从上海再出发，进博会始终高扬开放合作之帆

第四届进博会圆满收官，精彩进博故事仍在继续

6天成果斐然 707.2亿美元

●成果更丰——

本届进博会按一年计意向成交金额707.2亿美元。

●人气更旺——

本届进博会国家展首次在线上举办，为58个国家和3个国际组织提供数字展厅，吸引大量海内外网友关注、互动，经初步统计，累计访问量超过5800万次。

●“朋友圈”进一步扩容——

共有来自127个国家和地区的2900多家企业参展，展览面积达到36.6万平方米，再创历史新高，展示新产品、新技术、新服务422项。其中，世界500强及行业龙头企业数量达281家，其中近40家为首次亮相的“新朋友”，更有120多家是连续四届参展的“老朋友”。

●预约更快——

第五届进博会招展工作已经启动。截至目前，企业预定展览面积超过15万平方米。

记者 谢谱

晨报讯 第四届进博会于昨日落下帷幕。六天来，“四叶草”形状的国展中心人潮涌动，不远万里而来的参展商在此展示产品、洽谈合作、签约订单……

在昨日下午举行的新闻发布会上，中国国际进口博览局副局长孙成海介绍，本届进博会按一年计意向成交金额707.2亿美元，受疫情等因素影响，比上届略降2.6%。

记者了解到，本届进博会“朋友圈”进一步扩大，发达国家、发展中国家和最不发达国家企业均踊跃参展。

而企业展的六大展区在本届进博会上的表现也十分亮眼。

食品及农产品展区参展企业国别更多，102个国家的1200多家企业带来的全球美食，让消费者体验到“舌尖上的进博会”。

汽车展区汇集了全球十大汽车集团，全面展示世界汽车工业的最新发展成果和未来愿景。

消费品展区展览面积超过9万平方米，是面积最大的展区，全球十大化妆品品牌、世界三大时尚商涵消费品巨头首次集体亮相，体育用品及赛事专区突出展示冰雪元素。

医疗器械及医药保健展区首发新产品、新技术数量达135项。

服务贸易展区聚焦数字化应用推广，为服贸产业打造新场景、创造新业态，全新亮相的文化旅游板块引起广泛关注。

本届进博会以数字赋能，体现上海城市治理的温度与智慧。面对严峻复杂的疫情形势，本届进博会城市服务保障实现了安全有序、快捷便利、温馨周到的目标。截至目前，本届进博会疫情防控实现零感染、零发生、零事故。

记者同时获悉，第五届进博会招展工作已经启动。截至目前，企业预定展览面积超过15万平方米，进度快于去年同期。

与此同时，2021上海城市推介大会上，上海也向全球发出邀约。大会现场重点项目签约19个，投资总额178亿元，涉及生物医药、集成电路、人工智能等重点领域。

●朋友越交越多——第四届进博会不仅参展企业数量超过去年，企业商业展展览面积创新高，世界500强和行业龙头企业参展“回头率”也超过80%；

●辐射面越扩越广——第四届进博会首设文物艺术品新板块；新增多个分行业创新孵化专区以及集成电路专区；

●交流越来越深——进博会的国际采购、投资促进、人文交流、开放合作四大平台作用愈发凸显，各类论坛不仅聚焦经贸，还关注长三角一体化等区域经济发展；全国多个省份带来的非物质文化遗产、中华老字号等，成为一道独特风景……

●从上海再出发，越办越好的进博会始终高扬开放合作之帆，汇众力齐划桨，助力世界经济大船乘风破浪，行稳致远，驶向更加美好的明天……

据新华社上海11月10日电

A. 乘合作之舟——东方之约，浩荡前行

又是一年丹桂香，中国与世界在这里相遇和交融。

第四届中国国际进口博览会11月5日至10日在上海举行。

一展汇世界——6天时间，云集127个国家和地区近3000家参展商，展馆内精彩纷呈、热闹非凡。

一展惠全球——144个小时，累计意向成交707.2亿美元。老友抑或新朋，世界500强抑或中小微企业，“乘兴而来、满意而归”。

一展集众智——几十场论坛，全球政商学界围绕“世界怎么了、我们怎么办”的时代命题，激荡思想、谋求共识。

“新冠肺炎疫情阴霾未散，世界经济复苏前路坎坷，各国人民更需要同舟共济、共克时艰。中国愿同各国一道，共建开放型世界经济，让开放的春风温暖世界！”习近平主席在开幕式上的主旨演讲，再次发出开放最强音。

根植全球开放土壤的“四叶草”，愈发枝叶繁茂，生生不息。新征程上，更精彩的故事，正在续写……

“总算‘搭上船’了！”一直心心念念进博会的哈比，终于在第四届得偿所愿。

“90后”的哈比来自巴基斯坦，曾在中国求学。错过了前三届进博会，今年他早早行动，总算拿到了“入场券”。没想到，还是有“遗憾”——

“卖得太好，根本来不及补货。”他挠着头笑了。他带来的100个巴基斯坦特色产品盐灯，只用一上午就一订而空。

哈比不是个例。尽管疫情仍在蔓延，也阻挡不住参展商如期赴约的脚步。

“这21天，值得！”法国智奥会展集团驻中国代表吉娜思为了参展，提前完成“14+7”的集中隔离、社区健康监测和相应的核酸检测。

有近140年历史的德国拜尔斯道夫集团今年首次参展进博会。10年前，为了“四叶草”的建设，这家企业主动让出厂房用地；10年后，这家企业重回“四叶草”。“是进博会的机遇和中国的蓬勃发展让我们再次相聚。”拜尔斯道夫集团东北亚董事总经理薛薇说。

所爱隔山海，山海皆可平。“云上”进博同样是“双向奔赴”——

今年参加线上国家展的国家中，刚果（布）、基里巴斯、毛里求斯、所罗门群岛、巴勒斯坦5个国家首次参加进博会。

展会期间，生意也可以在“云上”谈：在日本贸易振兴机构展区，展台前配备了许多平板电脑。远在日本的展商随时候场、远程洽谈。

世界经济寒潮下，中国首创的进博会已成为一艘通向希望和光明的合作之舟，赢得四海宾朋的广泛信任。

“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。”这是在首届进博会开幕式上，中国对世界的承诺。

一诺千金重！

4年来，无论面临怎样的困难挑战，进博会总是如约而至。

从首届进博会的累计意向成交额578.3亿美元，到本届的707.2亿美元，一场场签约、一笔笔订单、一幕幕互动，汇聚成一束束进博之光，给疫情阴霾笼罩下低迷的世界经济带来希望。

B. 扬开放之帆——共享机遇，御风而行

“不到2小时，我们当场拿到了营业执照和经营许可证！”

5日上午，第四届进博会发出“首照首证”——德国功能性面料展中国展方代表在上海青浦新设立了一家会展服务企业。

进博会，不仅是“买全球、卖全球”的平台，更是观察中国扩大高水平开放的窗口。

高扬开放风帆，中国重信践诺——

20年前的11月10日，在卡塔尔首都多哈举行的世界贸易组织第四届部长级会议，通过中国加入世贸组织的决定。

本届进博会上，一场关于中国入世20周年的专题展备受关注。透过一张张照片、一段段影像、一件件实物，观众的思绪在历史与现实之间穿插回响。

入世以来，中国关税总水平由15.3%降至7.4%，低于9.8%的入世承诺；中国中央政府清理法律法规2300多件，地方政府清理19万多件……

世贸组织前总干事素帕猜说，中国的入世承诺是所有成员中最深入、最广泛的，不仅在原有基础上放宽了货物和服务市场准入，而且在某些领域达到更高水平。

不断缩减外资准入负面清单、自由贸易试验区不断扩围、海南自由贸易港跨境服务贸易负面清单出台、区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）国内核准率先完成……前三届进博会上提出的一系列开放举措，已基本落实。言必信、行必果，中国历来如此。

高扬开放风帆，中国风雨无阻——

环顾世界，单边主义、保护主义抬头，经济全球化遭遇逆流，世界开放指数在过去10年不断下滑，而中国开放指数排名从第62位上升至第40位。

“中国扩大高水平开放的决心不会变，同世界分享发展机遇的决心不会变，推动经济全球化朝着更加开放、包容、普惠、平衡、共赢方向发展的决心不会变。”

习近平主席在开幕式主旨演讲中提到的三个“不会变”，再次为不稳定不确定性因素增多的世界注入“确定性”。

增设进口贸易促进创新示范区、推进边民互市贸易进口商品落地加工、加快建设国际消费中心城市、发展“丝路电商”……本届进博会上，中国提出的新举措将进一步促进贸易平衡发展，坚定不移同世界共享市场机遇。

从中国首展，到亚洲首秀，再到全球首发；从中国门店，到中国工厂，再到中国创新中心……越来越多参展商选择进博会，看中的不仅是“聚光灯”的效应，更是中国机遇。

本届进博会展示超过400项新产品、新技术、新服务。

“进博会带来了中国坚定不移推动高水平开放、与世界共享市场机遇的强有力信号，作为长期投资中国的跨国企业，我们备受鼓舞。”强生全球资深副总裁、中国区主席宋为群如是说。

中国有14亿多人口和4亿以上中等收入群体，每年进口商品和服务约2.5万亿美元。中国市场，真正成为世界的市场、共享的市场、大家的市场。

从首次参展的36平方米，到现在的198平方米，安科锐的“成长记”是进博会发展大势的缩影。安科锐亚太区总裁曹永胜说，参展次数越多，“进博依恋”越浓，拥抱中国市场，就是拥抱世界、拥抱未来。

C. 计天下之利——众人划桨，风雨同行

20多平方米的小展台，没有复杂的数字光影技术，只有一台笔记本电脑循环播放产品介绍。来自阿富汗的地毯商阿里说，只要卖出一张大幅的手工羊毛地毯，就能保障当地一个普通家庭近一年的生活。

“中国市场让阿富汗的乡亲们看到希望。”阿里朴实的话语，是进博会初心的回响。

守望相助、立己达人。

本届进博会上，不乏一些战乱国家的展商，穿越硝烟，怀抱希望而来；也有90家来自33个最不发达国家的企业，带来咖啡、蜂蜜、腰果等特产。

“进博会不仅帮助非洲国家向世界展示本国产品，也有助于我们了解和学习世界先进技术与发展理念。”赞比亚私营部门发展协会主席多迪亚说。

迎五洲客，计天下利。

D. 谋未来之远——把准航向，奋楫笃行

第四届进博会圆满收官，精彩的进博故事仍在继续——

“越来越开放的中国，让我们从中受益。”德国科技巨头贺利氏大中华区总裁艾周平说，进博会体现了中国继续对外开放、与全球产业链合作发展的决心，也让贺利氏坚定长期投资中国的信心。

目前，第五届进博会企业预定展览面积已经超过15万平方米，进度快于去年同期。展馆外，“6天+365天”常年展示交易服务平台不断释放进博会溢出效应，更多合作共赢、命运与共的精彩故事还在后面。

凡益之道，与时偕行。

把准航向，向着高质量发展坚定前行——

阿斯利康全球研发中国中心上月在上海正式启用。阿斯利康全球执行副总裁王磊表示，未来，阿斯利康将通过生物分析、转化医学、人工智能等多领域助力研发，实现“在中国，服务中国，惠及全球”。

中国经济是一片大海。科技创新、数字经济、绿色低碳……越是艰难时刻，越要坚持高质量发展，也为世界经济带来持续增长的续航力。

坚定前行，新发展格局不断塑造未来发展新优势——

进博会是经济全球化的生动写照——

作为进博会的“老朋友”，达能今年带来的20余款全新营养产品，大部分已实现“中国研发、中国制造”；

在美国高通展台，最核心的位置展出了中国合作伙伴的产品；

8日结束的第四届进博会贸易投资对接会上，1000多家中外企业达成超200项合作意向，其中，“一带一路”沿线国家收获了大量订单，印证合作共赢的大势所趋。

交易的是商品和服务，交流的是文化和理念。

众人划桨开大船。百年变局与世纪疫情交织，在人类面临种种挑战的危急关头，在世界经济深刻调整的关键当口，唯有同舟共济、风雨同行，才能抵御风浪、勇立潮头。

立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局，中国新机遇提振世界经济信心。

对标世界最高水平开放形态，发布海南自贸港22条市场准入特别措施、33项金融改革举措；

浦东新区高水平改革开放打造社会主义现代化建设引领区的引擎已经启动，将坚定走深化改革之路，走扩大开放之路，走创新突破之路；

正式申请加入全面与进步跨太平洋伙伴关系协定（CPTPP）、正式申请加入数字经济伙伴关系协定（DEPA）、区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）即将正式生效……

开放的中国，有足够的诚意与善意，有足够的担当与底气。

共创未来，合作共赢的宽广大道必将越走越宽——

纵观全球，新冠肺炎疫情持续反复，世界经济复苏脆弱，气候变化挑战突出……世界各国人民的命运从未如此紧密地联系在一起。

在开放中扩大共同利益，在合作中实现机遇共享！

“一个国家、一个民族要振兴，就必须在历史前进的逻辑中前进、在时代发展的潮流中发展。”习近平主席的话指引方向。

江潮连海，我们都在同一艘船上。

从上海再出发，越办越好的进博会始终高扬开放合作之帆，汇众力齐划桨，助力世界经济大船乘风破浪，行稳致远，驶向更加美好的明天……

六大展区首发首秀表现亮眼　国际经贸盛会成功、精彩、富有成效

再逛一次“四叶草” 回顾今年进博会里的“新、酷、潮”

晨报记者 陈里予 徐妍斐 谢 谱 王 琛 林劲榆 孙雯婕

11月5日，第四届进博会正式开馆，国家会展中心（上海）迎来了络绎不绝的人流。各大展区打开了光芒万丈的“金色大门”，呼应着人民对美好生活的向往，展示着让人眼花缭乱的新产品、新技术、新服务。

本届进博会于10日落下帷幕。让我们再走一次、逛一次“四叶草”，回顾这6天里给我们留下深刻印象的“新”生活、“酷”科技、最“潮”流……

/ 医疗展区 /

数字健康让未来医疗加速呈现

在智慧无人疫苗接种舱里，全程自动化自助接种疫苗，未来疫苗接种畅想模式已在身边；通过互动装置，体验无人CT模拟操作、未来扫描影像诊断及阅片全过程，以前所未有的方式感知生命脉络……被专家称为心血管领域的“疫苗”也来了，全球首款创新药让高血脂病人每年打两针就可控制血脂……

7万平方米的医疗器械及医药保健展区内，各类首发首展的新产品、新技术数量远超前三届。在这里，能够全方位感受未来健康新脉动；在这里，一款款进博“网红”展品加速成为商品被大家亲切地称为“进博宝宝”；在这里，进博搭建的新生态正在构建健康共同体。

进博会正推动上海建设世界级生物医药产业集群，推动上海生物医药产业高端化、智能化、国际化发展。

/ 食品展区 /

全球美食加速抵达中国厨房

西班牙的金枪鱼、比利时的红啤梨、新西兰的鲜牛乳、美国的谷饲牛肉、智利的车厘子……“人世”二十年，中国消费者品尝过的进口食品越来越多；四届进博会，全球美食抵达中国厨房的速度越来越快。

本届进博会食品及农产品展区聚集上千家企业，世界500强及龙头企业有近30家，它们中许多是进博会的“四朝元老”，有的甚至还早早预定下了明年的进博会席位。

令人欣喜的是，越来越多的国际高端、新兴美食正将进博会作为全球新品首发地。对中国消费者来说，丰富多样的国外进口食品不再是远隔山海的奢侈品，而是商超随处可见，APP下单速达到家的日常食品。

而通过进博会的平台，世界食品潮流的脉动也清晰地传向中国餐桌，绿色、低碳、健康食品不断“展品变商品”，助推“有机健康”概念深入人心。

/ 汽车展区 /

全球最具“网红”气质新车云集

第四届进博会汽车云集了全球最具有“网红”气质的新车，好看又有故事。

特斯拉创新性地把上海超级工厂“搬入”第四届进博会展台，为现场观众全面揭示其在纯电动汽车制造方面的“独家秘笈”，同时还展示了特斯拉在中国本土化进程中的最新成果。

通用汽车展台上，GMC纯电悍马超级皮卡在本届进博会上完成了中国首秀。纯电悍马开辟了“纯电动、零排放”之路，纯电悍马可在约三秒左右完成百公里加速，CrabWalk功能和自适应空气悬挂的Extract Mode脱困模式可以越野。

Jeep带来了三大重磅进口车型亮相。其中Jeep牧马人高地更是首次在中国亮相，亮相的同时，Jeep牧马人高地在短短24分钟卖出了66台，妥妥的又一个“网红”浮出水面。

零部件企业摩比斯带来了20余款凝聚最新科技成果的系列产品展。其中，世界上首款基于脑电波的驾驶员状态监测系统——M.Brain迎来全球首发。

/ 消费品展区 /

助力国际消费中心城市提质扩容

“所有的女生们，今天的直播开始啦，猜猜我们现在在哪里？”11月6日晚，李佳琦站在第四届进博会消费品展区6.1号馆开始了直播，当天的观看人次超2600万；

施华洛世奇在进博现场官宣了亚洲首家全球级品牌旗舰店年底登陆淮海路的消息，申城“首店大军”将再添一员猛将；

博柏利带来了以进宝为设计灵感的全球首发吊饰，国际知名一线品牌正以上海为圆心注入创新资源，进一步扩容中国市场。

从美容护肤到珠宝配饰，从时尚穿搭到家居用品，消费品展区不仅为我们现场呈现“向往的生活”，更借助进博速度实现了人们“云逛”进博一秒下单，以进博热度加持进博好物率先落沪，而越来越多国际一线品牌也受益于进博会强大的溢出效应和“顶级磁场”，在深度共融中打出“组合拳”，以上海为圆心注入创新资源，进一步扩容中国市场。

/ 体育用品与赛事专区 /

“四叶草”吹起冬奥风、聚焦冰雪经济

“四叶草”内北登录厅，专设北京冬奥会冰雪推广专区，VR（虚拟现实）滑雪机、旱冰场、迷你冰壶、桌上冰球、冰球射门等冰雪运动体验场地逐一展开，不少观众兴致盎然跃跃欲试，浸身一场盛大的“冰雪嘉年华”；

体育用品与赛事专区，迪卡侬和FILA都不约而同地带来了滑雪机，教练演示动作指导观众踊跃体验；迪卡侬全球首发1–4岁婴幼儿滑雪板，解决了传统儿童雪靴对婴幼儿来说太硬太重的痛点，让孩子从小启蒙，掌握上冰技能；FILA全球首发联名款全套滑雪服，防风雪助排汗，保温效果一级棒；运动品牌借助进博走出四叶草，走进中国市场，诸多首展首发展品从本月起陆续发售。进博会将展品变商品，助力中国三亿人参与冰雪运动，扩列冰雪梦想，聚焦冰雪经济。

/ 服贸展区文物艺术板块 /

沉浸体验瑰丽的艺术世界

第四届进博会中首次增设文物艺术板块，这个消息甫一出来便备受关注。1200平方米的文物艺术板块展区，云集了佳士得、苏富比、富艺斯等20家知名境外机构参与，申报展品178件艺术作品，总价值超过23亿元，为原本热闹的进博会更添一抹亮色。

展馆现场人气爆棚，现场很多观众专程慕名而来，穿越了大半个场馆，只为欣赏平时难得一见的全球顶尖艺术臻品。现场艺术精品，全部可供现场洽购，以迎合中国藏家日益多元的收藏品位。

过去，海外机构在中国只能进行文物艺术品展示，不得销售，而在第四届进博会中，海关总署为支持艺术品、收藏品、古物参展进口国际博览会，推出了便利化措施，允许以暂时进境展览品以保税展示形式参展，展期内的文物艺术展品还可按规定享受“5件免税”的政策优惠。

从这个角度来看，进博会不再仅仅是一次不同国家与地区商品和技术的展示交流活动，更是一场文化艺术的交流盛会。

这无疑给予了艺术发展在中国一个良心循环的起点，也为上海正在构建比肩纽约、巴黎、伦敦等国际重要艺术品交易中心提供了一个重要的契机。

图片/晨报首席记者 任国强 制图/张缇

中国国际进口博览会
CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO