

聚焦 第四届进博会

“进”字招牌引客来



作为世界上首个以进口为主题的国家级展会,中国国际进口博览会从决定开办,就张开双臂拥抱各国来宾。

从“中国开放的大门不会关闭,只会越开越大”,到“坚持‘拉手’而不是‘松手’”,再到强调“让中国市场成为世界的市场、共享的市场、大家的市场,为国际社会注入更多正能量”,这块“进”字招牌,正在向世界展现“越办越好”的开放之诺。

国家会展中心(上海)南广场。

一诺千金

“中国市场这么大,欢迎大家来看看”!从首届的578.3亿美元意向成交额,到第二届的711.3亿美元意向成交额,再到第三届在疫情影响下依然达成726.2亿美元的合作意向,三年来进博会交出了“步步高”的成绩单。

统计显示,第四届进博会再次创下多个新高:来自127个国家和地区的近3000

家参展商亮相企业展,国别、企业数均超过上届;世界500强和行业龙头企业的参展回头率超过80%,参展数量超过上届……

“新冠肺炎疫情影响下,世界各国经济均受到冲击。中国如期举办进博会,展现了对外开放的强烈意愿和与世界各国携手发展的坚定决心与信心。”韩国贸易协会中国室课长片明宣说。

三个“致力于”

进博会,不仅是中国市场共享的大平台,更是世界观察中国开放的大窗口。

第三届进博会,中国向世界展示了一份“开放成绩单”:在第二届进博会上宣布的中国扩大对外开放的系列举措,已经得到全面落实。

“我们要致力于推进合作共赢的共同开放。”“我们要致力于推进合作共担的共同开

放。”“我们要致力于推进合作共赢的共同开放。”这三个“致力于”,是庄严宣示更是实际行动。

以外商投资法为例,首届进博会中国承诺“中国将加快出台外商投资法规”;第二届时明确外商投资法落地“时间表”;第三届时表示“中国实施外商投资法和相关配套法规,进一步缩减了外商投资负面清单”……

双循环

千里之外的河南许昌胖东来超市,和进博会有什么联系吗?答案是:有。

通过进博会平台,首届首批就落户在上海市青浦区的斯高迪(上海)贸易有限公司,正源源不断地将来自北欧的沙拉酱,运到中国中部的这座小城。其代理的瑞典肉丸等“网红”商品,曾创下每分钟卖

出17包的好销量。

进博会正成为世界经济参与中国以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局的重要窗口。从展品到商品的“进博路”越来越顺畅,每年进博会的闭幕都和中国的消费旺季“双十一”无缝衔接,不少进博展品“秒”变“剁手爆款”。

四方来客

进博会是全球企业发现商机、深化合作的世界级平台。“我们非常重视进博机遇。”美国霍尼韦尔公司中国总裁林世伟说,霍尼韦尔展示面积增加至去年的两倍以上,充分展示公司进一步把握“进博机遇”的信心与决心。

“波士顿科学借助两次参展进博会的机

遇,已有多款创新产品加速进入中国,实现了深化本土合作、加速创新产品引入的‘双丰收’。”美国医疗科技公司波士顿科学大中华区总裁张璐说,波士顿科学已连续三届参展。

开放,是永远贯穿进博会的一条主线。今年90家来自33个最不发达国家的企业参展,让更多不发达国家共享中国发展机遇。

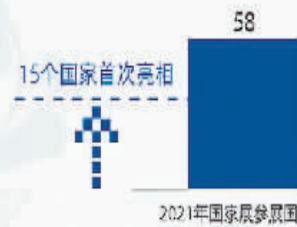


首班“中欧班列——进博号”列车抵达上海。

数说 进博会这些亮点别错过

国家展将首次线上举办

共有58个国家和3个国际组织参加国家展,15个国家首次在国家展亮相,其中5个国家是首次参与进博会。



2021年国家展参展国家数

世界500强和行业龙头企业参展

回头率超过80%

- 全球三大拍卖行
- 全球四大粮商
- 三大时尚高端消费品集团
- 十大汽车集团
- 十大工业电气企业
- 十大医疗器械企业
- 十大化妆品企业

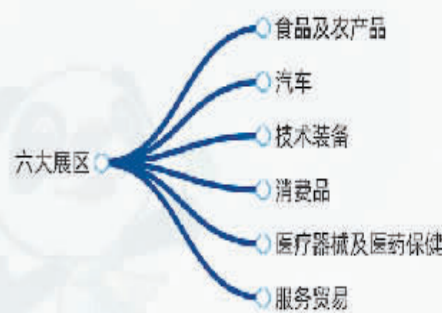
悉数参展

数字化技术带观众云游进博会

采用三维建模、虚拟引擎等新技术手段,打造沉浸式数字展厅,观众可在线上浏览展厅展示内容。



六大展区蓄势待发



综合新华社、中新网、光明网

进博会最香的最潮的最灵的最美……都在这里

一年一度的进博会拉开帷幕。58个国家和3个国际组织参加国家展,来自127个国家和地区的近3000家参展商亮相企业展。具体展区有哪些亮点,让我们先睹为快。



进博会食品和农产品展区。

最“香”展区

食品及农产品展区堪称第四届进博会最“香”的展区。有近百个国家的上千家企业参展,世界500强及龙头企业近30家,全球四大粮商首次聚首。

场馆共9万平方米,包括1.1、2.1、2.2三个区域。展品范围包括饮料和酒

类,休闲食品、甜食、调味品、乳制品,蔬果和农产品,肉类、水产品和冷冻食品,预包装食品,综合食品等。

展区倡导农产品绿色、健康、安全的生产方式。全球烈酒集团帝亚吉欧为了践行理性饮酒的理念,在展会期间开设“饮酒智慧”测试系列活动。消

费者通过VR设备,即使不喝酒也能体验醉酒的感觉。

会上还聚集了全球最尖端、最前沿的食品生产技术,以及最新潮、最特色的产品。全球最大的新鲜果蔬供应商都乐公司,将在第四届进博会上“亚洲首发”比利时红啤梨。这款红啤梨种植和储存难度高,但香甜浓郁,软糯多汁,是欧洲最受欢迎的梨。



医疗器械及医药保健展区。

最“潮”展区

今年的消费品展区选取了11家世界500强及行业龙头企业,展出了包括家电及家居、美妆及日化、时尚服饰、体育运动等多领域的最新理念、产品和服务。

绿色智能家电及家居专区通过场景化布局,让观众能够拥有沉浸式体验。其中,喜德瑞将带来全球首台零碳排放氢动力锅炉;博西家电将全球首

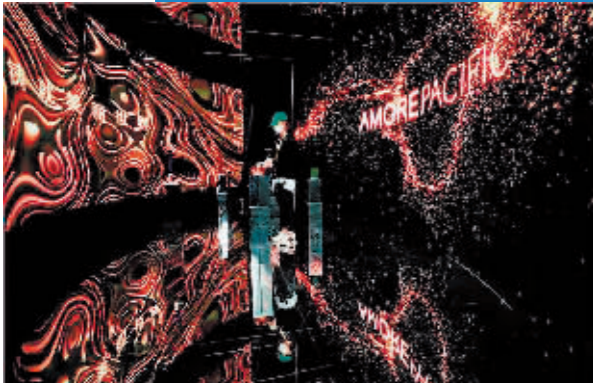
秀博世除菌净味仪;德龙将展示家用人工智能咖啡机;IAM全球首发“凉白开”(暂命名)系列新品,让人3秒喝到凉白开的饮水产品……

还记得每年大家必打卡的乐高积木版的“进宝”吗?这一次它出现在了“创造力花园”中,“花园”中最引人注目的是三棵郁郁葱葱的大树,每棵大树的巨型叶片上还巧妙拼搭了来自各

地的小伙伴们创作的创意作品,讲述着他们对绿色生活的见解。

欧莱雅去年展示的“口红打印机”已经从概念机变成商品;爱茉莉太平洋以“铸就美丽世界”为主题,通过光影互动展示代表品牌雪花秀、兰芝、梦妆、悦诗风吟、吕的年度明星产品……

今年的进博会的消费品展区对时尚界人士来说是一场盛会,因为世界三大时尚高端消费品巨头路威酩轩集团、历峰集团、开云集团首次齐聚,“四叶草”将在6天展期中走在时尚最前沿。



爱茉莉太平洋的光影互动展示。

最“绿”展区

今年是“碳中和”元年,多家参展车企齐上阵,展示最前沿的“双碳”技术和理念。米其林将展示世界上首辆氢能耐力赛车,该赛车由氢能驱动,并搭载包含46%可持续材料的米其林新款赛车轮胎,除了水蒸气之

外,没有其他排放,是名副其实的“绿色零排放”赛车。通用GMC旗下HUMMER EV迎来中国首发。

本届进博会上,特斯拉将首次以白车身、冲压件、电池、电机等实物展示,结合车间实景视频和精读性展板

等多种形式,全面解析上海超级工厂电机、电池、压铸、冲压、焊装、涂装、总装等车间生产制造流程,让大家可以清晰地看到明星车型背后的制造逻辑。

除了新能源汽车,还有充电系统也让人大饱眼福。崇德新能源汽车地面智能充电系统,是崇德集团自主研发、全球首创、适合新能源汽车的快速智能充电系统,将在进博会上进行中国首发。



乐高搭建的“创造性花园”。

最“灵”展区

医疗器械及医药保健展区聚焦人们对美好生活的向往和对健康生活的追求。展区选取14家世界500强及全球领先企业,以“全球首发、亚洲首发、中国首发”为原则发布行业最新成果。据了解,本次医疗展区中设置了四个神秘专区。

公共卫生防疫专区集约化展示了目前全球最顶尖的抗疫研究成果。

康复养老专区,十多家展商以智能养老和抗衰老美容等为主题,为老年消费群体提供更加舒适便利的生活。生物医药专区则聚焦生物医药领域的前沿技术、优质产品,致力于在本次进

博会上展示生物医药领域的最新成果。

此次进博会,医疗展区首次专设了创新孵化主题展区。参展的27家小微企业很多都拿出了自家首创首发的“黑科技”;全球首创、中国首发的便携式腹透仪,能够实现随时随地的腹透治疗,可以大幅减少血透病人的痛苦;浙江一家公司提供了一款可用来水快速制备消毒液的仪器……

最“美”展区

第四届进博会打造的“文物艺术品板块”可以说得上是视觉盛宴了,这也是其首次在服务贸易展区亮相。

中国传奇国画大师张大千的《味江》有望“回家”,莫奈的《小艾莉的海角》、草间弥生的大型雕塑作品《南瓜》“漂洋过海”而来,英国作品成交价最

贵的当代艺术家达明安·赫斯特代表作首次全面展示……

到目前为止,共有来自英国、西班牙、中国香港等11个国家和地区的包括佳士得、苏富比、富艺斯在内20家机构确认参展,参展面积1200多平方米,申报展品178件,总货值超23亿

元,其中,文物类展品39件,货值约11亿元。

本届进博会不仅能实地探访,也能在家线上看展。打开进博会官网,点击“国家展”,首批20多个国家、地区和国际组织的数字展厅即可先睹为快。仅需动手手指,就能欣赏棕榈围绕的海滩、高大雄伟的乔戈里峰……在三建建模、虚拟引擎的帮助下,实现沉浸式逛展。

减资公告

哈尔滨市建设集团有限公司经股东会研究决定减少注册资金,由原来的110000万元减到106000万元,统一社会信用代码912301003010507499,请债权人自见报之日起45日内向公司联系人申报债权或要求债务担保,联系人:吕超,联系电话:13904600507,联系地址:哈尔滨市江北区创新三路67号。根据公司法,特此公告。

哈尔滨市建设集团有限公司 2021年11月4日