



汽车、智能及高端装备、消费电子及家电、服装服饰及日用消费品、医疗器械及医药保健、食品及农产品七大展区。其中，首次进入中国的展品就达 5000 余件，更有不少新品是全球首发。

例如，在本次进博会的“网红展区”食品及农产品展区，就汇聚来自 100 多个国家的近两千家企业，全球新品争相亮相：新西兰纽仕兰 A2 β 酪蛋白儿童纯牛奶、韩国必品阁用微波炉加热的即食饺子、加拿大北纬五十度的生态枫树叶汁、意大利翡丽百瑞最新特级初榨橄榄油、法国达能为纪念第一罐酸奶推出的 1919 系列酸奶……带来一场色香味俱全的饕餮盛宴。

这无疑“是买手福音”，家门口的“新品发布会”，帮“超级买手”节省了不少时间和成本。东方购物副总裁李卉蓉表示，平台正积极拓展健康、有机的进口食品，已与前来参会的多家境外参展机构取得联系，他们带来了大量中小企业资源，很多还是当地细分领域的“冠军”。“过去，我们需要跑到全世界去寻找产品，借助进博会，可以精准对接，加快

速度，提高效率。”

一张“天罗地网”已经织就，将等着将全球优质商品收入囊中。由 1.8 万家单位、15 万采购者组成的上海交易团，早在今年 6 月就组建起四大采购商联盟，跨境进口电商联盟成员、海外购物平台洋码头计划，在进博会上采购约计 1 亿元的商品，这些新品牌、新商品预计在明年 2 月上架。

等待时间太久？别急，展会场馆内还设立了跨境电商服务专区，这些“超级买手”将打造线上直销平台，进博会上的一些“潮品”，在“双十一”就将重磅上线。不少展品将在展后引入与国家会展中心“一街之隔”的“绿地全球商品贸易港”，真正实现“展品变商品”，走进更多中国家庭。

寻找新技术

除了看得见、摸得着的消费品，地方交易团及央企交易团也瞄准了新技术和新设备：高端医疗器械助力患者康复，先进工业装备提升产业能级，全新服贸方案促进互联互通……这些“洋货”将在不久的将来，以另一种形式进入我们的日常，改善我们的生活。

来自斯洛伐克“会飞的汽车”、宝马 7 系 L4 级自动驾驶测试车……本次进博会汽车展区被誉为“全明星”阵容，共有来自 17 个国家和地区的近 70 家车企参展，超过 30 家是世界 500 强和行业龙头，覆盖品牌整车、汽车零部件等企业，将集中展示全球汽车领域的前沿技术。

“平时哪有机会经常出国交流？这次进博会，帮我们把行业大咖都请来了！”央企交易团之一、东风汽车集团有限公司交易分团副团长魏文清感叹。东风公司交易分团成员覆盖集团总部和 20 多个下属公司，涉及采购、技术和研发等多个部门。

本次进博会汽车展区被誉为“全明星”阵容。

