



711.3亿美元！第二届进博会成果丰硕

携手合作大道，谱写开放新篇

写在第二届中国国际进口博览会圆满闭幕之际

新华社评论员

迎五洲客，计天下列。第二届中国国际进口博览会10日圆满闭幕。开放合作的盛会，吸引181个国家、地区和国际组织，3800多家企业共襄盛举，绘出一幅中国与世界深度交融、互利共赢的生动图景。

特殊的时代背景，凸显进博会的重大意义，展现新时代中国深化改革、扩大开放的坚定决心。着眼于破解世界经济发展面临的难题，习近平主席在第二届进博会开幕式主旨演讲中把握时代潮流，提出推动建设开放型世界经济的3点倡议，宣示中国扩大开放的5方面举措，引发与会者的广泛共鸣和赞誉。中国与各方共同努力，再次交出一份耀眼的进博“成绩单”：按一年计，第二届进博会累计意向成交711.3亿美元，比首届增长23%。无论是与会各国政要达成合作共赢的广泛共识，还是企业“一展难求”的参与热情，或是近400件全球或中国大陆首发新产品、新技术或服务的精彩亮相，无不发出了携手合作、共创未来的时代强音。

硕果累累的进博会，见证海纳百川的中国胸襟。“中国市场这么大，欢迎大家都来看看”，这是习近平主席的真诚邀约，也是中国开放的大门越开越大的生动体现。提名片，加微信，谈生意，活合作……走在热火朝天的展馆里，这样的场景无处不在。一边是来自全球的优质商品和服务，一边是中国市场的巨大潜力、消费升级的旺盛需求，进博会为国际合作架起桥梁、搭建平台，不仅顺应着亿万中国人民对美好生活的向往，也为各国发展带来了新机遇。

硕果累累的进博会，诠释中国兼济天下的责任担当。在单边主义、贸易保护主义抬头之际，中国举办第二届进博会，为各国提供更多市场机遇、投资机遇、增长机遇，本身就是对经济全球化的坚定支持，是对多边主义和国际合作的有效捍卫。当出席进博会的各国政要呼吁加强合作，对“中国的合作和开放精神”表示感谢；当美国企业参展数量比首届进博会增长18%，参展面积位居各参展国首位；当各国企业迫不及待“预订”第三届进博会门票，我们更加深刻感受到经济全球化奔腾向前的强大力量，更加坚定了开放合作、共同发展的决心和信心。

“中国国际进口博览会交易的是商品和服务，交流的是文化和理念”。进博会不仅是经贸合作的舞台，也是思想智慧的盛宴、文明交流的桥梁。第二届虹桥国际经济论坛上，全球政学界研界嘉宾齐聚一堂，围绕营商环境、人工智能、世贸组织改革、共建人类命运共同体等话题深入探讨；国家馆里，包括中国在内的64个参展国的展馆交相辉映，不同文明的相知相交令人动容；在场馆的各个角落，中国非物质文化遗产和“中华老字号”首次集中亮相……丰富多彩的活动，将美好的情谊深植于人们心中，绘出一幅美美与共的文明画卷。

“上海令我惊叹，我在这里看到了中国的开放与未来”，在见证了第二届进博会的盛况后，法国总统马克龙如此感慨。

从黄浦江畔极目远眺，合作共赢的大潮浩浩荡荡，中国发展的前景光明灿烂。一个改革不停顿、开放不止步的中国，将与世界各国携手前行、同舟共济，一起迈向人类命运共同体美好明天。

新华社上海11月10日电



有味、有趣、有料、有品

从进博会透视消费升级“密码”

新华社上海11月10日电(记者杨有宗、何欣荣、桑彤)智能8K电视机、来自意大利的红酒和橄榄油、重量超过250公斤的蓝鳍金枪鱼……第二届中国国际进口博览会上，一批好吃、好玩、好用的展品受到观众和采购商的关注，进博会成为观察国人消费升级的重要窗口。

有味：全球美食大PK

6日中午，在第二届进博会食品及农产品展区，来自西班牙的蓝鳍金枪鱼举行“开鱼”仪式，这条重量超过250公斤的金枪鱼让现场参展者大饱口福。

随着国人消费能力不断提升，金枪鱼已经进入大众的餐桌。数据显示，去年，我国金枪鱼消费量超过1万吨。

印珊是一家意大利橄榄油企业的营销总监，首届进博会因错过报名时间没能参展让她十分遗憾，今年进博会，她想要结识更广区域的更多合作伙伴。

“以往我们主要盯着北上广的高端西餐店，这些地区市场逐渐饱和。希望通过进博会进一步拓展市场，让个人消费者可以通过超市等渠道买到我们的产品。”印珊说，目前江苏、四川等地的消费者可以在超市买到该品牌的橄榄油。

随着销售渠道拓展，消费者买外国货不再只依靠“肩背人扛”或“代购”，线上线下相互交融的格局让购物过程更方便。西班牙橡雅伊比利亚公司董事长周建国说：“我们原本只想做一些小众市场，没想到中国市场这么大，下一步计划进军批发市场。”

有趣：服务消费更旺盛

在上海国家会展中心北广场的户外展区，进博会冰雪体验区吸引了不少参展者一显身手。在法国连锁度假村地中海俱乐

部展区一台类似跑步机的设备上，体验者可以脚穿滑雪板在无雪环境下体验滑雪的乐趣。

地中海俱乐部总裁亨利·吉斯卡尔·德斯坦表示，本届进博会，地中海俱乐部签约两家国内滑雪场，进一步拓展市场。“得益于北京冬季奥运会这一契机，在国家政策推动和消费者需求日益增长的背景下，中国滑雪市场正呈现欣欣向荣的发展景象。”

记者在进博会发现，在实物商品消费不断增长的同时，消费者服务性消费需求进一步释放。

业内人士表示，食品支出占整体消费支出的比重下降，服务性消费占比提升，反映了我国消费结构的升级。随着市场环境进一步改善、文化旅游产业不断壮大、便捷支付方式推广升级，我国居民服务性消费需求将得到进一步满足。

有料：“硬核”科技产品人气足

在进博会的高通展位，8款5G手机受到参展者关注。观众杨先生拿起一部5G手机，点开测速软件，100、200、500……手机下载速率一度超过800Mbps，这让第一次体验“5G速度”的杨先生大为感叹，“这是4G速度的十倍都不止，也想换一部5G手机。”

5G飞入寻常百姓家。以上海为例，到今年10月中旬，申城共计开通11859个5G基站，实现核心城区5G覆盖，力争在年内完成外环线以内主城区的基本覆盖。

随着5G网络覆盖范围越来越广以及更多5G手机的推出，越来越多消费者将体验到5G的“畅快”。高通中国区董事长孟rock说：“中国在全球的5G发展进程中发挥着重要的影响力和引导力，中国力量也正在加速全球5G商用进程。”

中国市场很大，这让进博会成为中高端电子产品比拼的舞台。在三星展位，85英寸的8K电视所呈现出的细腻画质让人赞叹。展台工作人员介绍：“尽管现在8K片源还不多，但

硬件设备一般都会走在内容前面，我们很看好中国消费者的购买力和市场前景。”

汇丰亚太区工商业务主管戴子华分析称，在海外企业看来，中国收入的增长、中等收入群体的扩大、消费者对高品质商品需求的增加，都推动着中国消费的持续增长和升级。

有品：潮流“尖货”塑造美好生活

来自韩国的化妆品公司爱茉莉太平洋集团今年精选11大品牌、近400件展品参加第二届进博会，展品数量比去年翻番。爱茉莉太平洋集团中国市场部总经理高辛说，企业将更多的研发力量和新品优先投入中国市场。

首届进博会，爱茉莉太平洋展示了首创的定制面膜技术。本届进博会，爱茉莉太平洋又带来了“量肤定制”的个性化美妆体验，包括先检测后护理的智慧光疗美容仪、“混玩唇色”现场口红秀等。

在进博会的品质生活展区，一家英国鞋履品牌带来了自己全新发布的鞋品。该品牌创始人吉吉·格雷丝介绍，一方面，他们与中国一线城市的精品店、买手店建立联系，拓展线下渠道；另一方面，他们也优化了网上销售渠道，网购消费者下单后直接从保税仓出货，缩减三分之二的运输时间。

引入更有品质的商品、更具潮流感的“尖货”，近年来开市客、奥乐齐等新一批外资超市加速进入中国市场。沃尔玛旗下高端会员制商店山姆会员店也表示，预计到2022年，在中国的门店数量将达到40家。

毕马威中国零售及消费品业主管合伙人钱亦馨表示，对零售企业来说，以价格为主导的同质化零售已经走不通，未来相关企业应该注重选品，同时加快数字化转型，打通线上线下下的销售渠道。（参与采写：高少华）

是“北京制造”，软件系统则是“全球智慧”，未来这款机器有望从中国走向全世界。

当今世界，全球价值链、供应链深入发展，你中有我、我中有你，各国经济融合是大势所趋。

在这里，感受文化交融的火花——

关于茶叶，东西方有着不同的文化。

缅甸国家馆里，很多人品尝了茶叶做成的咸菜——“缅甸传统即食香腌茶茶叶”；巴西国家馆里，独特的马黛茶吸引很多人尝鲜；

德国企业福维克带来了专为中国市场定制的新品——智能茶艺机，虽是德国“芯”却能高度还原“中国茶”的色香味；

因交流而多彩，因互鉴而丰富。

进博会上，中央广场经常上演这样的混搭：法国的钢琴演奏，后面跟着彝族小三弦表演；拉脱维亚的摇滚乐队后，是浙江的绍剧；印度的瑜伽表演，连着上海的竞技龙舞……

正如牙买加总理霍尔尼斯感叹，牙中相距遥远，两国人口、发展阶段、文化等虽有不同，但不会成为交流的障碍。

在这里，共奏命运与共的合作交响曲——

跨越喜马拉雅山脉，孟加拉国北部朗布尔地区的村民们，收到好消息：

进博会上，他们编织的黄麻手工艺品将进入“6天+365天”常年展示交易平台，更好实现“展品变商品”。

展台上，展商商达达公司负责人萨夫连夜在红布上用中文和孟加拉语写下：“为中国人民的热情和友谊点赞”。

赞比亚的蜂蜜出口中国，卢旺达的辣椒进入中国电商平台……本届进博会，40个最不发达国家的171家企业前来参展，参展面积3500余平方米。

“共建开放共享的世界经济”，这样的倡导，是进博会的要义，更是共识。恰如美国戴尔科技集团展出的主题横幅：“同舟共‘技’，不负中国梦”。

前行

江河奔腾 势不可挡

2019新款依维柯汽车、200公斤意大利进口面团……上海洋山港，成为很多海外商品通过进博会进入中国市场的见证。港口，犹如进博会的一扇门，连着中国与世界。

本届进博会上，很多展品经由比雷埃夫斯港运往中国。这个一度陷入经营困境的希腊最大港口，因“一带一路”而重现生机。

“当世界上其他国家认为希腊不具有投资价值时，中国企业仍大胆向希腊基础设施领域投资，比雷埃夫斯港就是成功范例。”

希腊总理米佐塔基斯在进博会上讲述比雷埃夫斯港的故事时感慨：“我们和中国不但都有辉煌的历史，还将携手创造

洲、中东及非洲区总裁顾纯元说，这套人工智能垃圾分类系统用到了边缘计算、深度学习等多项前沿技术，华为公司为此提供了芯片模组。

瑞士的工业积淀、机器人技术，加上中国的应用场景、数字技术，在进博会上发生了奇妙的化学反应，这正是进博会的魅力所在。

市场在哪里，创新就在哪里。可可做的洗手粉、智能防打鼾枕头、折叠屏手机、可监控体温的“望远镜”……一系列新产品、新技术，成为未来发展创新风向标。

据初步统计，全球或中国大陆首发新产品、新技术或服务391件，高于首届。

以合作为引擎，中外携手为世界经济注入信心——

“今日之行，明日之兴”——美国玛氏公司展台上打出醒目标语。除了推出新品，玛氏还展示了数字化的创新，譬如用人脸识别功能为消费者推荐适合其口味的专属产品。

“中国是我们全球第二大市场，是成就公司未来的最关键驱动力。”玛氏公司总裁格兰特·里德说。

近14亿人口，全球规模最大的中等收入群体……顺应人们对美好生活的向往，3天的供需对接会上，来自103个国家和地区的1367家参展商、3258家采购商现场“一对一”洽谈，达成成交意向2160项，为中国消费升级“添砖加瓦”。

穿行各个场馆，“在中国、为中国”“为中国而造”“创新未来，响彻县城”……透过参展商打出的标语，不断转型升级的中国经济正为全球创造更多机遇。

融汇

天下大同 协和万邦

6日中午，上海国家会展中心露天展区里，直径10米的全世界最大重庆火锅开锅了。热腾腾的中式鸳鸯锅里，煮的却是新西兰的毛肚。

吃火锅、剪纸表演、盘扣制作、古筝欣赏……本届进博会一大创新，就是可以体验170多个“非物质文化遗产暨中华老字号”展示项目。

千姿百态的各国经济、文化如同百川归海，在进博会上融汇出新的故事。

在这里，感受全球产业链的融合——

进博会是经济全球化的生动写照。

美国牛仁汽车把两款最新电动车型的全球首秀放在了本届进博会，设计和研发团队集中在美国洛杉矶，零部件来自全球。

意大利法拉帝带来了亚洲首秀的最新型号高速巡逻船，明星产品的背后是潍柴海外品牌的实力；

美国企业瓦里安带来了亚太首发的智慧放疗平台，硬件

（上接1版）翻开500多页的会刊，政策解读、新品展示、对接签约等380多场配套活动吸引关注；议程满满的第二届虹桥国际经济论坛，吸引4000多名代表参会，为世界经济重焕生机建言献策。

要和平不要对抗，倡导自由贸易、多边主义而非单边主义、保护主义，正是始终坚持这样的胸襟和担当，中国坚定办好进博会，打动了世界，点燃了赴“东方之约”的热情。

“使用关税武器和丛林法则，解决不了当前世界面临的问题，这不是法国的选择，也不是欧洲的选择。”法国总统马克龙道出了与会各国政要的心声。

“历史表明，无论相隔多远，只要我们勇敢迈出第一步，坚持相向而行，就能走出一条相遇相知、共同发展之路，走向幸福安宁和谐美好的远方。”

此刻，习近平主席两年多前的话，更加含意深远。多彩的秋天，丰硕的果实，这是中国的机遇，也是世界的机遇。

激荡

开放作楫 创新为帆

各国经济的资金流、技术流、产品流汇入中国经济的汪洋大海，必然会激荡出新的浪花，孕育新的机遇。

马克龙在法国国家馆热情邀请习近平主席品尝法国红酒和牛肉食品；澳大利亚贸易、旅游和投资部长伯明翰亲自煎牛排；很多外企高管当起了“推销员”……他们都用实际行动表明对中国大市场的认同。

没有人愿意错过如此巨大的中国市场——“预计未来15年，中国进口商品和服务将分别超过30万亿美元和10万亿美元。”首届进博会上宣布的这组数据，引人无限憧憬。

灯塔——这是法国欧莱雅集团董事长安巩眼中的进博会。“今日的中国，已是名副其实的‘机遇之国’。”

大巴扎——这是土耳其驻上海总领事安格乐眼中的进博会。他说，土耳其企业带来干果、饮料、日用品、家电等商品，表达了深耕中国市场的企望。

橱窗——这是印度出口组织联合会总干事阿杰·萨海眼中的进博会。“印度企业不仅向中国展示产品，也将印度制造展示给全世界。”

在不同肤色、不同语言的嘉宾眼里，一个共识更加清晰：进博会这个中国首创的盛会，正在成为全球互利共赢、共享未来的大平台。

以开放为前提，中外携手创新前景无限——

机器人双手并用，灵敏地将面包、纸杯和塑料袋等垃圾分类处置。

“进博会要让人有脑洞大开的感觉。”瑞士ABB集团亚