

第四届中国国际进口博览会



探馆服务贸易展区——

“无实物”涌动绿色与智慧

本报记者 郭子源

文旅服务、金融服务、物流服务、供应链管理服务……与有形展品不同，在展览面积达3万平方米的服务贸易展区，多数展品都“无实物”，但这丝毫不影响现场咨询、洽谈、签约的热度。今年，超过54个国家和地区的300多家企业前来服务贸易区参展，其中有近50家世界500强及行业龙头企业，三大拍卖行、四大会计师事务所、五大船公司齐聚，共分为金融、物流、咨询、文化旅游、综合服务五大板块。

与往届最大的不同是，本届服务贸易展区首设“文物艺术品专区”，拍卖行、画廊首次参展，如佳士得、苏富比、富艺斯等。与此同时，“文化旅游板块”也全新亮相，展览面积达4500平方米，除了万豪、洲际等“老朋友”，还有亚特兰蒂斯酒店品牌、雅辰酒店集团等“新面孔”。值得关注的是，参展企业不约而同地聚焦“绿色发展”“智能管理”等主题，纷纷带来了创新服务方案，不少是“全球首发”，如邓白氏的“全球数智供应链解决方案”、瑞士SGS集团的“消费品类绿色可持续检测方案”以及德勤的“气候变化与可持续发展创新解决方案”等。

拍卖行、画廊首次参展

首次设立的文物艺术品专区究竟都有啥？记者看到，首次参展的拍卖行、画廊吸引了大批观众驻足。在苏富比展台，上海市民徐先生摘下眼镜，近距离端详张大千的《味江》。“为了看展品，虽然家住在浦东，距离会展中心1个多小时车程，我还是一大早赶来了。”徐先生说，自己爱好山水画收藏已15年，此前获取资讯、购入藏品的途径较少，多是拍卖活动，

如今，进博会为像他一样的收藏爱好者提供了另一渠道。

除了张大千的《味江》，首次参展的苏富比还带来了两件油画展品、一件铜雕展品。“本届进博会展出的作品可供现场洽购。”苏富比亚洲区董事总经理洛嘉熙(Nathan Drabi)说，进博会已成为跨国企业向中国消费者介绍优质产品、服务的直接窗口，本届进博会首次引入全球艺术与文化产业，势必将成为艺术文化发展的有力“催化剂”。

拍卖行、画廊为何积极参展？除了人文交流，另一个重要原因是，我国依托展品留购相关免税政策的落地。据了解，第三届进博会首批5件文物类展品已变商品，顺利完成了免税进口业务。

多位参展商表示，进博会交易的是商品和服务，交流的是文化和理念。经过3年的成功举办，本届进博会不仅是贸易投资的重要平台，也是多元文化交流的大平台。

让观众兴奋的不止是文物艺术品。在服务贸易展区，10余个海外知名IP（具有一定影响力的品牌形象知识产权）集体亮相，既有著名博物馆IP，如大英博物馆、大都会博物馆、卢浮宫，也有耳熟能详的动漫IP，如皮卡丘、小黄人、Hello Kitty等。在这里，海外IP对话国潮文创，旨在进一步放大进博会的文化交流平台作用，助力展品变商品、展商变投资商。

“绿色服务方案”全球首发

“绿色发展”主题不仅是本届进博会的一大亮点，也是服务贸易展区企业聚焦的重点。

连续四届参与进博会的渣打集团今年收获颇丰。参展期间，渣打中国先后与多家企业、机构及政府部门签署合作协议，主题多涉及“绿色与可持续发展”，如复星国际有限公司、中国宝武旗下的欧冶云商、浙江正泰电器股份有限公司、南京市江北新区中央商务区等。

11月6日，正式开展的第二天，中国(上海)自由贸易试验区临港新片区管理委员会(临港新片区)、上海临港经济发展(集团)有限公司(临港集团)与渣打

打中国签订战略合作协议，三方约定将结合临港新片区的产业结构、发展规划，引入国际领先的可持续金融产品及理念，为区内企业提供全面、可持续的金融服务。

“全方位绿色金融解决方案”是此次渣打集团带来的特色展品。“中国在推动减碳过程中的积极进展给全球注入了动力，也为像渣打这样的银行带来了巨大发展机遇。”渣打集团董事会主席韦浩思(José Vinals)表示，进博会是一场激动人心的盛会，为世界各地的出口商、供应商和服务提供商创造了强大平台，让各方共享“中国机遇”。

“绿色服务方案”不局限于金融服务。瑞士SGS集团在本届进博会上全球首发了“消费品类绿色可持续检测方案”。SGS科技电子全球委员会主席何艺桦介绍，该方案综合了产品生命周期的各个环节，如选材、制造、销售使用、报废等，考量这些环节在有害物质管控、回收利用、耐用性、能效等方面是否可以实现可持续发展。

作为国际权威的第三方检测认证机构，瑞士SGS集团已连续四届参与进博会。“前3年参展，我们硕果累累。”该公司展台负责人表示，首届参展，SGS集团就和舟山自贸区达成了共建流量计量实验室的合作，随后又陆续在农产食品、公共卫生防疫等领域与多家公司达成合作。“今年希望进一步推动循环经济，助力‘双碳’目标的实现。”

让供应链管理更“智慧”

“智慧服务”赋能“供应链管理”，这也是本届服务贸易展区的一大亮点。多家企业贴合产业转型升级需要，推出了一系列解决方案，“全球首发”不在少数。

香港冯氏集团已经是第四次参加进博会。今年，该集团聚焦“创造未来的供应链”主题，通过创新方案，协助品牌和零售商驾驭数字经济，在全球拓展新市场。

记者在展台看到，现场设有多个主题区，如柔性供应链管理、数字化解决方案、智慧物流、新零售与IP授权、可持续发展等，其中，在柔性供应链管理、数字化解决方案、可持续发展三大主题展区均有首发、首展产品。

11月7日，邓白氏首发“全球数智供应链解决方案”，希望通过全球数据和高级分析，帮助企业实现供应链寻源、监控、匹配、供应商深度分析四大目标，进而提升供应链弹性，兼顾经济性与安全性。

“据我们观察，大多数企业对自己现有的一级供应商比较了解，但受制于产业链话语权或产业规模等因素，对二级或三级供应商甚至供应链末端了解较少。”邓白氏中国区总裁吴广宇说，邓白氏此次推出的寻源服务，可以实现供应链全链条“可视化”，在全球经济不稳定因素仍存的情况下，帮助企业更精准、高效地寻找优质供应链合作伙伴。

吴广宇表示，邓白氏与中国市场渊源已久，自1981年进入中国市场，至今已40年。“连续四届进博会的成功举办，充分展示了中国构建高水平对外开放体系、营造多元包容营商环境的决心。”吴广宇说，接下来，邓白氏将继续以中国市场需求为核心，将全球能力与本土创新相结合，发挥联通优势，深化数据应用，赋能企业高质量发展。

图② 参展商展示与博物馆联名的文创产品。
本报记者 于泳摄

图③ 某供应链企业展台展示的进口商品。
本报记者 于泳摄

图① 邓白氏首发“全球数智供应链解决方案”。
图为邓白氏展台。
本报记者 郭子源摄

没有消费品的琳琅满目、没有技术装备的新奇炫酷、没有食品展区的色香味俱全，第四届进博会的服务贸易展区却依然人气旺盛。商业服务、金融服务、分销服务……这些“看不见”的展品吸引着参展商们纷至沓来。

在新冠肺炎疫情持续的大背景下，航运价格高企、贸易通道受阻已经对传统服务贸易造成了明显冲击。各国采取的防疫措施客观上抑制了人员流动、影响了货物通关效率，服务贸易在供需两端都面临挑战，特别是跨境旅游、运输物流、销售服务等服务贸易业态受到的影响尤其突出。不过，服务贸易智能化、数字化、网络化进程不断加快，服务贸易正在成为经济增长的新引擎、国际合作的新领域，为全球经济复苏注入新动力。

从服贸会到进博会，展会仍是行业发展的“风向标”，服务贸易的发展离不开服务业企业的成长与进化。在本届进博会上，我们

服务之花开满共赢之路

于泳

看到为了应对疫情带来的冲击，越来越多企业在数字化、网络化方面进行投入与探索。例如，三井住友保险为进口食品提供的保险服务与海关数据连通，可以实现自动投保、自助理赔。怡亚通通过数字化营销与服务终端平台，为多家世界500强企业提供更高效的供应链服务。这些探索加快了服务贸易的数字化进程，拓展了服务贸易的发展空间，调整优化了服务贸易结构。

从政策层面看，扩大开放、创新服务贸易发展正在全国范围内渐次铺开。今年的《政府工作报告》提出，要增设服务业扩大开放综合试点，制定跨境服务贸易负面清单。

多个自由贸易试验区和海南自由贸易港也将进行高水平开放压力测试。与此同时，电信、评级、金融等行业的外资准入限制逐步取消，我国服务业迎来了全新的开放格局。

从行业发展的角度看，数字经济发展带动了我国服务业竞争力的提升。特别是进博会展示的以跨境电商、远程医疗、智能数控为代表的新兴服务业态正呈现出弯道超车的态势。近年来，我国服务贸易一直存在逆差。信息技术服务、供应链服务、工业互联网服务等生产性服务业的大力发展，一方面促进了生产企业的效率提升，另一方面增强了这些服务的可贸易性，进而提升了我国服务

贸易出口的整体竞争能力。

如同服务营销学者洛夫洛克的“服务之花理论”所描述的那样，服务贸易企业可以通过加强附加产品的服务，增加核心产品价值，进而提高企业竞争力。事实上，服务贸易在经历变革与挑战的同时，也蕴含着发展和机遇。在全球企业的共同努力下，服务贸易必将开出绚烂芬芳的花朵，促进生产性企业和服务业企业的合作与共赢。



本版编辑 周明阳 美编 高妍

中国银行连续4年服务进博会——

助力境内外企业贸易投资

本报记者 马春阳

11月6日，第四届中国国际进口博览会贸易投资对接会在国家会展中心(上海)开幕。本次贸易投资对接会由中国国际进口博览局、国家会展中心(上海)和中国银行共同主办，吸引了55个国家和地区的超过3200家企业参会。

在贸易投资对接会现场，人流涌动，众多参展商户代表汇聚在此进行洽谈。广西惠禹粮油工业有限公司分别与易可达贸易集团(瑞士)有限公司和希杰国际亚洲有限公司签订1.65亿美元合作意向，金额合计达3.3亿美元。这是该企业第四次参加对接会，借助进博会对接会的平台，企业找到了国外优质的合作伙伴，解决了大豆原材料采购困难的问题，真正融入了全球资金链和产业链，切实享受到“进博机遇”。

据主办方中国银行透露，开幕首日半天时间里，参会客户就有近500家中外企业，达成合作意向74项，意向金额5.11亿美元。

众多合作意向的达成，自然少不了主办方的精心安排与帮助。作为进博会唯一的战略合作伙伴，今年已是中行连续第四年参与举办贸易投资大

型对接活动。在前三届对接会上，中国银行累计为来自100多个国家和地区的3000多家参展商、7000余家采购商提供对接撮合服务，达成合作成交意向超4000项。

“通过中国银行的线上平台，我已经找到了意向合作企业，并发起洽谈预约，这无疑降低了企业之间的对接成本，大大提高了沟通效率，以及合作的可能性。”跨域品牌管理(上海)有限公司总经理肖果对记者说。

中国银行副行长王志恒表示，中国银行作为全球化、综合化程度最高，持续经营时间最长的中资银行，始终致力于促进中外经贸往来和互利共赢，不断优化企业营商环境，积极服务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。此次贸易投资对接会上，中国银行将依托全面升级的“惠如愿·中银e企赢”全球企业生态系统，为参会企业提供更丰富、更聚焦、更融合的供需对接服务，并协助各地打造招商引资引智新渠道。

值得一提的是，相比前几届，本届贸易投资对接会服务水平进一步“升级”：一是对接内容更丰

富。线上线下有机结合，为无法到场的参会企业提供更多元的对接形式；二是主题产业更聚焦。设立五大特色投资推介主题，通过聚焦主题产业，为展商与客商提供更精准的需求匹配；三是场景生态更融合。通过创新的会场设计、丰富的对接主题，将投资与贸易融合、洽谈与路演融合、产业与金融融合、产品与服务融合、线上与线下融合。

此外，为进一步助力数字人民币试点工作，中国银行在本届进博会上以“数字聚智慧、中银融世界”为主题，开设数字人民币综合展示区，通过裸眼3D互动、多媒体宣传视频等形式，生动形象展示数字人民币钱包、芯片、产品等方面的最新试点成果。中国银行同时推出数字人民币钱包“碰一碰”支付、外币兑换机换取数字人民币等多项体验活动，让各方来宾真切感受数字人民币的魅力。

从首届进博会“唯一银行类综合服务支持企业”，到如今“唯一战略合作伙伴”，中国银行不断加大对进博会的全方位支持力度，深度服务中国国际进口博览会，服务实体经济，服务中小微企业，发展普惠金融，共谱高质量发展新篇章。



图为中国银行以“数字聚智慧、中银融世界”为主题，在国家会展中心(上海)中央广场设立的数字人民币综合展示区。
本报记者 马春阳摄