

Made For  
China沃爾沃研節能挖掘機 以色列推節水種植術  
外企產品「換新裝」迎中國風

中國市場巨大的消費需求，正通過中國國際進口博覽會平台，將各國原產地商品及最尖端科技與中國買家直接對接。許多參展本屆進博會的國際跨國企業，或在華設立研發中心，或直接攜手中國科研院所，打造「中國智造」商品；針對中國市場綠色環保要求，沃爾沃攜節能挖掘機參展，以色列企業帶來最新節水種植技術；還有參展商瞄準中國消費者對優質飲食的追求，為中國市場量身訂製健康的產品……面對中國市場不斷釋放的消費潛能，「Made for China（為中國製造）」已在來華投資的外商圈子中成為新趨勢。



## 第三屆進博會

大公報記者 倪巍晨上海報道

沃爾沃公司在本屆進博會上，展示了一台名為「EC55」的小型電動履帶式液壓挖掘機。據介紹，EC55搭載的鋰電池組電壓，與中國家用電動車電池電壓相同，且兼具低噪音、零排放的特點，完全符合中國市場對綠色工程機械的需求。

技術人員還透露，EC55是沃爾沃濟南研發中心研製的產品，其電池、電機、電控等核心系統均為中國本土「智造」，該設備預計年末在中國進行客戶試用。

## 德企：植根中國 服務中國

對中國市場給予厚望的還有國際醫藥行業巨頭、總部設於德國的勃林格殷格翰公司，將最新研發的「茵溫淨豬瘟活疫苗」的「首秀」搬到了進博會的平台，「我們希望植根中國，服務中國。」勃林格殷格翰的參展商表示，這次在進博會上展示的「茵溫淨豬瘟活疫苗」，歷時8年的研發周期，是目前中國市場首款由跨國企業和中國科研院所攜手開發的豬瘟活疫苗產品，預計明年初將在華上市。

「我們是第二次參展進博會，針對中國市場綠色環保要求和與日俱增的食品需要，特別帶來了最新的『立體種植』和『集裝箱種植』技術。」以色列BIE集團旗下Watergen科技公司中國區首席代

表伊萬介紹，上述新技術迎合了中國市場對於節約用水、節約用地、減少運輸、食品保鮮、城市觀光等新的需求，相信會有很大的市場潛力。

## 盒馬採購100萬箱智利櫻桃

此外，中國專業賣家透過進博會，直接向外國商家採購Made For China（為中國定製）的各類商品。作為上海國資外貿標桿企業，東方國際集團旗下原料企業，今年重點採購進口食品，並依據中國消費升級趨勢，向外國企業定製符合中國消費升級需求的各類產品。採購單上包括為中國兒童配置了多種維生素的「小小德亞兒童成長牛奶」，比利時小麥釀製的「瓦倫丁白啤」，以及近年來中國主婦青睞的「品利特級有機初榨橄欖油」。

本屆進博會期間，盒馬與智利企業簽署了100萬箱智利櫻桃的進口訂單。按照協議，盒馬未來一年將向智利前10大櫻桃供貨商訂購總計約2.8億元人民幣的意向採購，這也是盒馬年內在拉美地區規模最大的進口生鮮採購計劃。盒馬總裁侯毅公開表示，進博會給公司全球供應鏈資源整合能力帶來的提升，誕生了大量根據中國市場需求、為中國消費者定製的「盒馬牌」進口商品。

進口意向採購計劃  
一百萬箱大櫻桃  
網絡圖片

Made for China  
產品巡禮

▲得寶系列快樂童年時刻是首個為中國學齡前兒童家庭量身定製  
網絡圖片

樂高  
(LEGO)

發布四款靈感來源於中國經典文化和傳統故事的樂高玩具產品。其中，得寶系列快樂童年時刻是首個為中國學齡前兒童家庭量身定製的系列套裝

沃爾沃  
(VOLVO)

展示了一台名為「EC55」的小型電動履帶式液壓挖掘機。是沃爾沃濟南研發中心研製的產品，其電池、電機、電控等核心系統均為中國本土「智造」，是針對中國建築行業特點度身定製的特供產品

帝亞吉歐  
(Diageo)

英國帝亞吉歐針對中國市場，開創了威士忌精品店和精選店模式的零售創新，並攜手天貓、京東開展渠道創新



▲英國帝亞吉歐展位

多特瑞  
(doTERRA)

全球最大芳香護理和精油企業之一的多特瑞，首發利用中國特色植物資源就地取材，擁有「中國味道」的「海上尋夢」香薰復配精油



▲「EC55」小型電動履帶式液壓挖掘機  
大公報記者夏微攝

歐萊雅  
(L'oreal)

利用大數據打造了適合中國用戶的創新產品「零點面霜」，將傳統新品1至2年的上市周期縮短到59天



大公報整理

新西蘭乳企  
特製新品供華

【大公報訊】記者夏微上海報道：「我們始終高度關注中國消費者日益增長的消費需求，希望通過更多產品創新應用，帶給消費者美味、優質、有創意的產品。」恆天然大中華區餐飲服務部副總裁戴俊琦在本屆進博會上向大公報表示，未來公司將持續深耕中國市場，加強與國內餐飲企業合作，引領中國乳脂消費升級的新趨勢。

大公報記者留意到，中國飲品市場近年來持續迎來爆發式增長，凱度消費者指數與厚生投資提供的數據顯示，2016至2019年，中國現製茶飲門店數量快速爆發，三年內實現近100%增長。鑒於上述趨勢，越來越多洋乳品企業開始將業務重點聚焦中國市場。新西蘭百年乳製品企業「恆天然」，就是眾多追逐中國市場需求的海外企業之一。

## 售出產品年製逾6億杯奶蓋茶

需要指出的是，今年來中國消費者的乳製品消費偏好，已從「滿足解渴」轉為「滿足功能、口味、差異化」。針對中國消費者的新需求，恆天然在中國市場推出了5款稀奶油產品。憑藉對中國市場的良好用心，在上一財年恆天然在飲品渠道中的茶飲細分市場，售出的稀奶油、奶油乾酪的產品，每年製出超6億杯奶蓋茶。

上一財年，恆天然餐飲服務團隊累計向市場推出270餘款創新產品應用，這些應用全部都是由中國本地的市場和廚師們結合對中國消費者及市場趨勢的洞察研發出來的，可以有效助力客戶的銷量增長，持續為客戶創造價值。



▲新西蘭百年乳製品企業「恆天然」展位  
大公報記者夏微攝

## 愛立信：中國是世界級研發沃土

【大公報訊】據中新社報道：愛立信東北亞區執行副總裁申寧山（Sinisa Krajnovic）在第三屆進博會期間表示，中國5G網絡部署速度和規模令人驚嘆。對愛立信來說，中國是非常重要的市場、研發中心和生產基地，在這裏可以開展「世界級的研發」。

疫情令不少行業企業損失慘重，但愛立信今年三季度銷售額增長7%，營業利潤達86億瑞典克朗，遠

超市場預期。

## 利潤上揚 得益在華業績

申寧山稱，愛立信業績逆勢上揚很大程度上得益於在華業績。在各國還未走出疫情衝擊波之際，中國無疑是全球最活躍的市場。

「中國是愛立信非常、非常重要的市場」，他說，重要不僅體現在市場規模大，更在於中國是愛立信最重要的生產基地和研發中心。

「中國可以幫助我們生產世界級的產品，也可以開展世界級的研發。」據官方數據，中國現已建設60萬個5G基站，連接終端超過1.5億個。在申寧山看來，中國5G網絡部署開始得早，速度和規模也都「令人驚嘆」。中國非常了解5G的重要性，因為基於5G的基礎設施可以發展出豐富的商業應用，使各行各業利用5G基礎設施提高競爭力，運營也更加高效、更有效率。

## 央企現場簽約「購物車」擴容升級

【大公報訊】據經濟參考報報道：在第三屆中國國際進口博覽會上，最熱的詞依然是「買買買」。作為中國市場對外開放的重要力量，中央企業的「購物車」更是擴容升級。

國務院國資委副主任、中央企業交易團團長任洪斌透露，初步摸底，中央企業參會期間將與幾十個國家和地區的企業簽署意向採購協

議，技術裝備類、醫療健康類、服務貿易類比第二屆有所增加，亞洲、非洲、南美洲發展中國家意向採購金額會增長一倍以上。他表示，本屆進博會中央企業交易團意向成交金額預計將超過上屆水平。

據介紹，在前兩屆進博會上中央企業累計簽訂了386個合同／協議，意向成交金額總計311.3億美元。

截至10月31日，第一屆進博會上簽訂的合同／協議執行率達到90%，第二屆執行率接近90%，預計到今年年底第二屆的執行率將會超過第一屆的執行率。

從國資委提供的第三屆進博會央企交易團簽約日程表上看，將有包括中核集團、航天科技、航天科工等在內的55家央企現場簽約。

## 本屆進博會全球首發已超五成

【大公報訊】綜合科技日報、中新社報道：11月8日，中國國際進口博覽會副局長孔福安在第三屆進博會展中新聞通氣會上表示，本屆進博會，展品全球首發數量佔比達一半以上。同時，線上線下合計共有來自64個國家的674家展商、1351家採購商參會，達成合作意向861項。

豐田的氫燃料電池板柯斯達、貝朗的光學3D腹腔鏡系統、最具自我修復力的汽車輪胎——米芝蓮輪胎智能自修復方案……走進今年的進博會，這些全球首發、亞洲首秀、中國首展的新產品、新技術、新服務讓人耳目一新。

孔福安介紹，在各國參展企業中，日本參展企業數量最多，美國企業展覽總面積最大。全球各國企業積極參展，有的不遠萬里，歷經多次輾轉；有的克服疫情影響，即便隔離多日，也要前來赴約，「這充分說明世界各國企業充分認可進博會的重要平台作用，充分看好中國市場的巨大潛力。」

此外，配套活動是本屆進博會的重要內容和突出亮點之一。孔福安介紹，截至11月7日，進博會已舉辦包括政策解讀、

對接簽約、投資促進、研究發布等6大類82場配套活動。進博會搭橋，來自全球的商業夥伴在這裏尋找合作新機遇。

## 強生在華拓全球高端產業鏈

強生全球資深副總裁、中國區主席宋為群在第三屆進博會期間表示，中國在強生全球版圖中越發重要，強生將繼續把中國作為創新增長點，加強在華本土創新力量。

宋為群表示，去年10月強生全球執行委員會已在北京宣布了中國「創新+發展」的雙引擎戰略，計劃和中國政府、行業企業、醫療機構、科研單位等廣泛開展合作。他說，中國是強生除了美國之外，第一個每個板塊都有「端到端」研發能力的市場，在中國有700多位頂級科學家和工程師。強生在華研發中心不僅是「在中國為中國」，更是「在中國為全球」。

此外，強生還將繼續加強在華高端製造能力。目前，強生已在西安和蘇州建設了生產基地。這不僅是為中國本土市場做好保障，而是要把整個中國變成強生全球高端產業鏈和供應網絡的一部分。