



在云端相会

11月8日,上海国家会展中心,第三届中国国际进口博览会上,大屏幕上两位专业电视主持人在一家韩国企业的电商直营店里直播推广豆浆、泡菜等食品,吸引参观者观看。本届进博会因疫情限流,越来越多参展商把电商直播搬到了会场内,让消费者线上逛展、在家购买产品,把进博会的活力传递到更广阔的市场。
中青报 中青网记者 李峥范/摄



11月5日,第三届进博会赛默飞世尔科技展位上展出的新冠病毒模型。本届进博会在医疗器械及医药保健展区新设公共卫生防疫专区,与疫情防控相关的产品、技术与服务成为展示重点和人们关注的焦点。
中青报 中青网记者 李峥范/摄

中青报 中青网记者 李峥范撰文

第三届中国国际进口博览会开幕时,哈萨克斯坦展团一家肉类出口企业的冰柜就是空的。这儿的肉可以买吗?在这届进博会的食品及农产品展区,不断有人走向哈萨克斯坦展团的空冰柜询问,一旁的工作人员会立刻熟练地展示印着商品图片的宣传页。几排排列整齐、型号统一的平板电脑,代表了受疫情影响无法到场的参展商。依照展会疫情防控要求,生鲜类展品入场难度较大,多次核酸检测、

14天隔离和数量锐减的国际航班让许多参展商的进博之路不同以往,通过视频连线与中国做生意成了新常态。被问起帮助采购商与远在哈萨克斯坦的参展商视频连线的经历,在上海学中文专业的吉尔吉斯斯坦留学生雪丽回答:一整天。留学生们临危受命,成了无法到场的产品的代言人,把心连迫切的参展商和热情的中国市场连接起来。在全球疫情仍在蔓延的背景下,今年,这场已经开到第三届的国际经贸大聚会需要一些新经验。这是疫情后的首次进博会,医疗器械及医药保健展区内新设的公共卫

生防疫专区从规划阶段就是人们关注的焦点,展区面积一再扩容。这里聚集了全球数十家行业巨头的抗疫法宝,其中不乏美敦力新一代ECMO等新产品的中国首秀。复星、默沙东、阿斯利康等企业还带来了新冠病毒疫苗研发的新消息。面对会期内累计进场超60万人次的人流,疫情防控渗透进每个细节。全程闭环管理、全链条可追溯、全量核酸检测、全部查验准入、全面环境清消。今年进博会吉祥物“进宝”也戴上了口罩。在会场里,只要拉下口罩或者扎堆儿对坐,不出几秒就会有工作人员上前提醒。

既然会场因疫情限流,那就把进博会送出去。从李佳琦、薇娅等带货网红到电视台主持人、中外企业家,进博会成了无数场网络直播的统一主题和背景。双11来临之前,消费者不出门就能把进博会上的全球好物买回家。在进博会闭幕日,哈萨克斯坦展团的一位工作人员感叹,优质的进口肉类产品人气不减,但受疫情影响,最终达成合作意向的数量不如预期。他说,好在他所代表的肉类企业已和一家四川企业合作打入了中国市场。如今,进博会让世界看到了中国正在恢复的市场活力,现在他们只需等待在不远的将来再次亮相。

11月6日,第三届进博会贸易投资对接会视频对接区内,一家来自日本的参展商通过视频连线与一家国内企业代表洽谈。据了解,本届进博会贸易投资对接会通过线上线下相结合的方式,共达成861项合作意向。
中青报 中青网记者 李峥范/摄



11月5日,第三届进博会医疗器械及医药保健展区内,美敦力公司展位上,一位参展商正在试用脑部与组织氧饱和度监测系统。这套系统尚未在国内上市。
中青报 中青网记者 李峥范/摄



11月8日,第三届进博会上,一位电商主播在一个家居用品展位上现场直播带货,不时凑近屏幕回答线上观众的提问。
中青报 中青网记者 李峥范/摄



11月9日,第三届进博会上,一位工作人员举牌提示参展者佩戴口罩、保持社交距离。在进博会会场,处处都能见到这样流动的疫情防控小提示。在新冠肺炎疫情仍在全球蔓延的背景下,本届进博会严把疫情防控关。
中青报 中青网记者 李峥范/摄



11月6日,上海国家会展中心,中欧企业家大会会场外,不少人通过大屏幕关注大会。中欧企业家大会在进博会期间举办,中外政、商、学界代表出席,共同探讨中欧投资贸易合作、后疫情时期中欧产业链供应链稳定等议题。
中青报 中青网记者 李建泉/摄



11月7日,上海国家会展中心,一位进博会志愿者小叶子俯瞰人声鼎沸的技术装备展区。
中青报 中青网记者 李峥范/摄