第四届进博会五大看点

11月4日拍摄的国家会展中心（上海）。第四届中国国际进口博览会开幕式将于11月4日晚举行。进博会的举办场所、昵称为“四叶草”的国家会展中心（上海）静候开幕。 ■新华社发

第四届中国国际进口博览会在上海拉开帷幕。2021年是“十四五”开局之年，也是中国加入世贸组织（WTO）20周年。在重要时间节点举办的第四届进博会新在哪里？释放出哪些信号？如何更“进”一步？“新华视点”记者带你先睹为快。

看点一：释放何种信号？

连续举办并越办越好的进博会，凸显出中国始终如一扩大开放的决心、与世界经济高频良性互动的实际举措。

进博会已成为国际采购、投资促进、人文交流、开放合作的平台。今年，企业展总展览面积超过上届，世界500强和行业龙头企业参展回头率超八成，显示进博会磁力仍在持续释放，中国仍被视为最重要的消费市场。

中国国际进口博览局副局长孙成海介绍，本届进博会期间举行的虹桥国际经济论坛主题为“百年变局下的世界经济：后疫情时代全球经济合作”。除主论坛外，还将举办“中国加入世贸组织二十周年：互利共赢共创未来”高层论坛。

值得关注的是，本届论坛还将发布《世界开放报告2021》和“世界开放指数”。“我们推出这一国际公共产品，旨在让世界人民共享开放福利，为构建人类命运共同体贡献中国智慧。”孙成海说。

中国社科院世界经济与政治研究所所长张宇燕说，指数总结出行之有效的开放经验，也指出了未来开放的方向和具体政策选项，对多数经济体的开放实践来说都有参考价值。

看点二：“新”在何处？

“新”是进博会永恒的主题。琳琅满目的新展品、应时而设的新专区，是吸引采购商纷至沓来的重要原因，也是进博会的魅力所在。

——新展品新技术。绿色低碳是进博会的一大看点，包括氢燃料电池汽车、“零碳工厂”方案等新技术将集中亮相。医疗展区的各类首发首展新产品、新技术超过前三届。

第四届进博会上，雅培将展示一款“手机测糖”APP的升级版。雅培糖尿病业务中国大陆及香港总经理郭晶说，本届雅培将带来多款中国首秀产品，包括新一代手机测糖技术、新一代植入式心脏复律除颤器等多款新品。

——新板块新亮点。从莫奈的画作到草间弥生的雕塑，在进博会服务贸易展区，一场藏家和艺术爱好者翘首以待的艺术大展正在抓紧筹备。

进博会首次在服务贸易展区设立文物艺术品专区。目前，已有英国、西班牙等11个国家和地区的20家境外机构确认参展，共申报文物艺术品178件，申报总货值23.5亿元。

此外，大英博物馆、纽约大都会博物馆、卢浮宫等海外知名博物馆也将亮相本届进博会，在吸引观众目光之余，也推动各国文化交流。

本届进博会上，冰雪元素也是一大亮点。法国迪卡依集团于日前宣布，将在第四届进博会上提供沉浸式全套滑雪解决方案，助力更多中国人参与冰雪运动。企业将全球首发一款适合婴幼儿上雪道的创新滑雪板，帮助1岁到4岁儿童轻松体验真实冰雪乐趣。

——新潮流新体验。本届进博会还将成为城市数字化转型成果的集中展示地。展会场景下，数字人民币支付将全覆盖，实现数字人民币一站式消费体验。

中国银行介绍，与进博会的特色场景对接，推出了数字人民币芯片钱包“碰一碰”支付、外币兑换机换取数字人民币等多项体验活动，让来宾真切感受数字人民币的便捷。

看点三：参展商有何变化？

中国国际进口博览会不仅要年年办下去，而且要办出水平、办出成效、越办越好。每年的进博会都力争在上一年的基础上“百尺竿头、更进一步”。

孙成海介绍，第四届进博会共有58个国家和3个国际组织参加国家展，来自127个国家和地区的近3000家参展商亮相企业展，国别、企业数均超过上届。

——展览规模更大。第四届进博会企业展总展览面积进一步扩容，达到36.6万平方米。往届参展企业较多的国家，如美国、日本、德国、法国、英国、意大利等国的参展企业数量和展览面积较前三届相比整体有所上升或基本持平，企业报名积极踊跃。

此外，本届进博会有50个“一带一路”沿线国家、600多家企业参展。

——展商质量更优。世界500强和行业龙头企业的参展回头率超过80%，参展数量超过上届。全球三大拍卖行、三大时尚高端消费品集团、十大汽车集团、十大医疗器械企业、十大化妆品企业悉数参展。展台特装比例连续三届提升，达到96%。

今年首次参加进博会的恩艾仪器中国创新发展中心的负责人朱君说，本次参展，企业将重点围绕半导体、自动驾驶等战略新兴行业，展示创新方案。

——新亮相国家多。本届国家展新亮相国家有15个。其中，刚果（布）、基里巴斯、毛里求斯、所罗门群岛、巴勒斯坦等5个国家是首次参加进博会。由于疫情影响，这些国家难以参加线下展，今年进博会推出线上国家展，为这些国家提供了“云上”参与的机会。

看点四：将带来哪些溢出效应？

进博会的舞台不止于国家会展中心（上海），时间也不限于短短的6天。通过展品变商品、首发变首店、参展商变投资商，进博会的溢出效应从馆内扩散到国内，从6天拉长到365天。

强生医疗在本届进博会上带来外科、骨科和心血管等三大业务领域的多款首秀产品。目前，强生旗下的“白力士”眼科飞秒激光治疗机，通过海南博鳌“先行先试”政策引入中国后，已在全国多个城市落地。

“进博会‘朋友圈’不断扩容，彰显了这一开放平台对企业的超强磁力。作为连续参加进博会的企业，我们切实体会到了进博会的曝光效应和助推效应。”强生全球资深副总裁、中国区主席宋为群表示。

与第一年相比，今年日本资生堂的参展面积接近翻了一倍。资生堂中国区总裁藤原宪太郎说，资生堂在第三届进博会上首秀的三大高端本土品牌今年已全部进入中国市场。“未来资生堂将继续加码中国市场，推动品牌创新。”

长三角的江苏省，在进博会溢出效应中处于“近水楼台”。根据进博会江苏交易团秘书处反馈的情况，除了贸易成交，第三届进博会期间洽谈的9个外资项目已新增投资2.07亿美元，4个对外投资项目落实投资2900万美元。

多家参展企业表示，进博会促进的远不止贸易本身。通过这一窗口，越来越多的全球企业看到了中国推动国内国际双循环、开启新发展格局蕴含的机遇，坚定了拥抱中国市场、加码中国投资的信心。

看点五：如何做好疫情防控？

来自127个国家和地区的近3000家参展商，39个交易团、599个分团到会开展专业采购……进博会期间人流、物流巨大，如何精细管理做好疫情防控？

上海市卫生健康委主任邬惊雷表示，第四届进博会严格落实“外防输入、内防反弹”疫情防控总体要求，聚焦“人、物、馆”，紧盯入城口、居住地、流动中、展馆门、活动点和监测哨，实施“全程闭环管理、全链条可追溯、全员疫苗接种”等措施。

进博会上的进口冷链食品展品也将开展“全面体检”。记者看到，在小包装消毒完成重新装箱后，进馆的每个进口冷链食品包装箱上，都会有一张“第四届进博会进口冷链食品展品出库追溯清单”，并附有二维码方便查验。进博会展区内不零售进口冷冻生鲜食品，也不提供未经“熟制加工”的冷冻生鲜食品用于试吃。

“相信进博会的举办将为世界大型活动疫情防控工作积累有效经验，我们也期待国外展商和国内采购商在进博会平台上收获满满。”上海海关关长高融昆说。

（新华社上海11月3日电）

“进”字招牌！

作为世界上首个以进口为主题的国家级展会，中国国际进口博览会从决定开办，就张开双臂拥抱各国来宾。

从“中国开放的大门不会关闭，只会越开越大”，到“坚持‘拉手’而不是‘松手’”，再到强调“让中国市场成为世界的市场、共享的市场、大家的市场，为国际社会注入更多正能量”，这块“进”字招牌，正在向世界展现“越办越好”的开放之诺。

一诺千金

“中国市场这么大，欢迎大家都来看看”！从首届的578.3亿美元意向成交额，到第二届的711.3亿美元意向成交额，再到第三届在疫情影响下依然达成726.2亿美元的合作意向，三年来进博会交出了“步步高”的成绩单。

统计显示，第四届进博会再次创下多个新高：来自127个国家和地区的近3000家参展商亮相企业展，国别、企业数均超过上届；世界500强和行业龙头企业的参展回头率超过80%，参展数量超过上届……

“新冠肺炎疫情影响下，世界各国经济均受到冲击。中国如期举办进博会，展现了对外开放的强烈意愿和与世界各国携手发展的坚定决心与信心。”韩国贸易协会中国室课长片明宣说。

双循环

千里之外的河南许昌胖东来超市，和进博会有什么联系吗？答案是：有。

通过进博会平台，首届首批就落户在上海市青浦区的斯高迪（上海）贸易有限公司，正源源不断地将来自北欧的沙拉酱，运到中国中部的这座小城。其代理的瑞典肉丸等“网红”商品，曾创下一分钟卖出17包的好销量。

进博会正成为世界经济参与中国以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局的重要窗口。从展品到商品的“进博路”越来越顺畅，每年进博会的闭幕都和中国的消费热季“双十一”无缝衔接，不少进博展品“秒”变“剁手爆款”。

三个“致力于”

进博会，不仅是中国市场共享的大平台，更是世界观察中国开放的大窗口。

第三届进博会，中国向世界展示了一份“开放成绩单”：在第二届进博会上宣布的中国扩大对外开放的系列举措，已经得到全面落实。

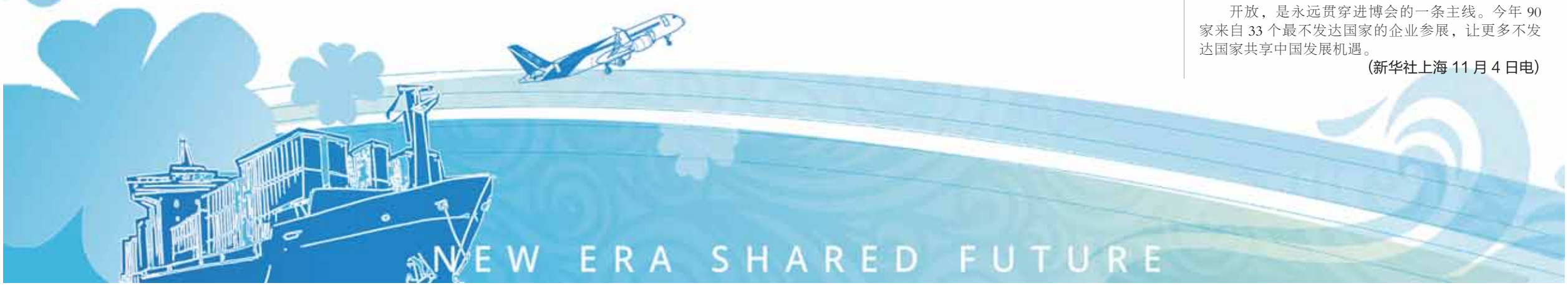
“我们要致力于推进合作共赢的共同开放。”“我们要致力于推进合作共担的共同开放。”“我们要致力于推进合作共治的共同开放。”这三个“致力于”，是庄严宣示更是实际行动，在这个充满不确定性的时代，中国持续扩大对外开放是最大的确定性。

以外商投资法为例，首届进博会中国承诺“中国将加快出台外商投资法规，完善公开、透明的涉外法律体系”；第二届时明确外商投资法落地“时间表”；第三届时表示“中国实施外商投资法和相关配套法规，进一步缩减了外商投资准入负面清单”……

四方来客

进博会是全球企业发现商机、深化合作的世界级平台。“我们非常重视进博机遇。”美国霍尼韦尔公司中国总裁林世伟说，霍尼韦尔展台面积增加至去年的两倍以上，充分展示公司进一步把握“进博机遇”的信心与决心。

“波士顿科学借助两次参展进博会的机遇，已有多款创新产品加速进入中国，实现了深化本土合作、加速创新产品引入的‘双丰收’。”美国医疗科技公司波士顿科学大中华区总裁张珺说，波士顿科学已连续三届参展。

开放，是永远贯穿进博会的一条主线。今年90家来自33个最不发达国家的企业参展，让更多不发达国家共享中国发展机遇。

（新华社上海11月4日电）