

斯里兰卡国家馆 进博会直播间



图为斯里兰卡国家馆进博会直播活动

东方国际贸易总部 OIH TRADE & SUPPLY CHAIN

图为东方国际(集团)有限公司总裁季胜君(中)出席东方国际贸易总部活动。



从无到有勇于探索 进博会“6+365”主平台跑出新模式

朱菁 徐丹

编者按:在进博会成功举办6届、虹桥国际中央商务区建设3周年之际,一栋以“海丝虹印”为灵感的全新展馆翩然停靠在虹桥机场T2航站楼旁。这也意味着始建于2018年、总占地面积66万平方米、集保税物流和展示展销等功能于一体的进博会“6+365”主平台载体全面落成。

五年来,平台累计服务600多家进博展商,引进商品8万余种,吸引与集聚的国际贸易企业2000余家,平台设立之初被寄予厚望的“展品变商品、展商变投资商”的宏伟设想正在被逐一实践、变为现实。

从无到有 探索进博会溢出效应主平台六大模式

正如进博会作为全球首创的进口主题大型国家级展会,虹桥进口商品展示交易中心(以下简称“虹桥品汇”)的设立也是专业承接展会溢出效应平台的一次创举。与上海市其他承接进博溢出效应的“6+365”平台不同,虹桥品汇从载体到运营模式都是从零开始新建,并需要在实践中不断摸索出既承载国家重要战略,又能满足国内外不同贸易主体需求、能够在市场化环境中生存下去的盈利模式。

尽管没有成功经验可循,但虹桥品汇人不断解放思想,勇于创新,目前已经通过实践总结出园区经济、总部经济、保税经济、直播经济、专业平台经济和活动经济的六大模式,以此作为支撑平台运营发展的六大支柱。

肩负着实现展商变投资商这一设想的重要任务,吸引和集聚国际贸易企业并提供相应配套服务是虹桥品汇的重要使命。2023年园区招引企业数和销售收入实现双增长,其中销售收入同比增加40亿元,增长122%;招引企业中亿元以上企业12家,其中不乏链接者集团、韩国三养等行业龙头和知名企业。2021年,东方国际集团贸易总部旗下6家二级子公司入驻虹桥品汇,其中商业公司、康健公司被认定为虹桥国际中央商务区贸易型总部企业。

虹桥商务区保税物流中心是进博会的重要配套项目,建筑面积5.1万平方米,包含两个仓库,莘庄海关驻场提供服务,目前保税物流中心不仅成为进博展商提供便利的“前哨阵地”,更已成为辐射长三角的重要进口商品集散地。2023年,园区进出口额27.6亿,同比增长65.2%。尤其跨境电商进口业务增速明显,销售金额和销售总单量均排名全市第一,占比达50%。

五年来,经过各方努力,平台已实现交易额170亿元,除此以外,虹桥品汇还积极探索新型配套服务模式,为展商和投资商深入中国市场提前谋划、铺路布局。

第五十二次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2023年6月,我国网络直播用户规模达7.65亿人,直播经济已经成为电商销售渠道中一股不容忽视的生力军。虹桥品汇从2022年即引入专业直播合作方,并成为上海市首批直播电商示范基地。不仅如此,随着越来越多的国家展商入驻,很多“洋面孔”来到虹桥品汇直播基地,为自己的家乡和产品代言,其中不乏外国驻沪总领事等高级别外交官。

专业平台经济也是虹桥品汇在实践中探索出的新平台集聚模式,目前已成功打造进博好物购集、虹桥国际咖啡港和虹桥国际酒窖三大品类,不仅积极拓展销售渠道,为人驻企业带来实惠,更注重从“人”“货”“场”等行业生态入手,全方位助推行业发展,以期真正将进博会的溢出效应落到实处。目前进博好物购集累计汇集了来自108个国家(地区)的6000多个品牌,80000多款进博同款商品,其中包括52个“一带一路”国家的30000多种商品,充分实现进博会展品变商品,与此同时,不少展商还将进博首秀的产品在购集同步销售,第一时间就可以与消费者见面。为了帮助展商快速拓展至全国渠道,平台目前已经在全国开设23家分中心,其中20家落地在长三角地区,真正成为进博会溢出效应辐射长三角地区的桥头堡。

虹桥国际咖啡港是虹桥品汇自2021年开始打造的产业集聚平台,目前在行业内已经初具影响力。针对咖啡产业的特性和市场需求,虹桥国际咖啡港从创建之初就确定了人货场结合的行业生态打造方式,致力于成为集标准制定、职业认证、贸易促进、集成供给于一体的贸易促进中心、人才培训中心和文化交流中心。平台参与编制了《咖啡师国家职业技能标准》,并专门成立了上海虹桥品汇咖啡有限公司,经上海市人社局审核备案,成为上海市咖啡师职业社会评价唯一官方考证机构。考证中心自2023年10月开考以来,已有1000余名考生拿到了咖啡师从业资格证书。虹桥国际咖啡港同时也是今年一度的上海国际咖啡文化节和虹桥国际咖啡文化节产业端活动的承办方,2023年牵头发布的《中国城市咖啡发展报告》在行业内引起巨大反响,同时还承办了咖啡产业高峰论坛,邀约到来自麦咖啡、Tims等20多家咖啡头部企业和新锐品牌的创始人、高管齐聚一堂,展现出了强大的行业号召力和公信力。目前平台已引进58个国家的咖啡产品、16个国家的精品咖啡豆和20余家咖啡上下游产业链企业,带动贸易额超30亿元。不仅如此,平台还主动承担社会责任,作为沪滇帮扶的急先锋大力为云南咖啡种植户代言推广,多次举办云南咖啡的推广活动,带动云南咖啡豆采购超过6000万元。

另一专业平台虹桥国际酒窖也是西上海最大的专业进口酒类集散平台,汇集了来自全球46个国家和地区,超1500个品牌的5000余款酒饮及周边产品,从知名品牌到巨无霸贸易商,平台集中保税物流、下沉渠道以及各类政府补贴优势,为人驻企业创造便利,同时定期举办酒类商贾对接会、品鉴会、消费者市集等多种形式的酒窖商户招揽人气和商气。

活动经济是平台创立之初即着手实践,为平台扩大影响力,为人驻商户赋能的一种模式。从2023年起,平台更是创造性地将活动经济列为平台盈利模式之一,通过做优活动策划能力,做强活动执行能力,做实商贾对接能力,为各类机构、企业提供活动平台、商贾对接以及各类展览展示等形式活动,共举办活动101场次,其中市区委办对接的高能级活动42场,行业活动24场,消费体验活动35场,并通过创新各类盈利模式基本实现了活动全成本覆盖,为平台运营提供了底气,也带来了商气和人气。

先行先试 从制度到模式全面创新

尽管依托于进博会的大平台,虹桥品汇并没有“等”“靠”“要”,而是主动出击,结合虹桥中央商务区管委会及属地政府的各项优惠政策,广泛接触企业,靠前服务。2023年平台招商增量主要来源于社会招商,同时还为进博会输送了7名展商。公司还利用两级政府资源以及充分发挥股东朋友圈作用,通过举办“BOSS沙龙”“出版‘商情分享’”等形式,平台商务交流活动号召力持续加强,吸引顶尖企业陆续入驻,亿元级企业招商实现突破。

在保税物流中心的建设上,虹桥品汇也主动作为,借助保税展示交易为特色的创新项目,自营年进出口额达到3.8亿。2023年,虹桥品汇还主动承担市商委RCEP企业服务项目,全年提供专业化培训服务13场,一站式信息咨询20次,国际化专业服务10场,累计参与企业500多家,邀请到的服务专家来自海关、贸促会、金融机构、纳税服务中心、数字化服务企业、跨境电商平台等多个机构,结合不同国别、贸易热点问题和不同行业,抓住进博会、丝路电商等重大战略契机,为企业提供干货满满的实务指导,受到了与会企业的一致好评。

作为既有显现度又能为企业带来实效的场所,虹桥品汇已经成为上海各委办场所系列高能级活动的首选地,并形成了行业特色活动和消费体验类活动集聚的特色。截至目前,虹桥品汇每年都会有固定主题的品牌活动在场地举办,包括进博会展前对接会、倒计时、溢出效应发布等系列活动,上海国际友城港系列文化、商贸交流活动,长三角一体化系列交流活动以及上海国际咖啡文化节、五五购物节等各种类型、极具影响力的活动等,合作的各级政府委办数十家,各类商协会、贸易联盟也经常是活动的主角之一。最难能可贵的是,虹桥品汇主动从活动价值赋能出发,向市场要效益,积极实践,目前已经基本能覆盖活动成本,真正做到了社会价值和经济效益的统一。

在平台经济方面,第四大平台也呼之欲出。“虹桥品汇国际机车世界”作为B栋招商首发项目,2023年已招募10多个国际一线品牌,同时发挥平台优势,结合上海市建设国际消费中心城市和国际贸易中心城市的需求以及大排量进口摩托车行业遇到的实际问题向政府建言献策。与此同时,还主动加入摩托车协会,并借助协会与闵行区政府的力量,共同召开了两场招商会,促成了进博期间虹桥品汇国际机车车展的落地,同时举办了数场摩托车车友会,活动现场即促成了消费和成交。

作为优势品类集聚平台,虹桥国际咖啡港在人才高地打造上,不仅积极推动国内咖啡师职业认证,还与国际认证机构构建链接,积极借鉴成熟经验;通过全年20余场高能级活动在行业内的影响力与日俱增,与云南、海南、昆山等咖啡一二产优势地区形成良好合作关系,洪都拉斯、危地马拉、老挝、哥伦比亚等咖啡主产国代表也慕名而来。平台还提出“百商万店”计划,积极探索产业化路径,走通了企业定制、一站式服务方案输出及自有品牌商品采购等多种模式的业务。

凭着先行先试,不断实践的勇气,虹桥品汇的影响也日益增强。第六届进博会前,上海成为全国首个“丝路电商”合作先行区,虹桥品汇成为其中重要载体平台,承担辐射引领功能。在此之前,虹桥品汇在承接进博会溢出效应、长三角一体化和建设国家级进口贸易创新示范区等多项重大战略中均作为各项制度的承接和试点平台。平台承接国家战略的成果广受关注,吸引了各级各类媒体的持续关注,2023年共有34家媒体采访企业并发表文章850篇(不含转载),接待了“高质量发展调研行”央媒采访团、“虹桥商务区丝路电商三年行动规划媒体通气会”、洪都拉斯媒体团等集中采访。平台还成为了名副其实的国际国内交流中心。2023年仅外事就接待了19国驻沪总领馆、超30家海外商协会等团组82场次;还接待外省市考察团103场次;接待本市各委办和行业协会24批次等。

作为优势品类集聚平台,虹桥国际咖啡港在人才高地打造上,不仅积极推动国内咖啡师职业认证,还与国际认证机构构建链接,积极借鉴成熟经验;通过全年20余场高能级活动在行业内的影响力与日俱增,与云南、海南、昆山等咖啡一二产优势地区形成良好合作关系,洪都拉斯、危地马拉、老挝、哥伦比亚等咖啡主产国代表也慕名而来。平台还提出“百商万店”计划,积极探索产业化路径,走通了企业定制、一站式服务方案输出及自有品牌商品采购等多种模式的业务。

凭着先行先试,不断实践的勇气,虹桥品汇的影响也日益增强。第六届进博会前,上海成为全国首个“丝路电商”合作先行区,虹桥品汇成为其中重要载体平台,承担辐射引领功能。在此之前,虹桥品汇在承接进博会溢出效应、长三角一体化和建设国家级进口贸易创新示范区等多项重大战略中均作为各项制度的承接和试点平台。平台承接国家战略的成果广受关注,吸引了各级各类媒体的持续关注,2023年共有34家媒体采访企业并发表文章850篇(不含转载),接待了“高质量发展调研行”央媒采访团、“虹桥商务区丝路电商三年行动规划媒体通气会”、洪都拉斯媒体团等集中采访。平台还成为了名副其实的国际国内交流中心。2023年仅外事就接待了19国驻沪总领馆、超30家海外商协会等团组82场次;还接待外省市考察团103场次;接待本市各委办和行业协会24批次等。

作为优势品类集聚平台,虹桥国际咖啡港在人才高地打造上,不仅积极推动国内咖啡师职业认证,还与国际认证机构构建链接,积极借鉴成熟经验;通过全年20余场高能级活动在行业内的影响力与日俱增,与云南、海南、昆山等咖啡一二产优势地区形成良好合作关系,洪都拉斯、危地马拉、老挝、哥伦比亚等咖啡主产国代表也慕名而来。平台还提出“百商万店”计划,积极探索产业化路径,走通了企业定制、一站式服务方案输出及自有品牌商品采购等多种模式的业务。

凭着先行先试,不断实践的勇气,虹桥品汇的影响也日益增强。第六届进博会前,上海成为全国首个“丝路电商”合作先行区,虹桥品汇成为其中重要载体平台,承担辐射引领功能。在此之前,虹桥品汇在承接进博会溢出效应、长三角一体化和建设国家级进口贸易创新示范区等多项重大战略中均作为各项制度的承接和试点平台。平台承接国家战略的成果广受关注,吸引了各级各类媒体的持续关注,2023年共有34家媒体采访企业并发表文章850篇(不含转载),接待了“高质量发展调研行”央媒采访团、“虹桥商务区丝路电商三年行动规划媒体通气会”、洪都拉斯媒体团等集中采访。平台还成为了名副其实的国际国内交流中心。2023年仅外事就接待了19国驻沪总领馆、超30家海外商协会等团组82场次;还接待外省市考察团103场次;接待本市各委办和行业协会24批次等。

作为优势品类集聚平台,虹桥国际咖啡港在人才高地打造上,不仅积极推动国内咖啡师职业认证,还与国际认证机构构建链接,积极借鉴成熟经验;通过全年20余场高能级活动在行业内的影响力与日俱增,与云南、海南、昆山等咖啡一二产优势地区形成良好合作关系,洪都拉斯、危地马拉、老挝、哥伦比亚等咖啡主产国代表也慕名而来。平台还提出“百商万店”计划,积极探索产业化路径,走通了企业定制、一站式服务方案输出及自有品牌商品采购等多种模式的业务。

凭着先行先试,不断实践的勇气,虹桥品汇的影响也日益增强。第六届进博会前,上海成为全国首个“丝路电商”合作先行区,虹桥品汇成为其中重要载体平台,承担辐射引领功能。在此之前,虹桥品汇在承接进博会溢出效应、长三角一体化和建设国家级进口贸易创新示范区等多项重大战略中均作为各项制度的承接和试点平台。平台承接国家战略的成果广受关注,吸引了各级各类媒体的持续关注,2023年共有34家媒体采访企业并发表文章850篇(不含转载),接待了“高质量发展调研行”央媒采访团、“虹桥商务区丝路电商三年行动规划媒体通气会”、洪都拉斯媒体团等集中采访。平台还成为了名副其实的国际国内交流中心。2023年仅外事就接待了19国驻沪总领馆、超30家海外商协会等团组82场次;还接待外省市考察团103场次;接待本市各委办和行业协会24批次等。

作为优势品类集聚平台,虹桥国际咖啡港在人才高地打造上,不仅积极推动国内咖啡师职业认证,还与国际认证机构构建链接,积极借鉴成熟经验;通过全年20余场高能级活动在行业内的影响力与日俱增,与云南、海南、昆山等咖啡一二产优势地区形成良好合作关系,洪都拉斯、危地马拉、老挝、哥伦比亚等咖啡主产国代表也慕名而来。平台还提出“百商万店”计划,积极探索产业化路径,走通了企业定制、一站式服务方案输出及自有品牌商品采购等多种模式的业务。

凭着先行先试,不断实践的勇气,虹桥品汇的影响也日益增强。第六届进博会前,上海成为全国首个“丝路电商”合作先行区,虹桥品汇成为其中重要载体平台,承担辐射引领功能。在此之前,虹桥品汇在承接进博会溢出效应、长三角一体化和建设国家级进口贸易创新示范区等多项重大战略中均作为各项制度的承接和试点平台。平台承接国家战略的成果广受关注,吸引了各级各类媒体的持续关注,2023年共有34家媒体采访企业并发表文章850篇(不含转载),接待了“高质量发展调研行”央媒采访团、“虹桥商务区丝路电商三年行动规划媒体通气会”、洪都拉斯媒体团等集中采访。平台还成为了名副其实的国际国内交流中心。2023年仅外事就接待了19国驻沪总领馆、超30家海外商协会等团组82场次;还接待外省市考察团103场次;接待本市各委办和行业协会24批次等。

作为优势品类集聚平台,虹桥国际咖啡港在人才高地打造上,不仅积极推动国内咖啡师职业认证,还与国际认证机构构建链接,积极借鉴成熟经验;通过全年20余场高能级活动在行业内的影响力与日俱增,与云南、海南、昆山等咖啡一二产优势地区形成良好合作关系,洪都拉斯、危地马拉、老挝、哥伦比亚等咖啡主产国代表也慕名而来。平台还提出“百商万店”计划,积极探索产业化路径,走通了企业定制、一站式服务方案输出及自有品牌商品采购等多种模式的业务。

凭着先行先试,不断实践的勇气,虹桥品汇的影响也日益增强。第六届进博会前,上海成为全国首个“丝路电商”合作先行区,虹桥品汇成为其中重要载体平台,承担辐射引领功能。在此之前,虹桥品汇在承接进博会溢出效应、长三角一体化和建设国家级进口贸易创新示范区等多项重大战略中均作为各项制度的承接和试点平台。平台承接国家战略的成果广受关注,吸引了各级各类媒体的持续关注,2023年共有34家媒体采访企业并发表文章850篇(不含转载),接待了“高质量发展调研行”央媒采访团、“虹桥商务区丝路电商三年行动规划媒体通气会”、洪都拉斯媒体团等集中采访。平台还成为了名副其实的国际国内交流中心。2023年仅外事就接待了19国驻沪总领馆、超30家海外商协会等团组82场次;还接待外省市考察团103场次;接待本市各委办和行业协会24批次等。

在“丝路电商”先行区建设方面,虹桥品汇将打造线上线下八大平台。以人文交流为特色,以产业发展为核心,以贸易促进为支撑,依托“上海国际友城港”“虹桥品汇直播基地”,搭建“1+3+4”8大平台,即1个国际人文交流平台(人文经贸结合的国际人文交流平台)、3个商品贸易促进平台(批发零售结合的常年展销平台、进出口结合的直播电商平台、线上线下结合的交易服务平台)、4个跨境贸易服务平台(物贸结合的供应链服务平台、金融贸易结合的跨境结算平台、教学实训结合的人才培养平台、商品贸易和服务贸易结合的数字技术应用平台)。年内完成平台基础建设,形成线上线下的平台功能、磁场功能、秀场功能,实现人文交流、

贸易互通、利益共享,体现辐射引领功能。围绕“五个中心”建设,打造国际贸易中心新平台;联动金融数字经济,打造新质生产力产业平台。2024年,虹桥品汇将加强与国际经济、金融、航运、科创中心的联动与协同,特别是研究通过金融、科创壮大新动能,打造“线上品汇”,加速形成新质生产力。规划和建设虹桥国际咖啡港生产性互联网服务平台,实现百家“从种子到杯子”的咖啡全产业链企业及人货场上线。探索以数据为关键生产要素,在全产业链中形成深度协作的网络,助力咖啡生产、流通、配套服务等供应链高效融合,推动形成需求牵引供给、供给创造需求的行业辐射和带动力,大幅提升虹桥国际咖啡港的发展能级。

平台始终牢记服务赋能的本质,以赋能优势为突破强化服务盈利能力。以保税经济为突破点,实现贸易模式创新;以渠道经济为着力点,实现贸易能级提升;以活动经济为优势点,实现贸易生态繁荣;以物业经济为增长点,实现贸易服务提质;以政策经济为支撑点,实现贸易企业集聚。

2024年是承上启下的关键一年,战略机遇与风险挑战并存。虹桥品汇将以积极作为之“进”促平台功能之“稳”;以转型提质之“进”促平台发展之“稳”;以内部管理之“进”促平台基础之“稳”,锚定目标,奋力一跳,做出更大贡献。

本文图片由上海虹桥国际进口商品展销有限公司提供

图为进博好物购集

图为虹桥国际咖啡港

图为虹桥商务区保税物流中心

图为进博好物购集

图为虹桥国际咖啡港

图为虹桥商务区保税物流中心

图为进博好物购集

图为虹桥国际咖啡港

图为虹桥商务区保税物流中心

图为进博好物购集

图为虹桥国际咖啡港