



### 第四届中国国际进口博览会



# “G60星链”计划目标:星辰大海

## 长三角G60科创走廊九城连续4年共赴“四叶草”之约



长三角G60科创走廊科技成果转化基金诞生,总规模不少于100亿元;九城市企业采购联盟组团“买买买”,现场签约的意向采购金额达5.39亿美元;“G60星链”计划发布,目标是“星辰大海”……11月8日,在第四届进博会期间,长三角G60科创走廊高质量发展要素对接大会在中国国家会展中心(上海)召开。

连续4年,九城共赴“四叶草”之约,面向世界,宣告更高水平开放、更高质量发展信心。

### 百亿基金 助推成果转化

基金总规模不少于100亿元,首期20亿元,其中50%份额投向战略性新兴产业的中早期项目……会上,长三角G60科创走廊科技成果转化基金发布,加速科技成果向现实生产力转化。

这是在中国科技部指导下,由长三角G60科创走廊联席办牵头,会同九城市人民政府共同出资,并引入社会资本联合发起设立的专项

基金。“目前有不少产业基金是投向中后期的,相对来说盈利更容易、风险相对较小。不同于其他基金,我们搭建的这个平台兼顾盈利性和公益性。”长三角G60联席会议办公室副主任、松江区科委发展办副主任贾占峰介绍,基金50%的份额将重点投向九城市集成电路、生物医药、人工智能等七大战略性新兴产业的中早期项目,帮助中小企业更好地度过孵化成长期,也将带动更多社会资本投入科技创新。

以“科创”为名,长三角已经有一系列协同布局。上海市科学技术委员会副主任陆敏告诉记者,一市三省科技部门一起作了不少制度方面的设计。“比如资源充分共享方面,目前在长三角的资源共享平台上,一共集聚了22个大型科学设施,还有超过36000台(套)科研仪器,集结的科技人才已经超过20万人。”

### 强链补链 成立协作联盟

“星辰大海,我们来了!”大会上,“G60星链”计划正式发布。着眼全球新一代卫星通信技术,今年8月4日,“G60号”“松江号”卫星已成功发射,松江率先布局“天地一体、

万物互联”卫星互联网产业,规划建设“G60星链产业园”。

“这些卫星可以理解为天上的基站。这个产业链的想象空间很大。”松江区科委副主任肖扬说,现在松江已完成试飞阶段,各方面参数都比较好,明年将做一些商业发射,陆续组网。“这次在进博会上开要素对接大会,我们希望邀请长三角以及全国范围乃至国际合作伙伴共同参与星链计划。”

目前,作为“松江G60科创走廊数字经济创新型产业集群”重点工程,卫星互联网产业已获批中国科技部申报创新型产业集群试点立项。未来,九城市将积极推动技术联合攻关,产业链上下游衔接,市场与应用开发创新协同,合力打造以“G60星链”为龙头的卫星互联网集群。

### 区域联动 注入创新动能

今年是长三角一体化发展上升为国家战略三周年,也是长三角G60科创走廊启动建设五周年。自2018年首届进博会以来,着眼高水平协同开放,G60科创走廊已经连续4年在进博会主会场举办面向国内外的要素对接大会。

本次大会上,一批进博会联合采购、龙头企业推动跨区域合作、重大战

略协同项目集中签约。《长三角G60科创走廊“十四五”先进制造业产业协同发展规划》《长三角G60科创走廊打造具有国际影响力的科创走廊和我国重要创新策源地指标体系》等重磅文件相继发布,持续赋能长三角地区全球资源配置能力和辐射带动全国发展能力。

瞄准国际先进产业体系,《发展规划》着眼“强化区域联动发展,共同打造世界级产业集群”,聚焦集成电路、生物医药、民用航空、数字经济、未来科技五大先导产业,勾勒了产业链贯通、价值链互补、供应链对接、数据链共享、创新链整合“五链协同”路径,为推动长三角G60科创走廊先进制造业全面协同发展制定了“施工图”。

如今的长三角G60科创走廊已经从基层生动实践上升为国家战略重要平台,含“金”量、含“新”量明显增强。数据显示,今年1-9月,九城市地区生产总值5467亿元,同比增长109%。作为长三角G60科创走廊策源地的松江,地方财政收入已实现连续70个月正增长。松江区委书记程向民用三个“变”阐述九城协同创新发展的未来愿景:“催生产业经济化茧为蝶的高质量发展蝶变,催化长三角创新要素集聚聚变,激发产业链新动能加速裂变。” 杨洁



中国国际进口博览会

4.61亿美元大单,同比增长近四成!8日,第四届进博会杨浦交易分团集中签约仪式在国家会展中心(上海)举行。

# 4.61 亿美元大单!

## 杨浦交易分团集中签约

卜蜂进出口贸易、汉高中国、欧坚集团、奥兰酒业、杨浦区中心医院等重点采购商签下意向采购订单,涉及多品类商品。其中,泰国正大集团的多品种植物基人造肉、奥兰小红帽全新N系列葡萄酒为进博会新品首发,德国汉高的施华蔻护理系列、妙力多效洁厕魔力球、绮纺焕新修护洗衣凝乳等家清洗护系列,则展示了其创新产品和解决方案。欧坚集团的一站式跨境供应链综合服务平台云贸通,让各企业紧密合作,将进博会最新最好的产品和服务用尽可能快的速度带给中国消费者,带给杨浦人民。 孙云

上海国资分团意向采购金额达30.8亿美元

## 11个项目集中签约

第四届中国国际进口博览会上海交易团国资分团近日在进博会现场举行集中签约仪式。上实集团、上海电气、隧道股份、光明食品集团、东方国际、百联集团、华谊集团、东浩兰生集团、绿地集团等9家企业集团的11个项目集中签约,涉交易金额39.5亿元。截至目前,上海国资分团已达成意向采购订单114笔,涉及金额30.8亿美元。

东方国际(集团)有限公司董事长童继生介绍说,通过进博会,民族品牌更好地走向世界。“通过跨境电商,老字号‘三枪’进入了62个国家和地区,其中在美国的销量第一,在此前不可想象。”

东浩兰生集团副总裁华慰介绍说,首届进博会上,东浩兰生集团与巴布亚新几内亚签署5000万元的咖啡和茶采购大单,而在第四届进博会,东浩兰生与法国路易达孚集团签下1亿美元的咖啡豆战略采购合作意向。“从5000万元到1亿美元,进博会对我们贸易升级起到了非常大的促进作用。” 叶薇

美国恩艾仪器与上海张江集团签署合作协议

## 让张江创新雨林更繁茂

美国恩艾仪器(NI)与上海张江(集团)有限公司战略合作协议签约仪式在第四届进博会现场举行。

双方建立战略合作联盟后,将依托张江科学城的创新生态资源和美国恩艾仪器世界领先的基础测试开放平台,赋能全球顶尖的科学家和工程师扎根张江做好科研,携手促进上海浦东新区科技创新生态的高质量发展,协同推动全球科技创新合作。联盟首期将聚焦深化人才培养和加速赋能硬科技“小巨人”企业两大方向,增强技术赋能合作。 宋宁华

## 冰雪嘉年华首秀进博会

在刚结束的本届进博会上,一个白雪皑皑、晶莹剔透的嘉年华很受海内外参展商和采购商关注。

谁都没想到,在上海的秋天就能提前感受北京2022年冬奥会的风采——在进博会举办的“燃情冬奥·中银冰雪嘉年华”,正是中国银行的创新之举。

本次嘉年华是中国银行践行“融通世界,造福社会”的具体举措,旨在借进博会“朋友圈”的广阔平台助力冬奥会宣传,以实际行动推动体育运动与进博会深度融合,既为本届展会增添新亮点与新热度,也让海内外参展商和采购商感受中国体育魅力。

位于国家会展中心(上海)北登

录厅南部的“燃情冬奥·中银冰雪嘉年华”,面积约1200平方米,采用开放式设计,营造出冰天雪地的沉浸式体验环境。

整个嘉年华以“参与、互动、体验”为核心,以“联合、融合、结合”为宗旨,打造“乐”健康运动、“享”数字生活、“奇”智慧科技、“遇”卓越服务四大区域,分别设置中银冰雪互动区、中银数字体验区、中银文化交流区和中银金融展示区,共涵盖18个体验活动。

此外,嘉年华还配套设置了丰富多彩的地图打卡和新颖有趣的互动环节,使进博会的光彩与冬奥会的魅力交相辉映。

解芳



观众在现场体验VR滑雪机

陈梦泽 摄

上海交易团大型零售采购商联盟“牵手”全球展商

## 组团“扫货” 36个项目现场签约

推动展品变商品,在第四届进博会上,一场又一场的集中签约在国家会展中心(上海)举行,带来握手成交的好消息。

记者从上海交易团大型零售采购商联盟集中采购签约活动上获悉,第四届进博会期间,采购商联盟的成员企业与世界各地的参展商、品牌商洽谈推进了49个采购项目,意向签约金额合计19.68亿元,其中36个项目在现场集中签约。

上海经济外向度高,进口贸易位居全国各大城市首位,是全国最大的消费品进口集散地。借助进博会的平台,上海交易团积极扩大进口,进一步放大进博会的溢出带动效应,推动更多的优质商品以上海为基础辐射长三角。

在本次签约活动中,百联集团签约项目33个,签约总额达11.57亿元人民币,意向采购金额较去年同比上升超过10%。百联集团总裁濮

绍华表示,作为大型零售采购商联盟理事长单位,百联集团积极发挥全品类、全业态、全渠道优势,会同联盟成员单位形成更大合力,借助进博会的大平台,将大量海外特色优质商品带给中国消费者,为上海国际消费中心城市建设助力添翼。

百联集团旗下联华股份与来自新西兰、丹麦、马来西亚、俄罗斯等国家的6家知名企业及商贸公司签约,涉及乳品、休闲食品、冲饮、家庭清洁等在内的8大品类。百联股份与欧莱雅中国签订了战略联盟采购合作意向书,将更多优质护肤及美妆产品引入中国市场。百联优安作为进口食品供应链集成服务平台,与法国拉菲、智利蓝宝堂、德国汉凯菲斯奈特、法国吉哈伯通、法国歌碧、

法国吉娜斯、阿根廷FRIAR、巴西Estrela、马来西亚水产等13家企业进行了集中签约。

绿地全球商品贸易港集团则分别与瑞典、俄罗斯、智利、新西兰等国的企业达成采购签约,下单包括蜂蜜、肉丸、红酒、巧克力等商品,累计采购金4000万美元,目前大部分商品已在进博会常年交易服务平台“绿地全球商品贸易港”上架,实现“展品变商品”。绿地集团总裁助理薛迎杰说:“进博会举办到第四届,

我们明显感受到海外供应商更积极地迎合中国市场的需求,针对中国消费者的口味、审美和喜好,重新设计他们的产品。因此今年我们采购的商品除了在品类上更加丰富,也更能满足本土化需求,做到‘Made for China’。”

光明食品集团也积极参与此次签约活动,光明地产下属上海海博供应链与宾三得利洋酒、百加得达成采购合作意向,光明乳业下属光明牧业与嘉吉达成采购合作意向。 张钰芸



进博会为采购商与参展商、品牌商搭起洽谈平台 刘歆 摄