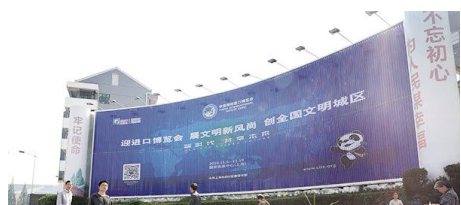


# 360度颜值 365天辐射

## ——上海全城涌动“进博”热



●在上海国家会展中心与毗邻的虹桥商务区之间的道路上,由鲜花盆栽组成的装饰已经陆续就位。



●市民走过位于上海漕宝路的一块宣传进博会的大型广告。



●这是上海虹桥世界中心内的进口商品展示厅,这里将成为进博会“6天+365天”展示交易平台的一部分。

新华社记者 何欣荣 陆文军 周蕊

“中国国际进口博览会”,这是当下上海最热门的词汇,11月5日,这个世界上第一个以进口为主题的国家级展会、唯一一个要求展品100%进口的博览会,就将在国家会展中心(上海)揭开帷幕。上海在洋溢着喜庆氛围的同时,也多了一份忙碌。重点配套项目陆续竣工,1000万盆鲜花扮靓街头、辐射365天的交易平台加速落地……上海已经全方位“动起来”。

### 看配套:走路10分钟,从虹桥到国家会展中心

从万商云集的虹桥商务区到进口博览会举办地国家会展中心(上海),走路要多长时间?答案是:10分钟。

国庆前夕,连接虹桥商务区核心区与国家会展中心的二层步廊东延伸工程正式竣工。作为首届进口博览会的重要配套项目之一,二层步廊跨越了铁路、河流、高架。这意味着,游客从虹桥火车站出来,可以一路步行至国展中心,非常方便。

二层步廊是进口博览会配套工程的缩影。目前,国家会展中心(上海)外围的15条配套道路已全部具备通车条件。博览会期间,这个交通网络将迅速分解G50沪渝高速、G2京沪高速带来的车流,实现长三角地区的“快进快出”。

### 看通关:20多项创新举措基本落地

10月4日上午9时58分,中国国际进口

博览会首个进口分拨集装箱顺利运抵上海吴淞海关辖区。这个集装箱内有15票分拨单,涉及菲律宾的15家参展商食品,包括芒果干、香蕉干、榴莲干等。

根据商务部发布的最新信息,目前企业商业展已经有1500余家展商的展品进入中国大陆境内,约有1000余家展商的展品已经或正在从境外发运,预计10月中旬将有大量展品集中到港。

为了给展商提供优质服务,上海海关已设立进博会海关专用窗口。展品凭“进口博览会进境物资证明函”,可以在专窗办理业务,享受“绿色通道”待遇。

上海市副市长吴清表示,在海关总署等国家部委的大力支持下,前期上海提出的20多项创新举措基本落地,涵盖进口博览会的展前、展中、展后阶段。这包括:允许展会展品提前备案、以担保方式放行展品、延长展品有效期至1年、展品展后进入保税监管场所或特殊监管区域视同离境予以核销,等等。

### 看服务:“迎行住食转”5大环节全面细化

毕业于同济大学德语系的张良,目前在闵行区梅陇镇工作。为服务首届进口博览会,他已报名成为接待外宾的联络员。

一下班,张良就抓紧“捡起”英语和德语,即便是日常用语,也反复斟酌语气。连4岁的儿子都耳濡目染,不时蹦出几句简短的英文。

张良是进博会服务团体中的一员。着眼“当好东道主”,上海正统筹全市资源,用心锻造进博会城市服务“金牌”。比如,在住宿方面,梳理形成全市三星级以上1700余家酒

店、25万余间客房供给清单,并公布了价格行政干预方案。

与此同时,滚动招募培训5000名志愿者、组建100个“青春上海”城市文明志愿服务站点,提供热情真诚的志愿服务。

既强调资源统筹,又不乏各自精彩。临近虹桥机场的上海市长宁区,目前已完成102幢区内优秀历史建筑的中英文图编撰、音频录制及挂牌工作,整合推出“博物馆奇妙日”“邹达克密码”等微旅行线路,展示长宁的海派文化特质。

### 看街景:从街头到天空 开启360度“美颜”模式

重大国际性展会,是展示城市形象的绝佳窗口。从河道到绿地,从街头到天空,上海正在开启360度“美颜”模式,让游客转角遇见景、拍照可刷屏。

立体绿雕的荷花与荷叶,洒落点点水珠,营造荷塘胜景的意境,表达合作共赢的愿望。在上海的陆家嘴金融城,以进口博览会为主题的大型花坛“珠联璧合”,成为众多游客拍照留念的背景。

上海绿化市容部门表示,庆祝国庆佳节、迎接进口博览会,“十一”期间上海全市共布置地栽花坛花境约18.4万平方米,单季用花量达到1000万盆以上。

7条河道“水清岸绿”、逾16公里道路架空线入地、28个路段景观提升……位于“大虹桥”辐射圈的上海市闵行区,正在以最佳状态、最美面貌迎接盛会的召开。

架空线入地是城市景观整理的难点。上午九点钟开会协调,晚上七点钟汇报工作进展,十点钟实地踏勘、修改计划……这样的场

景,今年9月在闵行架空线入地工作指挥部几乎天天发生。

随着一个个“硬骨头”被啃掉,遮挡视线的“蜘蛛网”如数褪去,一望无垠、满眼清爽的进博会蓝天悄然出现在市民眼前。

### 看功能:“6天+365天”展示交易平台加速落地

进博会的展品如何“摇身一变”成为商品,进入国内消费者的家中?6天的展览,如何形成辐射全年的效应?上海各区正在加快“6天+365天”常年展示交易平台的落地,承接博览会的溢出效应。

国家会展中心南侧新建成的80万平方米城市综合体,未来将是“绿地全球商品贸易港”的主功能区。目前,这一平台已经与41家全球知名组织、行业协会及国内外企业签署入驻协议。“绿地全球商品贸易港”招商服务总监李文畅表示,平台将引入来自多个“一带一路”沿线国家和地区的企业,有望实现进口水果72小时从原产国“飞”到中国居民家中。

国家会展中心所在的青浦区,已经制订了一整套方案,吸引进口博览会的展商落地。“在市民的心目中,青浦原来属于远郊。但随着进口博览会的召开,青浦成了上海新一轮对外开放的‘大前门’。”青浦区委书记赵惠琴说。

为全球新品在沪首发营造最优环境,上海已专门建立“首发东方”平台,积极对接进口博览会的参展商,为新品发布提供优质服务。同时,做到“三个结合”:场内和场外发布相结合、线上和线下发布相结合、发布和落地销售相结合,把展品及时变成消费者触手可及的商品。

长三角电子商务中心、虹桥国际展汇……随着一批实体机构的揭牌、线上线下的打通,虹桥商务区正在成为长三角城市“卖全球”“买全球”的窗口。虹桥商务区党组书记、常务副主任闵闻师林说,借助进口博览会的机遇,虹桥商务区将联合企业、联动长三角、联通海内外,实现更高质量一体化发展以及合作共赢。

# 云南瞄准健身休闲产业 培育经济新力量

日前,一条全长40多公里的郊野骑行观光绿道在云南省昭通市投入使用,同期还举办了绿道休闲骑行赛以及游泳比赛、热气球体验等系列活动,吸引了全国各地的众多骑行爱好者。这是云南加大力度发展健身休闲产业的举措之一。

云南资源优越、气候优势、环境优势等得天独厚,健身休闲产业正成为经济社会发展的新兴力量,一系列马拉松、越野跑、自行车赛等赛事活动的影响力日益提升。

围绕打造“健康生活目的地”的目标,《云南省人民政府办公厅关于加快发展健身休闲产业的实施意见》于近期出台实施,提出力争2025年全省健身休闲产业总规模达到600亿元。

《实施意见》提出,云南将抓住机遇发挥优势,做大全民健身、做强高原体育基地群、做精户外运动、做亮时尚运动、做特少数民族体育、做响赛事活动,构建特色鲜明的健身休闲产业体系,推动产业集聚、发展特色体育产品、促进产业融合,实施“互联网+健身休闲”、构建健身休闲产业链。

根据《实施意见》,到2025年云南将创建3个以上国家级体育(户外运动)产业园区,建设20个国家运动休闲小镇或特色体育小镇,打造50个左右国际国内知名的健身休闲和体育旅游品牌项目,全省基本形成布局合理、功能完善、门类齐全的健身休闲产业发展格局。

在健身休闲产业的政策扶持与保障措施方面,《实施意见》明确,云南将加大力度推动落实相关消费、审批、投融资、土地、财税等政策,支持各地创新健身休闲消费引导机制,加强组织领导,推进试点示范建设,加大宣传推广与交流合作等工作。(吉哲鹏 岳冉冉)

# 一片红叶 能带来什么?

## ——一座东北小城的转型故事

吴丹 孟含琪

吉林蛟河,长白山西麓松花湖畔的东北小城。金秋时节,远道而来的游客穿行山间,欣赏红霞漫天、层林尽染;夜幕降临,红叶形状的灯箱灯光闪烁,装点着城市的街道……从煤炭资源枯竭到生态旅游兴起,10余年间,红叶成为这座东北小城转型发展的新名片。

深秋一场初雪过后,蛟河红叶谷的红叶已经凋零大半,但白雪装点的红叶谷、五花山也别有一番韵味。来蛟河赏红叶,是长春王阿姨一家每年秋游的“保留节目”。“今年红叶落得有点早,有点遗憾,明年我会早点来看漫山遍野的红。”

蛟河,曾经的城市底色不是红,而是黑。蛟河曾靠煤炭兴城,但随着资源逐渐枯竭,转型迫在眉睫。“想起故乡红叶谷,似见乡亲热泪光”,清朝末年流传在八旗子弟兵中的边关小调,唱尽戍边将士对故乡风物的思念。2002年,当地将目光瞄准红叶,结合丰富的原始森林资源,全力打造蛟河红叶谷等生态旅游品牌,每年吸引大量省内外游客前来观光游览。小小红叶浓缩着当地推进绿色发展的实践,也带动了一方百姓致富过好日子。

“红叶并非我们独有,但提起红叶,大多数人最先想到的就是吉林蛟河。”蛟河市旅游局局长石剑一讲,蛟河具有绵延100多公里的红叶林,70多种能够变成红叶的树种,这些红叶具有明艳瑰丽的色彩,在国内红叶资源中独树一帜。

近年来,当地通过举办彩虹跑、自驾车友会、书画大赛等多种多样的活动,以网上直播和线下互动的方式,吸引各年龄段游客前来。《插树岭》《女人的天空》《种啥有啥》等在蛟河拍摄的电视剧也为这里增加了大量人气。2017年,这个小县城接待游客70万人次,实现旅游总收入3.3亿元。

小小红叶为当地招商引资“穿针引线”。通过一年一度的红叶旅游节,当地政府举办经贸洽谈会,长白山药业等客商也因此结缘蛟河,在这里落地建厂,2017年贡献税收4.6亿元。

大量的客源让当地农民乐得不拢嘴。景区附近的富江村、插树岭村共开了50多家农家乐。今年“十一”期间,这些店主的平均收入达5万元。张青开了一家主打庆岭活鱼、食用菌养生膳食等特色菜的餐馆,短短7天接待游客3200人次,收入近16万元。“过去家里收入靠种地,如今这个农家乐让我们过上了好日子。”

虽然红叶已经成为带动百姓致富的吉祥物,但当地仍有一些问题需要解决,才能让生态旅游走得更远。有人说,绝大多数游客都是一日游,留下过夜的不多;也有人说,除了红叶外,缺少其他叫得响的特色旅游产品。石剑一说,下一步他们将着力丰富旅游产品内容,提升旅游品质。比如,结合辽金古城遗址、老子学院打造文化旅游,开发地下林海完善原始森林游,打造冰雪项目、开发冬季旅游等。

# 携手中国伙伴 拥抱开放机遇

## ——海外参展商“点赞”中国进博会

宿亮 刘海燕

首届中国国际进口博览会将于11月5日至10日在上海举行,目前已有130多个国家和地区的2800多家企业确认参展。海外企业抓住机遇,踊跃参展,成为外商看好中国经济发展,看多中国市场的最好注释。

### 扩大对外开放 推进全球贸易

海外参展企业高度评价本届进博会,认为展会是中国落实新一轮高水平对外开放的具体举措,也是中国为助力世界经济向好发展作出的切实贡献。

作为最早确定参加进博会的美国企业之一,高通中国区董事长孟樾认为,进博会是中国扩大对外开放的一大“创举”,将成为中国推进新一轮对外开放的标志。“进博会的举行正值中国改革开放40周年,也是中国经济转型升级的关键时期,重要性不言而喻。”

在韩国现代汽车公司负责人眼中,进博会展现了中国作为开放大国的自信和远见。现代汽车(中国)投资有限公司常务副总经理

李赫竣认为,进博会是中国着眼新一轮高水平对外开放作出的重大决策。他告诉记者,在贸易保护主义威胁世界经济发展的背景下,进博会在推进贸易全球化中独树一帜,既有助于中国提升开放水平,也将搭建各国互利共赢的平台。

### 抓住难得机遇 深耕中国市场

进博会是企业扩大中国市场份额的良好契机,也是企业开拓中国市场的最佳平台。

“很高兴看到这么大规模的德国企业申请参展。”德国工商总会东亚处处长托马斯·柯尼希面对170家德国企业报名参展数据兴奋地说。

据了解,德国参展企业数量在本次博览会参展国中名列前茅,宝马、西门子、麦德龙、拜耳等知名企业悉数报名。“进博会对于长期在中国经营的德国企业而言是一个充分展示产品和服务的好机会。对于那些还没有发掘中国市场的德国企业来说也是一次难得的良机,展会期间,他们将更多地接触中国市场。”柯尼希说。

不少国家地区或行业协会也针对性地组

织企业参加进博会,希望以此打开中国市场或扩大在华业务。美国大休斯敦合作委员会组织12家休斯敦企业参加进博会,涵盖高科技、制造、能源、物流和农业等领域。大休斯敦合作委员会副总裁奥拉西奥·利肯表示,参展的休斯敦企业将亲身体验中国营商环境,聆听中国未来经济发展计划,通过一手资料了解如何分享中国发展红利。

### 配合消费升级 聚焦创新合作

伴随中国经济转向高质量发展阶段,将中国需求与世界优质供给有效对接成为中外国际合作,实现互利共赢的重要方式。海外展商纷纷把参加进博会视为拓展中国消费升级大市场,展示各国技术和创新服务的平台。全球知名传播服务集团WPP高管大卫·罗思表示,随着中国经济转型,科技企业成为中国品牌发展的引擎,中国在全球价值链中的地位正在提升。

在土耳其家电企业倍科眼中,进博会是公司创新和新技术应用的展示场所。倍科母公司阿尔切利克公司首席执行官哈坎·布尔古尔表示,中国销售的家用电器中约25%

实现联网,而世界其他地方这一比例只有3%至4%,这说明中国消费者愿意尝试新技术,需要高端的产品、设计和技术。

韩国现代汽车公司也计划在博览会上展出新一代氢燃料电池车NEXO,向中国消费者展示现代汽车对于氢能技术的尖端研发。现代汽车方面表示,进博会将促进两国间生产要素流动和优化资源配置,还将有助于推动两国汽车产业的创新和转型升级。

空客公司将以参加法国展会的形式参与进博会,重点展示OneWeb和Aeolus卫星模型等空客航天领域的产品。空客中国公司首席执行官徐岗表示,空客对未来几年中国的民用直升机市场,尤其是公共服务任务领域市场前景表示乐观。

已经深耕中国市场20年的高通同样希望在中国市场“更进一步”。孟樾表示,高通与中国伙伴在过去的合作主要集中在手机领域,随着技术衍生,合作将逐步拓展到无人驾驶、物联网应用、集成电路制造等新兴领域。“希望借助进博会搭建的交流展示平台展示创新技术和产品服务,携手中国合作伙伴,共同向全球展示智能互联时代的愿景和价值。”

# 全面推动双汇销售数字化转型升级与发展创新 双汇·玄讯 CRM 战略合作签约仪式成功举行



●活动现场



●双汇发展常务副总裁刘松涛致辞

●玄武科技总裁陈永辉致辞

本报讯(记者 李代广) 10月18日,双汇·玄讯 CRM 战略合作签约仪式暨“双汇发展精益销售系统”项目启动仪式在广州成功举行。双汇发展常务副总裁刘松涛、双汇发展副总裁李凯、玄武科技总裁陈永辉等出席活动,现场双方代表正式签约,将共同携手,全面推动双汇销售数字化转型升级与发展创新。

精益销售系统为双汇了解工作进度和指导业务提供依据,帮助销售团队共同跟踪业绩发展目标,帮助双汇联盟商提升经营管理能力,推动双汇整体业务的持续发展。双汇精益销售系统项目执行人现场发言,对本次项目进行了详细介绍。

双汇发展常务副总裁刘松涛在致辞中表示,中国双汇是全球最大猪肉食品企业万洲国际的子公司,是中国最大的肉类供应商。目前双汇销售网络遍布全国,拥有100多个销售网点。“双汇精益销售系统”项目的启动,是为了更好地服务各级客户,更高效地进行销售管理,更精准地服务终端网点,更及时准

确地掌握消费需求,为消费者提供更加优质的产品和服务。

玄武科技总裁陈永辉表示,在双汇“调结构、拓网络、促转型、上规模”的战略方针下,玄武将不遗余力为双汇发展提供精益销售系统相关的搭建部署、实施上线及维护服务,并全力保障项目的顺利落地及系统稳定运营,为双汇的销售增长保驾护航,为客户创造价值。

据悉,双汇精益销售系统已制定了完整的全渠道系统建设规划时间表,本次一期试点的启动,也势必实现双汇与联盟商的持续高效连接,推动共同发展。

此次战略合作,将围绕“数字化赋能”理念,利用“大数据、云服务、平台化、移动化”创新技术,提升双汇精细化管理水平,协力达成双汇高效、优质的服务营销目标,实现企业终端管理可视化、市场动态实时化、人员管理精细化、分析报表自动化及消费互动常态化,构建数字化双汇销售体系,落实数字化双汇发展战略,助力企业创新转型,开创未来!