

本报记者姜微、肖春飞、何欣荣、周蕊、龚雯

11月10日，第五届上海进博会闭幕，满载而归的展商，依依惜别“四叶草”——他们心中的“幸运草”。

四叶草，是国际公认的幸运象征——十万株同属的苜蓿草中，可能只有一株是四叶草。这一株“幸运草”，成为当今世界一个温暖人心的亮点。

开放是人类文明进步的重要动力，是世界繁荣发展的必由之路。作为全球首个以进口为主题的国家级展会，进博会背后体现的是中国“迎五洲客，计天下利”的义利观，也是中国一直呼吁并践行的世界观与方法论：开放合作，推动经济全球化不断向前，增强各国发展动能，让发展成果更多更公平惠及各国人民。

进博会的“磁力”无限

5年前，百年果蔬品牌都乐接到首届上海进博会的参展邀请时，颇有些犹豫——大型会展成本高，果蔬行业利润薄，到底参不参加？都乐中国市场部总监王娜回忆说，当时的想法是“试试看吧”。今年的11月9日，王娜坐在第五届进博会热闹非凡的都乐展区，兴奋的表情溢于言表：“进博会，机遇无限！”

连续5年参展上海进博会的众多“五年级生”，还清晰记得第一次进入“四叶草”时的感受：或忐忑，或谨慎，或以为只是“走个过场”……5年后再回首，一个个既欣喜，又感慨。

都乐进入中国已久，但进博会提供了一个展示都乐品牌的超级平台。如今，都乐招牌的菲律宾“金菠萝”每年在中国内地能卖出5000万个。王娜说，远至新疆都有人给她电话，“你们那个金菠萝在新疆有代理吗？如果没有，我来代理。”2021年，国际市场研究咨询公司益普索公布的调查结果，在中国内地，都乐水果的消费者已超2亿人。

阿斯利康中国副总裁黄彬坦言，5年前受邀参加首届进博会，也是抱着“展一下”的态度，但他们很快就发现了进博会的“魔力”。连续几届，黄彬都会坚持在展台从开幕守到闭幕，“这个平台层级很高，能带来意想不到的惊喜。”从第二届进博会开始，阿斯利康的展厅面积都超过1000平方米，布展成本在1000万元人民币以上，“绝对值！”阿斯利康已是制药行业在华最大外企，去年在华销售额约60亿美元，在其全球市场排名第二。

从事珠宝首饰生意的龚利锋参加进博会则纯属偶然。2018年10月，距首届进博会开幕只剩一个月了，消费品展区因“钻石与宝石精品馆”一参展商因临时原因难以到场，龚利锋替补入场，18平方米的四节展台，他占了三节，另一节匀给了意大利朋友，结果火爆异常。龚利锋果断订下第二届进博会144平方米C位展台。

翌年，他获得意大利对外贸易委员会（ITA）授权，携12个意大利品牌以“卓越意大利珠宝”标识亮相，同样火爆，每天都是100万人民币的现场零售。意大利历史悠久的贝雕传人马可一天下来，脚都站肿了，仍开心得不行。龚利锋也有了名气，成为发现“新大陆”的意大利珠宝商眼中的“带头大哥”。

进博会磁铁一样的吸引力从何而来？因为中国巨大的市场，以及新时代中国人对于美好生活的追求。

第五届进博会上，爱尔兰驻华大使安黛文女士带着农业参赞，给上海迅迈国际贸易有限公司总经理袁伟站台。“她不是我吸引来的，是中国市场吸引来的。”从事爱尔兰各类威士忌酒品代理的袁伟笑言，以前有爱尔兰人对中国

「四叶草」就是「幸运草」

展商心中的上海进博会



▲11月5日，参观者在第五届进博会人工智能专区观看机器人表演。

新华社记者金立旺摄

不了解：“我告诉他们，爱尔兰490万人口，中国是14亿，仅上海就有2000多万人，市场多大！”2018年，袁伟从爱尔兰一次进口了4个集装箱共48000瓶酒，当地人啧啧惊叹。

“新时代，共享未来”——这是上海进博会的主题。中国是世界第二大经济体，中国大市场，带给世界大机遇。正因如此，上海进博会已经成为众多全球新品的首发地、前沿技术的首选地、创新服务的首推地。

“从这一届来看，外商对中国市场分层分级的特征越来越了解，冲着中国人口味来的定制化产品越来越多。”绿地集团总裁助理、贸易港集团总经理薛迎杰如是说。

日本展商森吉本盛带来了“发芽咖啡”。他说，咖啡豆来自全球，在日本用专利技术使其发芽，再进行烘焙，增加了氨基酸、咖啡的甘、酸、苦三味更加平衡，感觉适合中国人口味。

带着南非红酒参展的杨伊婷也表示：“南非红酒口感柔顺，很适合中国市场。”参加第一届进博会时，不少人惊讶地问杨伊婷：“南非也有红酒啊？”南非红酒借助进博会打开了中国市场，如今，很少有人再如此发问了。

中国与各国利益的重要汇合点

“妈妈，我为什么不会走路？”

“因为你生病了，只要好好吃药，有一天你会走路的。”

这是一部微纪录片主人公之一汤圆妈妈和孩子的对话。第五届进博会期间，这位罕见神经疾病SMA（脊髓性肌萎缩症）患者的母亲汤圆妈妈，现身会场拿起话筒，希望更多人关注罕见病。

SMA在新生儿中的发病率约为1/10000，每年国内新增约1000例。如不进行有效治疗，80% SMA重症患儿会在1岁内因呼吸衰竭而失去生命。此前，国内SMA患者和家庭一度面临无药可医的困境。2020年，罗氏制药的罕见病新药利司扑兰首次亮相进博，2021获得国家药品监督管理局批准上市。

不止是罗氏。阵发性睡眠性血红蛋白尿症、获得性血栓性血小板减少性紫癜……这些让人很难记住的罕见病名字，都出现在了第五届进博会的展台上。德国药企勃林格殷格翰展示了一款针对罕见病泛发性脓疱型银屑病的创新药佩索利单抗。“我们得益于中国药品审批改革和进博会平台。”勃林格殷格翰中国企业事务副总裁殷好涵说。

织牢“健康中国”保障网，承载着人民对美好生活的向往。进博会上罕见病药物的集

体亮相，既为跨国药企打开了新的增量市场，也给国内的罕见病患者带来福音。

在自己的家门口，把全世界的展商邀请过来，连续5年举办盛会，动员全国各地和各行业的采购商去“买买买”。利人，同时也是利己——进博会对于中国加快实现高品质生活、高质量发展的助推作用，正在显现。

11月6日，跨国制药巨头诺和诺德宣布投资4亿元在上海自贸区临港新片区成立投资公司，升级全产业链布局。参展进博会5年间，诺和诺德已经5次投资中国，投资总额超过25亿元。阿斯利康也是“展商变投资商”的典型代表。黄彬说，通过参加五届进博会，阿斯利康在中国已形成“以上海为中国总部，北京、杭州、成都、广州、无锡、青岛为六大区域总部”的全新格局，“多点布局，全面开花”，从一个单纯的销售公司变成了综合平台公司。值得一提的是，2017年11月，阿斯利康宣布，原阿斯利康中国创新中心（ICC）建制制加入迪哲医药，阿斯利康与国投创新成为迪哲医药并列第一大股东，4年后的2021年12月，迪哲医药在科创板上市。

二十大报告提出：“推动构建新型国际关系，深化拓展平等、开放、合作的全球伙伴关系，致力于扩大同各国利益的汇合点。”进

四大效应日趋显著 进博会“永不落幕”

“发展合作的良好机会”“创新集大成者”“高水平开放的中国名片”……

第五届中国国际进口博览会累计意向成交735.2亿美元，比上届增长3.9%，交出一张漂亮的成绩单。作为全球首个以进口为主题的国家级展会，进博会成为国际采购、投资促进、人文交流、开放合作的重要平台，成为全球共享的国际公共产品，助力中国构建新发展格局，推动高质量发展，为世界经济持续注入中国开放动能。

进博会越办越好，凸显四大效应——

聚首效应不断增强

中国作为全球超大市场的魅力，以及中国加快构建新发展格局，着力推动高质量发展，坚定推动高水平对外开放的实践，让一年一度的进博会像一块巨大“磁石”，吸引全球顶级企业汇聚上海，进博会聚首效应不断凸显。

本届进博会上，284家世界500强和行业龙头企业聚首，其中包括全球四大粮商、十大医疗器械企业、十五大药品企业。不少参展商说，只有在中国举办的进博会，才能让这些全球顶级企业齐聚一堂，让参展企业不虚此行。

这种聚首效应，让众多展馆成为代表全球最高水平的“行业达沃斯论坛”，跨国企业聚首进博会“华山论剑”，既展示未来行业发展趋势，也让展区成为最新技术交流交锋的擂台。本届进博会上，参展企业共展出438项首发新产

品、新技术、新服务，超过上届水平，凸显全球各产业行业对进博会的高度关注。

从2020年起，世界500强和行业龙头企业进博会参展“回头率”持续大幅提升，从第三届的70%，到第四届的80%，再到本届进博会的近90%，进博会的聚首效应不断增强。

法国企业赛诺菲疫苗大中华区负责人张和平告诉记者，进博会推动企业在交流中积极合作，促进行业可持续发展。

在聚首效应带动下，进博会全球吸引力不断提升。进博会在促进全球产业信息交流、便利市场要素流动、推动经济合作和科技交流中发挥越来越明显的作用。

头领效应更加突出

进博会的成功举办，不仅吸引跨国企业汇聚“四叶草”，也带动这些企业上下游的供应链和产业链聚集，为众多行业在全球范围、供应链全领域推动要素重组和再优化提供了宝贵机会。这让跨国企业和上下游企业看到了前所未有的合作契机和更加广阔的发展空间。

“在进博会，可以与全行业甚至跨行业的企业、合作伙伴加深交流，共商合作前景。”荷兰阿斯麦公司全球副总裁、中国区总裁沈波说。

在集成电路专区，不仅全球主要芯片企业济济一堂，服务于他们的大批中小型供应商也在附近设立展台，这让展区内不同类型的企业有更多了解和合作可能，为产业链调整优化创

造机会。首次参展的瑞萨电子管理（上海）有限公司企业宣传经理郭双骏说，“在进博会感到最有收获的就是‘邻居即客户’的上下游联动”。

每一届进博会都会对展区设置进行调整，创新孵化专区、集成电路专区、农作物种业专区和人工智能专区的先后设立，反映了全球产业发展的新变化新需求，也为中国的高质量发展和重点产业的成长提供了便利。

作为拥有40万采购商注册、2800多家企业参展的全球盛会，进博会头领效应让芯片、人工智能、元宇宙等产业的供应链、产业链的全链条合作与交流更加便利，为中国参与全球生产要素调整与配置提供更多选择，为全球化合作注入新动力。

溢出效应持续显现

进博会的成功之处，不仅体现在成交额增长，也体现在贸易促进、产业升级、消费升级、制度创新等领域产生的溢出效应。

本届进博会期间，老挝工贸部贸促司与上海市杨浦区签订备忘录。杨浦区利用区域内互联网企业集聚优势，以数字经济赋能老挝生态农业发展，放大区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）框架下经贸合作潜力。

上海市杨浦区区长薛侃说，杨浦区将为老挝企业和机构在上海发展提供保障，通过提供更多更好数字、流量和平台资源，推动高水平经贸合作，让老挝农产品搭上“数字快

车”。

在上海宝山区进博会投资推介大会上，宝山区向来自世界各地的参展商展示宝山营商环境、发布招商信息，为促进区域高质量发展提供新动能。

进博会充分发挥国际采购、投资促进、人文交流、开放合作四大平台功能，不断推动“展品变商品、展商变投资商”，借助进博会为贸易和投资注入活力，让中国大市场成为世界大机遇，助力世界经济复苏。

这种溢出效应还体现在“一带一路”合作上。11月初，从德国汉堡始发的“中欧班列—进博号”横跨亚欧大陆，载着参加第五届进博会的欧洲展品驶入上海。中欧班列开行数量从2018年的6000多列增至2021年的15000多列，成为畅通中欧贸易的“稳定器”和“加速阀”。中欧年贸易额由2018年的6822亿美元增长到2021年的逾8000亿美元。

本届进博会，共有来自127个国家和地区的企业参加企业商业展，RCEP成员国都有企业参展，共建“一带一路”国家、上合组织参展国数量也较上届增加，推动中国与相关组织开展长期稳定合作。

联动效应越发清晰

五年来，进博会是中国推动高水平对外开放的缩影，成为中国加快构建双循环新发

展会，就是中国与各国利益的一个重要汇合点。

第五届进博会上，特斯拉展厅人头攒动，大家争睹新车型和机器人。“进博会的5年，也是特斯拉在上海、在中国高速发展的5年。”特斯拉公司副总裁陶琳说，第一届来参展进博会的时候，特斯拉当时在国内市场销售的只有进口车型，在中国建设工厂仍处于计划中，一切都是未知数。5年后，上海超级工厂下线了超过百万辆汽车，中国制造的特斯拉汽车远销欧洲等地。

现在，特斯拉上海超级工厂产业链本土化率超过95%，长三角新能源汽车产业链同期也加速发展壮大。统计显示，2021年中国已成为全球第一大新能源汽车出口国。2022年前三季度，中国新能源汽车出口38.9万辆，同比增长超过1倍，已成为“中国智造”在海外的“新名片”。

没有“筑墙”“松手”，只有“拆墙”“拉手”

日本兵库县渔民柴田在濑户内海养殖一年生“噉牡蛎”，借助海关在进博会开通的展品“绿色通道”，“奇迹”发生了：11月2日，柴田把一批牡蛎从大阪关西机场发往上海，绿地贸易港帮助客商快速完成报关、检疫、冷链消杀等环节，11月6日，肥美的“噉牡蛎”亮相进博会，几乎与本土同期上市。展台前试吃队伍排了十几米，众多采购商来对接。得知现场盛况后，柴田兴奋不已：“明年增加产量！”

你中有我，我中有你，各国经济融合是大势所趋。“坚持‘拉手’而不是‘松手’，坚持‘拆墙’而不是‘筑墙’”，漫步进博会，观众感受到的是一个微缩版的通畅便捷、温暖人心的“地球村”。二十大报告提出：“中国坚持经济全球化正确方向，推动贸易和投资自由化便利化。”众多展商对此有切身感受，新西兰乳业企业纽仕兰研发总经理罗伊·范登克对“进博速度”赞不绝口。以鲜奶为例，周一在新西兰牧场上挤奶，周二上飞机，周三就能直达中国消费者餐桌，“从原来的8天缩短到72小时，得益于进博会贸易便利化的阳光政策。中国在进博会上作出的扩大开放承诺都一一化为现实！”

“四叶草”彰显了比黄金还珍贵的信心。当今世界经济复苏乏力，保护主义、单边主义逆流抬头。新冠肺炎疫情以来，在多数国际会展被迫取消、国际采购商投资商进退两难的背景下，进博会坚持如期举办，搭建起了中国市场与世界的桥梁，充分发挥中国超大规模市场对世界经济发展的“稳定器”作用，充分展现中国致力于推动经济全球化、建设开放型世界经济的坚定决心和实际行动，为全球经济复苏注入了强劲动力。

不久前闭幕的中国共产党第二十次全国代表大会，是进博会众多参展商的焦点话题。

“二十大对开放的坚持和对高质量发展的指引，对提高人民生活品质的承诺，对制造强国、质量强国和数字中国等规划，都使我们对中国市场充满信心。”达能中国、北亚及大洋洲总裁谢伟博说。第五届进博会一开幕，五届进博会“元老”达能就正式签约第六届进博会，谢伟博说：“5年来，尽管外部环境充满挑战，进博会却从未‘爽约’，这让我们看到了中国对外开放的坚定承诺。”

和睦相处、合作共赢，繁荣才能持久，安全才有保障。“四叶草”这株“幸运草”，是大家共同培育的。

第五届进博会闭幕了，展商们已在憧憬第六届进博会。

展格局的生动实践。

本届进博会上，长三角G60科创走廊第五次组团参会，并首次举办投资推介会。长三角G60科创走廊联席办相关负责人介绍，在进博会期间举办投资推介会，搭建了参展商与区域内九座城市产业部门的对接平台，汇聚全球资源要素，增强长三角G60科创走廊国内国际两个市场、两种资源联动效应。

进博会带来的联动效应还延伸到了海外，成为越来越多全球展商更好更快进入中国区域市场的助力。正如阿根廷驻上海总领馆商务领事费德里科·布吕索（中文名费乐培）所说，“进博会是各国参展商和中国各地采购商的汇聚之地，更是我们进入中国一线、二三线甚至更小城市的大门。”

进博会的再次成功举办，展现全球企业对中国经济前景的坚定信心，展现世界对中国坚定奉行互利共赢开放战略的支持。进博会的聚首效应、头领效应、溢出效应和联动效应，有助于加快构建新发展格局，着力推动高质量发展。

为期六天的第五届进博会圆满收官，但进博会交易服务平台将继续以“6天+365天”的方式继续向全球提供服务，并实现能级提升。进博会作为“永不落幕的展会”，正为中国新发展，为推动建设开放型世界经济，不断注入新的动力。

（记者宿亮、周琳）
新华社上海11月10日电