

首屆進博會閉幕 意向成交4500億

智能高端裝備最旺場 相約明年加大展位再聚首

香港文匯報訊(記者倪夢環、張帆上海報道)首屆中國國際進口博覽會(簡稱進博會)昨日落下帷幕,共吸引了來自172個國家、地區和國際組織參會,3,600多家企業參展。中國國際進口博覽會副局長孫成海昨日表示,首屆進博會吸引超過40萬名境內外採購商到會洽談採購,按一年計,累計意向成交578.3億美元(約4,530億港元),採購成果頗豐。他同時透露,第二屆進博會將於明年同期舉行,並已有超200名境外企業報名參加,意向協議展覽面積達3萬平方米。



聚焦首屆進博會

服務貿易展區 32.4 億美元

醫療器械及醫藥保健展區 57.6 億美元



服裝服飾及日用消費品展區 33.7 億美元

在6天展期中,參展商、採購商收穫頗豐。在企業商業展內,共有來自全球151個國家和地區的3,617家企業參展。據初步統計,全球或中國內地首發新產品、新技術或服務超過570件。

「帶路」沿線國訂單達370億

按一年計,此次展會累計意向成交額共達到578.3億美元。其中,智能及高端裝備展區表現最為亮眼,共成交164.6億美元,食品及農產品展區緊隨其後,成交達到126.8億美元,汽車展區則第三,成交119.9億美元。此外,與「一帶一路」沿線國家累計意向成交47.2億美元(約370億港元)。

展會期間,在為期3天的供需對接會上,來自82個國家和地區的1,178家參展商、2,462家採購商進行了多輪現場「一對一」洽談,達成進一步實地考察意向601項、意向成交657項。

妥處80餘知識產權保護問題

孫成海表示,此次,不僅經貿成果頗豐,服務亦得到認可,尤其是知識產權保護和商事糾紛處理服務中心運行順暢,共接到20多個國家和地區的諮詢80餘件,涉及在中國申請知識產權、商標和專利保護等,均得到妥善處理。

同時,中國國際進口博覽會參展商聯盟在上海成立,亦帶動了眾多企業參加第二屆展會的熱情。第二屆進博會計

劃面積將為30萬平方米,共分為裝備製造、消費、食品、健康和服務5大板塊,展期則與今年暫定一致。

參展商收穫豐明年一定再來

「此次參展真是不虛此行,短短幾天已經拿到了3,500萬元人民幣的訂單,而且後續還有約7,000萬元人民幣意向訂單。」來自台灣的大量科技集團負責人告訴香港文匯報記者,「後續會帶台灣電機設備協會來大陸考察,明年進博會一定會再來!」

日立機商業(中國)有限公司總經理趙奇在接受香港文匯報採訪時表示,「我們覺得無論是在中國『一帶一路』倡議還是進博會,都是讓各國企業有了機遇,所以,我們正在積極研究參與第二屆,希望將我們的技術通過進博會平台向全世界展示。」

德國漢斯希爾公司參展規模不大,但這家提供民用、商用多種淨水解決方案的專業公司接到的訂單卻超乎想像。負責人表示,明年將爭取更大的展位。

贊比亞駐華大使齊孔達明確表示,將建議贊比亞政府明年設國家館。今年的進博會設立兩天專業觀展日,普通觀眾無法入場。截至昨日中午12時,累計進場達80萬人。儘管主辦方設置了6+365的網上平台,但不少展商表示,在全新的消費時代,用戶體驗非常重要,期待明年進博會能向更多人開放。

吉祥物進寶售罄 觀眾嘆吃「閉門羹」



進博會紀念品商店每日入頭攞動。香港文匯報記者夏薇攝



網民晒購得的進寶公仔。網上圖片

首屆進博會落幕之際,吉祥物進寶公仔提前一天已售罄。

「淘寶上有沒有?商場裡有沒有專櫃售賣?」昨日,仍有不少參會記者和客商在閉幕前追問着工作人員。

就在前一天的9日傍晚,記者好不容易抽出空來,逕直衝向紀念品商店欲購買進寶,可還沒進門就看到很多觀眾面露遺憾的神色從店裡走出來。「公仔已經沒有了,現在只剩下一些胸章和鑰匙

扣,」工作人員表示,「生產能力實在有限,這幾天每天早上一開館,不到一小時,進寶公仔就賣光了,一共賣了不到3,000隻吧。」

雖然工作人員已聲明不會再補貨,可仍有大批不死心的觀眾昨日一早前往諮詢,可得到的都是否定答案。

有幸買到一隻進寶公仔的觀眾楊小姐笑言,「售價109元,感覺有點貴,猶豫一下還是買了,現在看看這絕版的架勢,估計會被炒上天價吧。」

香港文匯報記者夏薇上海報導

首屆進博會各展區成交數據

香港文匯報記者 倪夢環整理



智能及高端裝備展區 164.6 億美元

消費電子及家電展區 43.3 億美元

汽車展區 119.9 億美元

烏克蘭展區的工作人員納塔利婭(左)和馬林娜展示烏克蘭語版和中文版的「明年見」。

新華社

央廣電：為發展中國家打開新的「機遇之門」

香港文匯報訊「一花獨放不是春,百花齊放春滿園。」中國國家主席習近平在多個國際場合發出的呼籲,在進博會上成為現實。當發達國家展示各種「高精尖」的技術和產品成果時,發展中國家和最不發達國家也帶來了它們獨具特色的優勢產品,包括食品、農產品、服裝、日用消費品,以及豐富的旅遊資源和歷史人文,與發達國家同台競艷。

中央廣播電視總台昨日「國際銳評」專欄文章指出,在這裡,人們深刻地感受到:追求幸福生活是各國人民的共同心願,發展的路上,一個也不能少;習近平主席提出的構建「人類命運共同體」理念,在進博會開幕式主旨演講中提出的「堅持包容普惠,推動各國共同發展」主張,為實現這一願望指明了方向和路徑。

分享中國機遇 參與經濟全球化

文章指出,在中國和各國的共同努力下,本屆進博會成為共享全球化的「百花齊放的大花園」。發展中國家和最不發達國家憑借獨具特色的產品優勢,同樣在這裡尋獲了商機與市場。比如,巴西肉類加工企業JBS集團在展會第二天就與阿里巴巴集團簽訂了一個3年15億美元的採購協議;贊比亞珠寶公司負責人面對採購商們爭相要做該公司中國代理的要求,無奈地表示要「靜一靜」……分享中國市場機遇、參與經濟全球化、提升產品競爭力,發展中國家和最不發達國家通過進博會,打開了一扇新的「機遇之門」。對此,世貿組織總幹事阿澤維多評價說,長期以來中國和其他發展中國家包括最不發達國家,都建立了良好關係,中國擴大進口肯定會讓它們進一步受益。

文章說,根據聯合國去年7月發佈的《2017年最不發達國家狀況》報告,全球目前仍有超過40個最不發達國家,中國是它們的最大投資者。在今年7月約翰內斯堡金磚峰會上,習近平主席表示,「無論將來中國怎麼發展,都永遠屬於發展中國家,都會堅定支持廣大發展中國家發展。」本屆進博會所展現的參與度、包容性和普惠性,正是中國重信踐諾的體現。

菲林巨頭富士膠片 轉營醫療引人注目

特稿

從上世紀60年代就開始在中國開展業務的日本富士膠片(FUJIFILM),曾站在菲林行業巔峰,也經歷過時代的無奈。在曾經的巨頭柯達倒下時,富士卻搶先一步走上轉型之路——利用在照片、影像領域裡積累的技術,用到醫療健康、高新材料、產業基材以至化妝品等新的市場、新的產品及新的運營項目中去。「這次進博會是一個良好的契機,讓全世界看到我們轉型成果,我們也將堅持『never stop』的理念,繼續走下去。」富士中國總裁武富博信對香港文匯報記者說。

圖像處理技術助臨床診斷

90年代在中國開設生產基地,2001年成立富士膠片(中國)投資有限公司,2013年成立物流統括公司,2016年成立醫療產品售後服務的統括公司……自進入中國以來,富士膠片的腳步不曾停下,公司在中國已有10家工廠及29家子公司,目前,中國市場已佔據集團全球銷售的12.2%,僅次於日本與美國市場。「中國市場發展潛力巨大,尤其是健康中國2030的規劃,讓我們

非常關注,希望未來能夠參與並助力其中。」

今次進博會,富士帶來了醫療人工智能品牌「REIL」,可以結合富士膠片具有傳統優勢的圖像處理技術來幫助提升臨床醫療診斷水平;還有曾在抗擊伊波拉病毒中有較好療效的抗流感病毒新藥「T-705片」及再生醫學技術等,尤其值得注意的是,現場還有結合了膠片技術的化妝品,「我們希望未來這些都能在中國市場得到運用。」

醫學AI成今後研發新方向

武富博信介紹,在科技發展的今天,研究部門還針對結合人工智能(AI)產品,定制了研發方向,包括醫療AI研究,「我們也積累了很多圖像的處理樣本,這對於AI今後進一步發展醫學人工智能方面創造了良好的環境。」進博會期間,武富博信亦希望傳遞醫學人工智能的概念,進一步在醫療科技尋找合適合作夥伴。

香港文匯報記者 倪夢環 上海報導



富士膠片(中國)總裁武富博信。香港文匯報記者倪夢環攝

富士膠片希望大力拓展醫療領域。記者倪夢環攝