

新华社上海 11 月 4 日电

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旺季“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。

“进”字招牌



10月31日拍摄的国家会展中心(上海)南广场(无人机照片)。

/新华社

远来

近悦

哥伦比亚咖啡期待亮相进博会

据新华社哥伦比亚麦德林 11 月 3 日电

10 月下旬，哥伦比亚西北部安蒂奥基亚省西部的农民又迎来了咖啡采摘季。在云雾缭绕的种植园里，红彤彤的咖啡果饱满圆润，富有光泽。这里手工采摘出产的咖啡果，经过一系列加工，其成品将亮相第四届中国国际进口博览会，与中国消费者见面。

这里的咖啡产品曾于去年首次试水进博会。“2020 年参加进博会时，我们发现了一些商机和潜在客户，但随后意识到我们当时的咖啡产品没法满足他们的要求。”考卡河岸精品咖啡协会副主席卡德纳斯告诉记者。

为满足中国市场对咖啡数量和质量与日俱增的需求，当地农民和企业家群策群力，考卡河岸精品咖啡协会应运而生。本届进博会上，来自考卡河岸精品咖啡协会下属

种植园的 7 个品牌将出现在巴萨尔贸易公司展台上，为咖啡爱好者提供多种产品。卡德纳斯表示，开拓中国市场有利于让更多中国消费者了解哥伦比亚咖啡，也会直接或间接帮助当地近 600 个小规模咖啡种植家庭改善经济水平。

来自圣菲－德安蒂奥基亚的咖啡农拉约斯说，非常高兴中国消费者能通过进博会了解到他的咖啡品牌。“既然我们能把咖啡推广到别的国家，那我们也可以把它带到中国市场，进博会是一个很好的机会。”

巴萨尔公司联合创始人巴什图介绍，自首次参展以来，公司便一直“研究中国消费者喜欢什么口味，想要什么样的产品包装”等等。连续参展让企业推介的哥伦比亚农产品种类不断增加，咖啡、巧克力、果干、蜜饯等特色食品吸引了越来越多中国消费者目光。

日本中小企业看重进博会平台

据新华社东京 11 月 4 日电

第四届中国国际进口博览会即将在上海拉开帷幕。日本贸易振兴机构方面日前对新华社记者介绍，今年该机构将率领 128 家日本企业和团体参展，其中大部分是中小企业。期待通过这一平台将日本优质产品和服务介绍给中国消费者，开拓中国市场，为日本中小企业寻找复苏机遇。

今年是日本贸易振兴机构连续第四年参加进博会。该机构表示，进博会是中国最大规模的进口商品展会，迄今很多日本参展企业在进博会上成功签约，收获不少经销商和代理商。进博会吸引了众多采购商前来，为国际合作提供宝贵的洽谈平台，它是日本企业宣传商品最有效的展会，为参展企业带来宝贵商机。

日本贸易振兴机构参展企业集中在 3 大领域，包括医疗器械与医药保健、农水产品和食品以及服饰和日用消费品。在医疗器械与医药保健领域，有 39 家日本企业看好中国

“银发商机”，主要推介日本保健、医疗、护理产品和服务等，其中 20 家为首次参展企业，19 家曾多次参展。据多次参展的日企反映，进博会在中国关注度很高，对开拓中国市场销路、拓展在中国的业务发展很有帮助。农水产品和食品领域展位面积达 1300 平方米，共计 89 家日本企业和团体参展。其中食品展位的设计风格与相邻的“日本官方跨境体验馆”的“食品馆”统一，运用望楼、门帘、灯笼等元素，营造日式空间吸引买家前往。

日本贸易振兴机构还表示，得益于进博会“6+365”政策支持，进博会结束后，该机构将在上海虹桥品汇开设 1000 平方米展位，常年展示进博会参展商品，以帮助日本企业持续在中国市场开拓销路。

中国是日本最大贸易伙伴、出口市场和进口来源地，2020 年中日经贸合作在疫情下逆势增长，双边贸易额达 3175 亿美元。此间人士认为，进博会将成为助力日本中小企业打入中国市场的重要平台，为日本后疫情时代经济复苏带来曙光。

近悦

进博会带来新动能 长三角一体化大发展

据新华社上海 11 月 4 日电 第四届进博会即将召开，举办场所国家会展中心（上海）位于上海西翼的虹桥。今年初，国务院正式批复《虹桥国际开放枢纽建设总体方案》，提出由沪苏浙皖三省一市共建“大虹桥”。从昵称为“四叶草”的国家会展中心（上海）出发，长三角正在架起一座联通中外的“彩虹桥”。

根据《虹桥国际开放枢纽建设总体方案》，虹桥国际开放枢纽是长三角一体化发展国家战略的又一重要承载地，将形成“一核两带”功能布局，其中，“一核”是上海虹桥商务区，是虹桥国际开放枢纽的“发展动力源”，“两带”是以虹桥商务区为起点延伸北向拓展带和南向拓展带，覆盖沪苏浙。总体方案出台半年多来，29 项高含金量政策措施已经落地 23 项，落地率约 80%，包括设立国际互联网专用通道、进博会支持政策常态化、开立自由贸易账户等已经出台。

从“四叶草”所在的“一核”出发，越来越多的长三角企业感受到开放的加速度和一体化发展的向心力。进博会江苏交易团秘书处反馈情况显示，第三届进博会除了贸易成交，还有 9 个外资项目新增投资 2.07 亿美元，4 个对外投资项目落实投资 2900 万美元。

开放带来新动能，一体化发展则带来了向心力。进博会前，一场面向长三角民营企业总部召开的推介大会在虹桥国际中央商务区举行。推介大会上，新一批 23 个新设或再投资的民营企业项目同期集中签约落地，总投资额超 120 亿元，其中近三分之一为长三角民营企业总部。

波司登集团董事局主席兼总裁高德康表示，未来三年，企业计划在商务区打造全球创新基地，将集团创意研发、品牌推广、电子商务、零售运营等功能逐步进驻商务区，未来会有近千名员工在商务区办公与生活。

数据显示，在虹桥国际中央商务区这片投资兴业的热土上，已拥有超 7 万家企业和机构入驻，具有总部功能的企业近 380 家。越来越多的企业将投资、结算、销售、研发、培训等总部功能布局在商务区，向长三角、全国乃至亚太和全球地区拓展生产、销售网络，“头部在虹桥、基地在长三角”产业特色凸显。