供应充足、价格平稳、服务提质。开通了进博法律服务专线,提供7×24小时法律咨询。近5000名“小叶子”志愿者为展商提供引导咨询、交易数据统计、防疫健康宣传等9类服务。

四是进一步放大溢出效应。为进博会量身打造的婴幼儿配方乳粉临时审批、汽车保税展示交易、允许展品展后转入特殊监管区开展跨境电商业务等19项支持政策,都已落地实施,效果显著,已有来自英国、法国、墨西哥等11个国家的41类展品有意向展后转入特殊监管区开展跨境电商业务。

本届进博会共发放展会6天期间的特殊食品临时许可证72张,可在海关特殊监管区域或保税物流中心(B型)延长使用180天。同时,已有10个第二届进博会参展特殊食品优先获得进口注册证书,实现“展品”变“商品”。

青年报记者 吴缙超



本届进博会上海交易团采购意向订单继续增长。青年报记者 吴缙超 摄

好物

进博会里的“品酒汇”请来的都是“大咖”

在第三届进博会的1.1食品及农产品展区,展团面积近2000平方米的“TWC全球精品酒巡礼”是进博会展馆内独立成团的最大的葡萄酒展区。

青年报记者 冷梅

►“TWC全球精品酒巡礼”是进博会展馆内独立成团的最大的葡萄酒展区。

青年报记者 施剑平 摄



西班牙维加西西里亚酒庄

维加西西里亚酒庄是西班牙最著名的酒庄,没有之一,它位于北部杜罗河岸产区。酒庄所酿的尤尼科系列酒款除了是西班牙最昂贵且最著名的葡萄酒外,还是国际拍卖市场上,西班牙唯一一款能与法国列级名酒抗衡的葡萄酒,更是西班牙葡萄酒界众望所归的“酒王”。

维加·西西里亚的葡萄园坐落在杜罗河南岸一个海拔700米高的山坡上,这里阳光充足、昼夜温差大,葡萄在成熟的同时能有足够的酸度,酿出的酒品拥有良好的成熟度、陈年潜力和雄壮的结构感。

记者了解到,这家名庄今年首次参展进博会。据该酒庄中国官方代理江森介绍:“中国是目前世界最大的经济体之一,在进出口和消费方面都处于领先地位,拥有着巨大潜力的市场和源远流

长的酒文化历史。我们希望此次参展,不仅能够带来酒庄佳酿,更想让中国消费者了解更多西班牙的历史文化,加深双方互动交流。”

意大利萨托礼家族的阿玛罗尼

Sartori酒庄位于维罗纳西部,是瓦尔波利切拉经典产区的核心地带。阿玛罗尼的产生,源于一次意外。早在20世纪初,在威尼托的瓦波利切拉产区,一位糊涂的酿酒师在酿造瓦波利切拉来乔多的时候,忘记检查发酵桶,直到残糖全部转化为酒精。幸运的是,好奇的意大利人并没有马上把这桶“残次品”直接倒掉,而是尝了一尝,却发现这种“意外产物”出乎意料的好喝,于是这世界上便有了第一桶阿玛罗尼。

这款酒的特点是果香浓郁,口感厚重。阿玛罗尼的陈年能力极佳,一瓶普通的阿玛罗尼葡萄酒的陈年能力在10到15年之

间。所以,意大利人常说“阿玛罗尼是一款可以遗忘在酒窖里的酒”。南法“酒王”嘉萨酒庄

事实上,在近20年中,嘉萨酒庄干红一直都保持着世界最贵法国餐酒的纪录,在国内的售价大约为四五百元人民币。而它,也不仅仅是一款普通的餐酒,还有多个荣誉加持——“朗格多克的拉菲”“法国南部唯一的特级葡萄园”和“全球十佳葡萄酒之一”,这是当之无愧的南法酒王!

嘉萨酒庄位于法国南部朗格多克-露喜龙产区(Languedoc-Roussillon)的埃罗地区(Herault)。酒庄成立于1970年,酿酒历史不过40多年,却早已成为朗格多克-露喜龙的顶级名庄,在国际上名声大噪。

另据记者了解,今年“TWC全球精品酒巡礼”展台的50+葡萄酒展商中,单笔最高成交额为500万美金,每日成交金额超过1000万(人民币)。

行家

“金牌买手”连续三年逛进博“买买买”

青年报记者 吴缙超

本报讯“我们马上要和苏格兰的一家公司签订采购冰壶的订单。”记者在进博会采访“金牌买手”金璐的时候,她正忙着准备签约流程。从首届进博会开始,金璐就一直从事绿地全球商品贸易港在进博会上的采购任务,她在三年进博会各个展馆“暴走”的同时,也憋足了劲“买买买”,引进一大批进博好物,展品变商品落地进入中国消费者家中。

有着18年采购经验的金璐对记者说,买手眼光一定要好,就是要找到性价比更高的商品,“你采购来的东西要卖掉,你的成本如果能比别人更低,谈的价格更好,为终端消费者把价格降下来,这是买手的一个最终目标,所以通过进博会,其实我们能找到更多性价比更高的东西”。

金璐说,以前采购进口食品,她就会去食品的专业展会,如果想

买婴儿的进口产品,那就去婴童展会,要找一些进口化妆护肤品,又要去美博会,这样子,一年下来可能要跑几十场的展会,然后才能在里面找到需要采购的进口好物。“但是进博会把各个行业都集中在一起了,它是一个全球综合性企业的展会,这在以前是我想象不到的,可以把一年中的很多活都干了。第一届进博会,我几乎每天都走3万步左右,但对我来说还是提高了效率”。

金璐认为,通过进博会平台将这些进口商品带到中国并落地可以减少中间流通环节,降低采购成本。“物美价优”这是进博会带给中国消费者的利好,也是我在进博会上做买手的有意义之处”。

今年在进博会上,绿地全球商品贸易港有了自己的展馆,金璐也可以近距离观察到国内其他买手同行们的一举一动,发现他们不仅采购的物品消费层次高,对小众化、大健康的需求量也非常高,前几天国内一买手来到绿

地全球商品贸易港展馆,品尝一款斯洛文尼亚葡萄酒之后觉得非常好喝,很喜欢这种小众品牌,就很快下单订了价值50万的货,还有不少买手也愿意采购西洋参、海参等保健食品。今年进博会,金璐对于食品采购上也偏向综合类商品,包括活鲜,以及苏格兰威士忌、加拿大西洋参等。

金璐坦言,“第三届进博会相比于首届,随着中国消费者的消费不断升级,人们在满足衣食住行等基础消费之后,还期望有新意、品质更高的商品,买手就要不断适应这样的趋势变化”。

一路走来,金璐的采购成果颇丰。两届进博会期间,她参与或者主导的采购订单,涉及瑞士、墨西哥、哥伦比亚、马来西亚等超过30个国家的企业及贸易商会,引进包括农产品、肉食、乳制品、水果、休闲食品、酒饮、保健品、小家电等多个品类的商品,这些展品变商品落地后都有不错的销量。