



# 第四届中国国际进口博览会

## 高水平“上海服务”助力进博会成功举办——

# 好一个“世界会客厅”

本报记者 李治国 孙建华 李景



八方客商聚上海,九州宾朋满载还。作为在疫情防控常态化下举办的一场重大国际经贸活动,进博会如期而至顺利召开,上海在全世界的注视下再一次经受住考验,践行了精益求精落实好城市服务保障任务、确保进博会办得越好的承诺。

越办越好的进博会彰显了上海在疫情防控上的“不放松”。上海严格落实“外防输入、内防反弹”疫情防控总体要求,聚焦“人物、馆”,紧盯入境口、居住地、流动中、展馆门、活动点和监测哨,实施“全程闭环管理、全链条可追溯、全员疫苗接种、全量核酸检测、全部查验准入、全面环境消毒”等措施,全市34家医院作为定点医院,构建就诊绿色通道,做好进博会就诊人员诊疗服务工作。展馆内设置5个医疗站、24个临时观察处置点、20辆救护车、120名医护人员严阵以待,切实保障进博会安全举办。

李景

越办越好的进博会彰显了上海在服务工作上的“花心思”。倒计时100天、30天、10天、1天……上海提前动手、早做准备,在每一个时间节点上精心布置、全盘谋划。参会方面,首次实施证件复用措施,对稳定的参展商及服务保障团队一证沿用,提高办理效率。住宿方面,沿用临时价格干预措施,确保酒店价格稳定、服务优质。通关服务方面,实施从口岸到展馆“直通查验”新作业模式和便利化措施,进博会展品“无纸化通关”已进入“秒放”时代。同时,展馆现场还组建“知识产权法律服务专业小组”和“长三角法律服务专业小组”,采用“现场驻场”和“场外响应”相结合的模式开展法律服务。

越办越好的进博会彰显了上海在提升展会质量上的“下功夫”。作为国际大型展会,内容有特色才能体现国际一流水平。今年的进博会上,“能源低碳及环保技术专区”首次亮相,并新设创新孵化专区,更多关键领域的技术、产品得到交流展示机会。在精心筹备下,进博会的招商机制举措也愈加完善。上海加强采购商数据库建设和应用,梳理出4.4万家目标采购商,对交易团、合作单位作重点邀请,并推动更多民营和中小企业参与,强化供需对接,让更多“好生意”在进博会上成交。

面对办展的新情况、新挑战,“上海服务”打出“组合拳”,保障工作体现了软实力。未来,上海仍将聚力放大进博会溢出效应,努力推动形成“展品变商品、参展商变投资者、采购商变贸易商”的良性生态圈;将全面提升新一轮对外开放水平,为打造国内大循环的中心节点和国内国际双循环的战略链接提供有力支撑;将通过优质服务成为国际展商、企业与国内市场链接的“桥头堡”,书写深化国际合作、增进各国人民福祉的新篇章。

本版编辑 韩叙  
美编 王墨哈

11月的上海天气转凉,正在举行的第四届进博会不断升温。在这个新冠肺炎疫情散发蔓延的初冬时节,举办国际性大型线下展会极其考验举办城市的综合管理能力。

越是面临挑战,越要攻坚克难。已有3次“进博经验”的上海早已胸有成竹。上海市及时梳理风险隐患,完善应急预案,筑牢安全底线,确保城市运行安全有序。

在常态化疫情防控的前提下,第四届进博会的如期顺利举行,再次向世界展现了上海的精细化管理水平与高标准服务能力,一项项凝结着上海智慧和心血的保障措施不仅展现了“上海服务”的良好形象,也将进博会打造成为更加精彩的“世界会客厅”。

### 安全防线严

127个国家和地区、近3000家参展商参展,39个交易团、599个分团到会专业采购,进博会证件发放超30万张……如何既达到疫情防控要求,又确保参会安全?

“48小时内的核酸检测阴性证明”“新冠病毒疫苗接种证明”“上海市健康码”构成了本届进博会的“防疫三件套”。所有参会人员都要在进入场馆前在进博会APP或小程序上传这3份证明。上传后的相关报告会提交至进博局,该信息与参会证件上的相关身份信息绑定,如果“三件套”没有及时上传,则需要通过人工现场核验,否则不能入场。

除了“防疫三件套”外,还有国家会展中心在每个入口处设置的“人脸识别”核身机。该机首次实现了人员证件权限与防疫信息精准匹配,既满足了防疫要求又保持了“非接触、无感知、不停留”的高效通行模式。

除了参会者,一些参展品也要“凭证入场”。比如,进口冷链食品必须取得“三证”(入境货物检验检疫证明、消毒证明和核酸检测证明),且上海市市场监管部门对冷链食品的消毒和核酸检测精细到“最小包装”。

水果等农产品抵达上海后,上海海关部门及时检疫是否带有植物性疫病及有害性生物,并抽取样品进行农药等安全风险监控。同时,制定个性化查验预案,确保通关各环节无缝衔接。

进博会卫生监督保障指挥中心的负责人应亮已是第四次参加进博会。据他介绍,今年上海卫生监督更加细致严格,除了在上海市卫生健康委监督所设立进博保障指挥分中心,还在青浦区卫生健康委监督所设立指挥分中心,确保对“四叶草”及周边核心区的突发事件及时响应。

### 服务保障好

伴随进博会开幕,国家会展中心附近的徐泾东地铁站每天都要迎来大量客流。经济日

报记者来到徐泾东地铁站看到,该站为了疏导分流已把出入口进行分类,参会者根据入场身份证件颜色的不同,被分类引导到不同的出入口,以确保快速有效进入“四叶草”。

“今年沿用展馆内轨交2号线徐泾东各出入口应开尽开的做法,进一步合理设置国家会展中心车辆即停即走点位。”进博会城市服务保障领导小组办公室主任顾洪辉介绍,轨道交通徐泾东、诸光路站设置了“移动票务终端”,支持全票种票务功能。

良好的通信服务是进博会得以顺利举行的重要保障,上海移动在本届进博会期间运用“七双容灾、双层架构”“L3级自动驾驶网络”“立体组网”等最新通信技术和手段,为进博会场馆内指挥部、进博会上海移动应急通信指挥车及后台3个指挥中心提供决策参考。

此外,手机逛进博会也成了今年新时尚,上海移动通过打造通信保障新能力为进博会保驾护航,用智慧展会新服务为进博会增添风采。比如,在上海移动“5G+AR”技术的支持下,馆内外观众只需用手机扫描特定的进博会宣传图片,便可观看进博会直播、场馆介绍和现场活动内容,近距离了解展会、“参观”展会。

### 特色活动优

疫情影响并没有降低办展的热情,反而激发了更多创意。

今年进博会首次推出了线上国家展,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。

记者在“小叶子”志愿者的指导下登录进博会APP线上国家馆,发现线上展厅集中展示了参展国发展成就、优势产业、文化旅游等内容,充分展现了世界多元文明风貌和各国经济发展状况。

“四叶草”场内,智慧技术提供暖心服务;“四叶草”场外,丰富的配套文旅资源让来沪参会人员流连忘返。进博会期间,申城装扮一新,国家会展中心周边花团锦簇,三角梅、月季、海棠争奇斗艳;各区的进博会主题花卉雕塑五彩斑斓,绽放在道路、主题景点、花坛花境和花箱中。

黄浦江上,一辆由上海久事旅游集团推出

的“新‘船’”奇·游浦江·看上海”游船踏浪起航。这条浦江游览进博会专线采用了“专线、专班、专车、专船”定制形式,在11月6日至10日期间,每天开出2个班次游船,用100分钟浓缩浦江两岸的璀璨美景和城市景观精华。

上海浦江游览集团有限公司副总经理洪朝辉表示,结合进博会主题,专线游船在船舱内增加了进博会相关元素,几乎360度的全透明钢化玻璃墙可以让中外宾客全方位欣赏黄浦江美景,借进博会体验申城的魅力。



图① 5G救护车为进博会急救保障提供支撑。

图② 国家电网上海电力工作人员在国家会展中心附近开展设备巡视。

图③ 上海移动全力护航进博会。

图④ 浦江游览进博会专线起航。

(以上均为资料图片)

# 从进博展馆走向美好未来

本报记者 孙建华 李景

“在这里可以激发无限的灵感和创意,在这里可以找到志同道合的伙伴,在这里可以得到优质高效的政府服务,在这里可以享受多姿多彩的品质生活……”第四届进博会期间,2021上海城市推介大会同期举行,上海通过进博会平台向全球发出热情邀请:“选择上海,就是选择更好的未来!”

进博会不仅是一场进口商品的博览会,更是世界了解上海、认识上海、投资上海的窗口。通过进博会递出的这张“简历”,让世界看到了更加开放包容的上海,看到了更为优质的市场和商机。推介会现场签约的19个项目、178亿元投资额,正是对这场盛会溢出效应的生动诠释。

除了市级层面,上海各区也充分抓住一年一度的推介窗口,集中向世界展示着自己的特色优势。

——静安区素以消费购物闻名,本届进博会上发布了南京西路竞争力指数,首次提出针对核心国际商区的竞争力评价模型,从城市引领力、商区聚合度、人文吸引力、国际影响4个维度,构建30项关键指标评价体系,深度剖析南京西路当前的发展位次、优势和前景,进一步扩大静安区和南京西路的国际

影响力。  
——普陀区近年来发力生命健康产业,在进博会上召开了生命健康产业发展推进大会,举办“投资对接专场”“项目签约与产业发展论坛专场”等主题活动,并在会上成立上海市生物医药产品注册指导服务工作站,进一步巩固提升了普陀对生命健康产业项目投资的吸引力,完善产业生态圈建设。

——虹桥国际中央商务区作为进博会永久举办地,在今天的虹桥国际经济论坛上首次设立了以重点区域发展为主题的分论坛,探讨国际中央商务区的定位升级、开放升级、功能升级,擘画出一幅“大虹桥”的蓝图。

——浦东新区以高水平改革开放,打造社会主义现代化建设引领区为核心,各个区域板块一齐宣传推介。临港新片区描绘了我国深度参与国际经济合作与竞争的战略功能性平台的图景,外高桥讲述了作为中国第一个自贸试验区策源地的故事,陆家嘴呈现了一座正在崛起的国际一流金融城的实力,张江则展示了活力四射的科学城潜能。

将会展平台获得的资源成功转化为商机和生意,是进博会给相关企业带来的看得见摸得着的好处。“资生堂就是进博会溢出效应

的直接受益者,企业真是太需要这样的平台了。”资生堂中国区副总裁中原杏里说,资生堂去年在进博会发布两大全新品牌THE GINZA和BAUM,新品在去年进博会上首展首发,今年一经上市,便迅速地获得好评。尝到甜头的资生堂,今年又带来了新的美妆科技和饮料品牌,期待复制去年的成功。

“进博会的溢出效应,形成了更高的对外开放新格局,为本土企业高质量发展提供了更加积极有利的新环境、新支撑和新动力。”上海护肤品牌林清轩创始人孙来春表示,该企业作为第四届进博会上海馆可持续时尚代表品牌亮相,大大提升了品牌影响力,同时也为品牌的高端化发展提供了新机遇。

孙来春告诉记者,该企业在本届进博会上展出的山茶花润肤油和首发新品山茶花奢宠系列刚一推出就得到了市场的欢迎,在“双11”购物节期间,首日线上业绩突破6000万元。

“要知道,进博会是一个面向全球的平台,因此作为本土品牌,我们更要向世界展示中国国货的高品质、高科技、高质量形象,把最好的中国制造带到世界舞台。”孙来春说。



在进博会上海馆内,志愿者在整理展品。本报记者 李景摄