

共建和谐美丽城市 共创幸福美好生活



杨浦与知名企业安姆科“再续前缘”，“投资马托格罗索”办公室落户杨浦区巴西中心

进博会溢出效应，在杨浦持续释放



当展品变为商品、参展商转为投资商、“头回客”成为“回头客”，“进博同款”迅速走入寻常百姓家，这正是进博会“6+365”溢出效应的生动写照。众多展商借助这一平台，将优质产品推向中国市场。在进博会上，展品早已超越陈列功能，成为全球产业链深度协同的催化剂。

续签：下一个五年，持续加码

作为进博会的“老朋友”，知名消费品包装企业安姆科（Amcor）今年带来多款针对中国市场需求定制的首发产品。

11月7日，杨浦区与安姆科集团在进博会现场签署新一轮战略合作框架协议，双方将在研发创新、产业协同与人才培养等领域进一步深化合作。

安姆科集团成立于1860年，总部位于瑞士苏黎世，为纽交所与澳交所双上市公司，是全球规模最大的消费品与医疗健康包装企业。进入中国市场30余年来，安姆科累计投资超20亿美元，目前，在中国拥有24座生产工厂、约6000名员工及2个研发中心。

2019年，第二届进博会上，安姆科与杨浦区初次相遇。进博会这个充满机遇与活力的开放平台，让双方结下了合作的缘分。安姆科大中华区及北亚区总裁余昕表示：“杨浦是安姆科大中华区总部所在地。自2020年落户以来，各级政府部门始终以量身定制的精准服务、主动靠前的高效响应，为企业解决发展中的实际需求。此次续签下一个五年协议，既是对以往合作的肯定与感谢，也寄托着对中国市场未来的期待。”

在中国，每天约有3亿件流通商品使用安姆科的包装。从日常零食到微波加热食品，从生鲜冷链到个人护肤，日常生活的方方面面，几乎都能看

到安姆科的身影。本届进博会，安姆科集中展出近300件包装产品，并与王老吉、盐津铺子、中润长江、沙特基础工业公司（SABIC）等企业举办了6场重磅签约与发布活动，签约总额超4亿元人民币。

针对消费者“携带不便、包装难撕”的核心痛点，安姆科与王老吉联合推出经济九极致易撕包装。该包装将传统瓶装改为轻量化条包，结合安姆科的“短间距切割”技术与特殊热封材料，实现包装“一撕到底”的便捷体验，更适配出差、旅行等移动场景，为药品、保健品等包装的体验升级树立了标杆。

据悉，安姆科在本届进博会展示的300款产品中，可持续包装占比已达30%。展台上的另一大亮点，就是安姆科携手包装行业伙伴裕同环保、莫迪维克共同研发的“鲜肉纸基气调包装”。该产品为进博会首发，已应用于中润长江的无抗鸡肉产品，成为“行业协同代表作”。该包装通过将传统塑料托盘替换为纸质材料，在保证生鲜肉类所需阻隔性的同时，通过特殊结构设计实现纸塑轻松分离，大幅降低末端回收难度。中润长江总经理孙泽省表示：“与安姆科的合作让我们在生鲜包装的绿色转型上走在行业前列。目前这款包装较传统方案减塑约60%、减碳约30%，并荣获‘包装之星可持续奖’。”

安姆科展出的超薄缠绕膜，具备“降本、减碳、增效”三重优势。这款产品性能不输传统缠绕膜的基础上，将其厚度减少约30%，碳排放降低约40%，成本也显著下降，可广泛应用于物流运输等领域。目前，安姆科已与多家零售渠道和物流服务商达成了合作，助力中国包装产业向低碳化、循环化转型。

“中国完整的产业链、活跃的消费市场与不断优化的营商环境，是安姆科持续加码中国的根本动力。”余昕说。

落户：打造推广产品和吸引投资的战略枢纽

马托格罗索州是巴西最重要的农牧业产区，被誉为“世界的粮仓”，其中大豆产量占全球10%，棉花产量居世界第四位。近日，“投资马托格罗索”（INVEST MT）办公室在杨浦区巴西中心正式落地，该办公室将作为推广马托格罗索州产品的支持中心和吸引投资的战略枢纽。

作为该州投促局在上海设立的首个海外办事处，“投资马托格罗索”（INVEST MT）办公室致力于成为中国企业家与投资者了解并进入马托格罗索州的重要窗口。马托格罗索州投促局局长米拉尔·普雷罗表示，该州将在这里提供全方位支持，以专业、安全、透明和高效的方式，促进更多项目、更多企业在双方市场落地生根。

自2023年以来，马托格罗索州一直积极参与进博会，2024年，该州展位在“进博会30个最具影响力的外国机构”中排名第七。

去年底，中国与巴西签订了有关芝麻出口的合作协议，今年6月，第一批来自巴西的芝麻首次进入中国市场。作为巴西最大的芝麻产品产地，这一合作的达成对马托格罗索州意义重大。此次进博会，马托格罗索州代表团有3家芝麻企业来到现场，向中国进口商和消费者推介该州的芝麻产品。

马托格罗索州经济发展厅厅长塞萨尔·米兰达说：“我们热切希望能够通过在上海巴西中心的办公室，更好地迎接中国市场带来的给予，沉淀中

国市场的合作成果，并期望在未来通过这个办公室从中国辐射到韩国、印度等其他亚洲国家。”

循环：从“6+365”到“365+6”

本届进博会，杨浦意向成交金额实现新突破，签约订单覆盖消费品、食品、新材料、医疗器械等多个领域。正大卜蜂、欧坚集团、汉高中国、奥兰酒业、珍得、五角场集团等区内重点企业参与。各品类中，农食产品板块采购规模显著，引进奥地利巧克力、西班牙葡萄酒等优质商品。此次杨浦参展企业覆盖全部六大展区和创新孵化专区，参展企业数量同比增长22%。

11月8日，杨浦还在船台公园举办复兴岛创新创业集聚区推介专场，面向全球展现复兴岛从“战略留白”到“创新高地”的转型活力，充分承接进博会溢出效应。会上，近20家中外企业与杨浦区达成战略意向合作，涵盖美国GLOBAL CONSULT LLC、瑞士阿尔玛、意大利SAB集团、CMPC智利智美等国际企业，以及中国建研院、神念科技、国投赋能、中海地产等国内企业和机构，合作领域覆盖金融赋能、科创研发、专业服务、国际合作及城市

开发等关键方向。

杨浦区相关负责人表示，进博会已成为推动区域外向型经济发展的重要平台。杨浦区将持续优化稳定、透明、可预期的营商环境，促进“展品变商品、展商变投资商”，不断放大进博会溢出效应，强化国际交流与贸易促进功能，为区域经济高质量发展注入持续动能。

6天与365天，这两个时间尺度之间，正形成一种意味深长的辩证关系。6天的展期溢出效应影响着365天的市场，365天的市场反馈也在不断重塑着6天的展期。这是一场持续八年的双向奔赴，映照进博会展商与上海乃至中国消费市场之间日益紧密的关联。

“新时代，共享未来”。展望前路，这个由展品、创新、服务共同编织的消费生态圈，正在为全球经济注入确定性，为人类文明进步开拓新可能。在“6+365”与“365+6”的辩证循环中，进博会将继续书写全球展商与中国市场共赢发展的新篇章。

■毛信慧 方翔 苏展 刘力源 王修远
（部分稿件综合自《新民晚报》《文汇报》）

