



第五届中国国际进口博览会 特别报道



进博五年，看中国开放大门越开越大

本报记者 邱海峰

黄浦江畔，秋高气爽，盛会再启。11月5日，第五届中国国际进口博览会如约而至。“四叶草”内，全球好物齐亮相，八方宾朋再相聚，各国客商再赴这场互利共赢的“东方之约”。

中国搭台，各国合唱，全球共享。作为世界上首个以进口为主题的国家级展会，5年来进博会越办越好，已经成为中国构建新发展格局的窗口、推动高水平开放的平台、全球共享的国际公共产品。透过这扇窗口，世界看到中国重信守诺，开放大门越开越大；通过这一国际公共产品，各国企业共享发展机遇，为全球经济恢复发展注入新的动能。

“一个‘美美与共’的平台”

第5次参展，新设3个区域，推出2款“亚洲首秀”产品——在国家会展中心(上海)消费品展区，德国博西家电今年再度亮相进博会。

300多公里外，位于安徽省滁州市的博西(滁州)家电制冷工厂内，首届进博会上展出的产品正加紧生产，不久前该厂顺利完成第3000万台冰箱下线。

携手进博会5年，这家跨国公司不仅在展会上签下一笔笔大单，更在中国市场实现了新的发展。“今年，位于滁州的新洗衣机干衣机工厂将投入使用，成为博西家电在全球唯一一家集生产洗衣机、洗衣机和滚筒式干衣机三大洗护产品为一体的工厂。”博西家用电器集团大中华区总裁唐善达说，“未来，我们还将加大在中国的生产和研发投入。”

进博会，这一中国提供、全球共享的国际公共产品，持续以开放姿态拥抱全球市场，以独特魅力吸引各国客商，以澎湃活力迸发出效应。

5年来，展示交易结下累累硕果——“进博会是霍尼韦尔集中展示成熟技术与解决方案、首发首展旗舰创新产品、扩大在华投资、拓展合作伙伴关系的一站式平台，也是一个‘美美与共’的平台。”连续5年参展进博会的霍尼韦尔中国总裁余锋表示，期待通过本届进博会与更多中国合作伙伴携手。

从首届的578.3亿美元到第四届的707.2亿美元，前四届进博会累计意向成交额超2700亿美元，一次次洽谈、一场场签约、一笔笔订单，让新老朋友乘兴而来、满意而归。

第五届进博会上，交易团再增4个、行业交易分团增加近百个，采购交易热情更高。

5年来，更多国家分享中国机遇——地毯客商阿里的故事让很多人难忘。在第四届进博会上，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。来自阿富汗的阿里说，只要卖出一张大幅手羊毛地毯，就能保障这个饱经战乱的国家一个普通家庭近一年的生活。“如今，我们已经收获了2000多张地毯的订单，中国市场让阿富汗的乡亲们看到希望。”阿里的话朴实动人。

进博会上，不止有大企业，越来越多全球中小企业奔赴“东方之约”，拓展中国商机。5年来，除了美国、日本、德国等发达国家之外，还有数十个最不发达国家中小企业参展，进博会持续为这些国家参展商提供免费标准、免费运输展品服务，支持其共享中国发展机遇。

5年来，全球好货飞进千家万户——“前四届进博会上，我们首发了不少新品，如巴西甜瓜、菲律宾牛油果、比利时朱樱啤梨等，相继成为‘爆款’。”都乐中国市场部总监王娜说，今年进博会上，都乐还将推出一批新品，把更多“世界水果”切进“中国果盘”。

从巴拿马金菠萝跨越大半个地球进入中国消费者购物车，到新西兰牛奶出现在小县城的超市货架上，再到德国“易动皮肤”训练衣进入社区用于康复治疗……5年来，大量优质产品和服务进入中国，老百姓享受到实实在在的开放发展成果。

“看到中国推动合作、促进全球发展的决心”

开放是当代中国的鲜明标识。举办进博会，是中国着眼于推动新一轮高水平对外开放作出的重大决策，是中国主动向世界开放市场的重大举措。

连续5年如期举办，每年宣布的开放举措都是“满满干货”，进博会已成为观察中国开放的重要窗口；从削减进口环节制度性成本到继续缩减负面清单，从加快推进海南自由贸易港建设到增设进口贸易促进创新示范区，从有序扩大电信、医疗等服务业领域开放到修订扩大《鼓励外商投资产业目录》——通过进博会，中国传递出开放合作强音，激活了世界经济的一池春水。

“高水平对外开放体现了中国推动经济全球化的坚定信念，特别是进博会的如期举办，让企业看到中国推动合作、促进全球发展的决心。”第三次参展进博会的爱普生(中国)有限公司董事长兼总裁深石明宏对中国的开放政策感受很深。

本届进博会开幕前几天，又有两项重大开放举措正式落地——

10月28日，《鼓励外商投资产业目录(2022年版)》对外发布，新增或扩展元器件、零部件、装备制造、专业设计、技术服务与开发等有关条目，进一步扩大鼓励外商投资范围。

11月3日，商务部等8部门联合印发通知，在全国增设29个国家进口贸易促进创新示范区。商务部外贸司负责人表示，欢迎各国贸易商和投资商与进口示范区深化务实合作，共同促进国际贸易自由便利化，共享中国开放发展机遇。

言必信、行必果。从宣布举措到一一落实，世界看到了一诺千金的中国行动、计天下利的中国担当，更多展商明确“要进一步深耕中国市场”。

深石明宏介绍，第五届进博会上，爱普生将展示60多款绿色创新产品与解决方案，涉及低碳打印、高清数字投影等领域。“通过进博会，爱普生结识了很多行业伙伴，能够更好、更快开拓中国市场，希望以参加进博会为契机持续拓展中国市场。”

首次亮相进博会后，资生堂集团高端护肤品牌御银座全球首家百货专柜与全球首家精品店分别在北京、上海两地落成。“目前，御银座已陆续在北京、上海、南京、深圳、杭州、武汉开设7家精品店及品牌专柜。今年底，品牌还将登陆成都。”资生堂中国首席执行官藤原宪太郎表示，“我们通过进博会看到了中国在持续对外开放，更加坚信中国市场的巨大潜力，将不断加码对华投资。”

“期待将更多优质商品带进中国市场”

党的二十大报告明确提出，推进高水平对外开放。站在新的历史起点上，中国开放的大门不会关闭，只会越开越大。

作为党的二十大后中国举办的首场重大国际展会，第五届进博会亮点纷呈：

——新朋友更多。来自127个国家和地区的企业亮相第五届进博会企业商业展，66个国家和3个国际



图①：第五届进博会消费品展区乐高展台。本报记者 孔德晨摄

图②：11月3日，在第五届进博会雅马哈展台上，工作人员正在调试展品。本报记者 邱海峰摄

图③：第五届进博会消费品展区优衣库展台。本报记者 孔德晨摄

组织亮相国家综合展，数量均超过上届。其中，尼加拉瓜、吉布提、毛里塔尼亚、科摩罗、莫桑比克、刚果(金)、伊拉克、冰岛8国首次参与国家展；284家世界500强和行业龙头参加企业商业展，数量超过上届。

——新元素更靓。新设农作物种业专区和人工智能专区，优化能源低碳及环保技术专区。六大展区将展出数百项新产品、新技术、新服务，其中既有聚焦美好生活的消费品和农产品，也不乏蕴含全球领先科技的高精尖医疗器械和装备设备。展台特装比例达到96.1%，高于上届水平。

——新平台更大。今年虹桥论坛更加聚焦“开放”主题，分为“开放共担”“开放共治”“开放共享”3个板块，将举办“RCEP与更高水平开放”高层论坛、《世界开放报告2022》发布暨国际研讨会等分论坛，发布最新世界开放指数，论坛规模从去年的14场扩大到今年的24场，打造更大的交流平台，为激发全球开放新动能发出更强的“虹桥声音”。

迎来这场“不一般”的国际经贸盛会，广大客商劲头十足，参展各方充满期待。

今年，旭化成株式会社首次参展进博会，带来了在中国首展的车内概念空间。旭化成中国总代表近藤修司表示：“我们期待进博会能够成为旭化成在华发展的‘加速器’，不仅助力公司现有事业发展，而且成为今后我们在中国推广各项新技术、新产品最有效的市场开拓渠道。”

“从首届进博会开始，许多斐济的中小企业就通过进博会在中国市场亮相，带来天然矿泉水、诺丽果汁、护肤品等特色产品，大大扩大了斐济产品在中国的知名度和影响力。”斐济共和国驻上海总领事陈玉茹说，“我们期待将更多优质商品带进中国市场。”

第五届进博会开幕已启。这6天，让我们在“四叶草”见证更精彩的“进博故事”。

五届进博 风华正茂

成交成果丰厚

前四届进博会累计意向成交额达2700多亿美元
仅前三届进博会就带动外资项目622个，投资额约305亿美元

“朋友圈”越来越大

第五届进博会共有145个国家、地区和国际组织参展
来自127个国家和地区的企业参加企业商业展，66个国家和3个国际组织亮相国家综合展，数量均超上届；尼加拉瓜等8国首次参与国家展

“首发首展”更多

5年来，在进博会成了“首发首展”的大舞台，前四届进博会参展企业发布新产品、新技术、新服务超过1500项
本届进博会上，将有数百项新产品、新技术和新服务，其中不乏全球首发、亚洲首秀、中国首展

吸引力更强

5届进博会，企业参展面积日益扩大，从几百平方米到上千平方米不断增加，展台特装比例从首届的91%增加到了96.1%
今年，共有284家世界500强和行业龙头参加企业商业展，数量超过上届，回头率近90%
全球四大粮商、三大种业企业、十大医疗器械企业、十大药品企业悉数到齐



国家会展中心(上海)南广场双内到外装饰一新，迎接第五届进博会。新华社记者 方喆摄