

进博会创新孵化专区规模再创新高 助力全球初创企业开拓中国市场

证券时报记者 王一鸣

中国国际进口博览会(简称“进博会”)不止是全球500强、跨国大公司的平台,创新孵化专区(简称“专区”)自2021年首次设立以来,着力打造开放式、多元化、可持续的创新孵化生态体系,为全球初创企业和人才开拓中国市场提供科技创新资源与合作机遇。

数据显示,该专区已累计展示超1000项创新成果,目前,专区已是进博会最具成长性的亮点板块之一。

证券时报记者现场了解到,第八届进博会创新孵化专区实现飞跃式发展,规模创历史新高,共汇聚超过500个项目,展览面积首次突破5000平方米,项目数较首届增长超过7倍,年均增长项目数超100个。同时,专区的合作网络实现从“零的突破”到“多元汇聚”的跨越。

老朋友们收获颇丰

在这里,海外中小微企业在华发展进程加速。从展品到商品,进博会的溢出效应让创新孵化专区的中小微科技公司看见了中国市场的巨大机遇。

来自加拿大的超凡医疗已是连续第四年进驻创新孵化专区。该公司致力于开发创新的可穿戴健康产品,拥有全球70多项专利;公司旗下舒乐定品牌的防吐手环、头痛贴、减脂手环、电子咖啡手环等产品获得多个国家医疗认证。

超凡医疗运营总监徐浩杰向证券时报记者介绍,上述相关产品曾在进博会获得最具市场潜力奖,并获诸多媒体测评报道。从首次参展至今的四年内,公司在国内的年销售额由零起步,如今跃升至2000多万元。

除了产品展示,该公司今年带来了三个在国内落地后有临床试验结果的产品,实验结果为全球首发。例如,舒乐定ObeEnd是全球首款靶向神经调控技术的减重产品,通过进博会在中国完成科研创新,在嘉兴第一医院完成临床试验,显著降低了使用者的BMI(身体质量指数)。

“医疗消费电子赛道很大,借本次进博会,我们也希望和同行们多多交流、学习。”徐浩杰说。

英国的拜朗科技去年通过英国EGG孵化组织参展后亦收获颇丰,公司产品主要可

应用于通信(5G基站、数据中心)、工业储能等领域,可填补非集中式热能场景节能技术应用空白。

“去年我们的产品还处于实验室阶段,今年带来了成品(协同热交换器、智能相变蓄冷缓冲柜等)。通过进博会这一桥梁,我们一年来有幸参与了陕西、青海等多个通信基站的实测,在昼夜温差较大的情况下,拜朗产品平均可为基站机房节能30%,投资回报周期约2年,目前已收获了数百万元的订单量。”拜朗科技首席运营官曹道帆告诉证券时报记者。

“生成式人工智能(AIGC)时代,中国是重要的主导力量,对5G基站、数据中心的需求激增,通过储能的方式,让数字经济发展的成本更低,将会是推动绿色化、智能化、低碳化的重要举措。”曹道帆展望产业趋势时表示。

新产品接连亮相

除了老朋友,专区不乏新产品和新面孔。例如,加拿大可立克魔科技公司今年带来了一款最新研发的家庭陪伴机器人ClickCopilot,吸引了不少参观者驻足、体验。

该机器人体型小巧,长30厘米、宽24厘米、高25厘米,重量约6公斤。与多数人工智能(AI)产品为静态及需被“唤醒”不同,Click-Copilot可在空间内自主移动,并主动寻找用户进行交流和监测。

“该机器人利用AI大模型和具身智能Robot的技术,主要面向银发经济和老年人的情感陪伴、安全监护等需求;例如,观察到老人久坐后,可提示老人站起运动。在夜间,也可监测用户是否有跌倒等意外情况并远程与子女联络。产品海外版定价799美元,计划明年一季度推向海外,二季度在国内销售。”可立克魔CEO何来晨向证券时报记者介绍。

来自中国香港的Ridger公司专注于下一代AI原生新架构存储系统。该公司现场展出了一款名为“MIMO”的全球首款AI原生存储系统,适用于训练、推理、微调及边缘部署等多样化AI工作负载与应用场景。

“AI产业一直在等待真正懂它的存储系统。凭借原生GPU访问协议,MIMO可提供高达400GB/s的带宽,500M IOPS和低至40μs的

延迟,实现业界领先的性能。在仅1U机柜空间内即可容纳近2PB AI数据,并能实现便捷移动,大幅降低采购成本与能源开销。目前产品已积累了一定的意向客户,预计于11月完成全球报价,并于12月底进行全球发货。”Ridger中国区总经理胡晓雷向证券时报记者介绍。

持续深化国际合作

与拜朗科技相似,Ridger本次也经由国际孵化机构推荐参展。证券时报记者采访了解,在专区首次成立时,仅有3家合作伙伴,至今已吸引超过20家国内外创新合作机构,形成了覆盖世界500强创新平台、国际孵化器、政府园区及行业组织的多元生态圈。

具体来看,今年专区较往届进一步提升的内容包括:一是合作伙伴类型拓宽,新增浦东科促中心、中园慧创集团、颐高国际创新中心等地方政府与科创园区,依托产业政策与精准筛选机制输送高质量项目;二是国际合作内容深化,例如,新加坡绿色发展联盟、庭步芬、法中经贸等机构首次组展,带来了具有国别特色的创新项目,来自中国香港的无线科技商会和鼎盟等亦首次组团亮相;三是往届伙伴持续加码,国家技术转移东部中心、宝马亚太技术中心、中以创新园等均扩大参展规模。

同时,本届专区的配套活动亦更加丰富,将陆续举办超过20场项目路演、国际赛事、产业交流及投资接洽活动。可立克魔、Ridger等多家公司负责人均向记者表示,现场已收到投资机构发出的进一步交流意向。



▲ 创新孵化专区一角



▼ 可立克魔家庭陪伴机器人 ClickCopilot

进博特写

新西兰的草饲乳品、秘鲁的蓝莓、厄瓜多尔的香蕉……中国国际进口博览会(简称“进博会”)历来是全球各种优质农产品展示的舞台。通过进博会,越来越多的优质农产品从“全球农场”走向中国消费者的“餐桌”。

“这是我们今年在第八届进博会上推出的全球首发新品,纽仕兰4.0草饲Omega-3高蛋白牛奶,这标志着新西兰青草草饲高端牛奶全面进入中国市场。”在新西兰参展商纽仕兰展台,新西兰纽仕兰亚太区市场总监闫致军向证券时报记者介绍。

纽仕兰是新西兰唯一拥有上游自有品牌牧场的乳企。自2018年以来,纽仕兰已连续八年参加进博会。作为八年进博“全勤生”,纽仕兰把进博会作为全球首发首展的重要舞台,连续八年带来草饲牛奶新品。

在进博会的“溢出效应”助力下,纽仕兰近年来在进博会首发的多款草饲明星产品,迅速转化为商品。闫致军告诉证券时报记者,“在参加进博会之前,纽仕兰已经在中国市场稳健探索了三年多。参加进博会之后,我们品牌迅速发展,并成为行业的头部品牌”。

在国家会展中心(上海)8.1馆,各种水果散发出阵阵香味。包括佳农、都乐等在内的多个果蔬品牌已是进博会的“常客”。

自2018年以来,全球果蔬品牌都乐已连续八届参展进博会。记者获悉,在过往的七届进博会上,都乐已成功将18款高品质进口水果带到进博会平台进行全球首发。本届进博会,都乐带来了其“拳头产品”香蕉品类的创新突破成果,都乐臻选超甜蕉在进博会全球首发。

佳农水果同样是进博会“全勤生”。借助进博会这一重要“窗口”,佳农水果持续深化与共建“一带一路”国家及全球优质产区的战略协作,引进多款高品质、特色水果,满足中国消费者日益多元的需求。

“今年我们主要带来了三款全球首发新品,包括哥斯达黎加的火山香蕉、厄瓜多尔的红皮蕉和秘鲁的有机蓝莓,这三款产品也是第八届进博会首批进馆的展品。”菲律宾佳农中国区品牌副总监曾小清向证券时报记者表示。

“往届进博会上,我们首发首秀的新品比如菲律宾的黑钻菠萝、墨西哥有机香蕉等,在中国市场都得到了很好的反馈,销量都翻了好几番。”曾小清表示。

牛奶、水果都是对新鲜要求极高的产品。要从遥远的海外送到国内消费者“餐桌上”,便捷的物流通关至关重要。

闫致军告诉记者,纽仕兰初入中国市场时曾遭遇难题:进口鲜奶的保质期仅有15天,而物流通关却要7—8天。这一问题在2018年首届进博会上迎来转机,海关等政府部门协同改革,实现了进口鲜奶通关“零等待”,物流通关时间从8天缩短到72小时。纽仕兰的鲜奶得以更快触达消费者。

依托去年11月开港的秘鲁钱凯港,今年佳农的水果从遥远的南美运送到中国也更快了。钱凯港是中国与秘鲁共建“一带一路”标志性项目,2024年11月正式开港,成为连接亚洲与拉美最重要的航运枢纽之一。

“原来的航程可能要30天,现在只要20天。我们的秘鲁有机蓝莓,现在能够更快地送到中国消费者面前。”曾小清说。

「世界农场」更快直抵「中国餐桌」

证券时报记者 吴志

进博手记

美资企业用行动投下中国市场信任票

“哪怕只有1%的市场空间,也足够了”

证券时报记者 张淑贤

第八届中国国际进口博览会(简称“进博会”)正在火热进行中,它既是外资触摸中国市场脉搏的“窗口”,也是我们观察外资动向的“风向标”。

美国食品与农业馆内,俄勒冈州珍宝蟹委员会工作人员Rachel Plautz正借助翻译人员与潜在客户交谈,并相互留了联系方式。第一次参加进博会的她,准备略有不足,鉴于生鲜食品不好运输,只带来了文字介绍,“我们想寻找进口商,会把进口商的联系方式直接反馈给蟹农”。

隔壁的Redwood International同样是第一次参加进博会。这是一家来自美国加利福尼亚州的葡萄酒、啤酒、烈酒及饮料出口商,公司总裁John Cheung(张德新)是一名华侨,他告诉记者,公司带来了5款无酒精的烈酒,“新产品在开拓市场,希望借助进博会寻找进口商,目前已有两个意向客户在谈”。

谈及中国市场,张德新语气坚定,“美国需要中国,既需要中国市场,也需要中国产品”。他说,“中国市场足够大,哪怕只有1%的市场空间,对公司来说也足够了”。

这样的心声,是进博会美资参展商共同的期待。第八届进博会上,美国企业参展面积超过5万平方米,已连续七年位居第一。

这意味着,面对中美贸易挑战,美资企业非但未放弃中国市场,反而在加码寻找中国市场新机遇。

相比中小企业借助协会组团尝鲜进博,美国多家大企业已是进博会的“全勤生”。美国

四大粮商之一的嘉吉,从首届不足15款产品,到如今携百余款创新方案亮相,计划达成超30亿美元新合作;GE医疗首发18款创新产品,其中9款为全球首秀,新品数量、全球首秀规模均创下新高……

加强理解、相互信任,与天下同利,进博会正成为世界经济联通中国经济的大舞台。

美国谷物协会展台展示了美国玉米、高粱、大麦及其副产品在饲料与食品领域的创新应用与合作成果。美国谷物协会全球主席Mark Wilson说,进博会不仅是展示产品的平台,更是促进理解、深化信任的桥梁,“在这一全球性的合作舞台上,我们与中国伙伴共同探讨更加高效、更具可持续性的谷物与能源体系”。

美国大豆出口协会的展台,观众正排队品尝美国大豆油烹制的食品。美国大豆出口协会董事莫岸说,中国市场有潜力,未来的增长空间巨大,希望像以往一样继续在中国市场销售大豆。“我们想保持这样的关系,想在中国继续这份信任,所以我们来到了进博会”。

从Rachel互留的联系方式,到张德新口中“1%的市场机会”,从嘉吉逐年增长的合作金额,到GE医疗迭创新高的新品规模,第八届进博会上,美资企业用行动为中国市场投下信任票:中国市场的潜力与开放,始终是他们不愿错过的机遇。

高通公司中国区董事长孟樸

说,高通始终将全球领先的技术愿景与中国产业的发展需求深度融合,坚定地与中国伙伴携手同行。仲量联行中国区首席执行官张静说,仲量联行深耕中国内地市场三十余年,将继续助力更多跨国企业实现展品变商品、展商向投资商转型,共享中国开放发展成果。

HONDA展示的汽车车身

本版供图:王一鸣、吴志

▲ 进博会上的中国首发展品



“时”探进博



聚焦第八届进博会