

“看不见”的展品有何魅力？

进博会助推服务贸易“再升级”

黎气候协定的背景下诞生的一款产品，首次出现在进博会现场。

另一家会计师事务所毕马威同样在数字化和绿色领域快速转型。毕马威中国首席市场执行官周骏表示：“今年我们不仅是参展商，还是投资者。”

同样连续四年参加进博会的SGS，带来为企业量身定制的低碳及绿色可持续发展解决方案。比如，展现新能源汽车从原料开采、组件制造、汽车组装、充电使用到废弃处理回收等全生命周期中所涉及的碳排放核算和碳减排措施服务；展示纺织行业从生产到回收利用诸多环节的循环生态……

在渣打集团董事会主席韦浩思看来，2021年适逢中国加入世界贸易组织20周年，今年的进博会尤其重要。中国实现“双碳”目标的努力将为中国其他国家的减碳之路提供借鉴，也为渣打银行提供巨大的发展机遇，帮助需要减碳的经济体和企业转型。

形象更“潮”：首迎拍卖行、画廊

来进博会，看场艺术展？依托于相关文物免税政策利好，艺术品、收藏品等成为本届进博会服务贸易展区新亮点。今年进博会首次在服务贸易展区打造文物艺术品板块。

今年这里聚集了全球三大拍卖行佳士得、苏富比、富艺斯及多家知名艺术机构。出自中外艺术家手笔和创作于不同年代的人物画、风景画与雕塑将汇聚上海，为观众带来一场视觉盛宴。

苏富比精挑细选了5件艺术名家杰作。苏富比亚洲区董事总经理洛嘉熙表示：“我们非常感谢中国政府的举措，让苏富比今年有机会为进博会带来多件顶级艺术品，促进全球文化交流互动。”

来自英国的合施艺术今年首次进入中国市场，也携重量级国际艺术家的作品亮相本届进博会。“受到疫情影响，要把10件顶级艺术品从英国带到上海并不容易，但我们非常珍惜这次机会，期待借助进博会的平台与中国观众面对面沟通，接触到更多中国的艺术机构和艺术家。”合施艺术中国区负责人郑妍表示。

据悉，目前已有英国、西班牙等11个国家和地区的20家境外机构确认参展第四届进博会服务贸易展区，共申报文物艺术品178件，申报总货值23.5亿元。

枢纽服务：提供全新的物流通道

日前，满载着进博会展品的“中欧班列一

进博号”顺利抵达上海。这趟发自德国汉堡的中欧班列列为跨境贸易提供了全新的物流通道。

首批抵达上海的海运展品从汉堡港启程，首批搭乘中欧班列到上海的展品同样从汉堡首发，两座城市的连接越来越紧密，也让汉堡港收获大量的关注。此次，汉堡港营销协会携汉堡港口与物流股份公司参加进博会，就位于服务贸易展区。汉堡港每年与中国业务有关的集装箱吞吐量约为240万标准箱（TEU）。这意味着，在汉堡港装卸的每三只集装箱中就有一只来自或将运往中国。

“中国是汉堡港最重要的贸易伙伴，汉堡港是中国‘一带一路’倡议在欧洲的重要节点。去年，汉堡与中国的国际班列货运量为10.7万标准箱。”汉堡驻中国联络处首席代表潘梓表示，“尽管全球疫情仍在继续，我们不会错过进博会这个重要的国际交流平台。”

除了汉堡港，服务贸易展区还聚集了众多航运、物流、港口企业。比如，中远海运集团将携手10家相关境外企业参展，包括比雷埃夫斯港务局和阿布扎比港务局。

业内专家认为，在新冠肺炎疫情持续、航运价格高企、国际贸易通道受阻严重的当下，进博会服务贸易展区将进一步推动商贸往来，为促进国内国际双循环新发展格局提供保障。



施工人员在搬运用于第四届进博会展台搭建的材料。目前，在位于上海市青浦区的进博会举办地国家会展中心（上海）内，各大展区展台的搭建、布展工作正有序进行。第四届中国国际进口博览会将于11月5日至10日在上海举办。

新华社记者方喆摄

上海加速建设国际重要艺术品交易中心

十条新政助力“艺术上海”

千的《味江》、莫奈的《小艾莉的海角》、贾柯梅蒂的《戴亚高的半身像》等一大批中外艺术巨匠名作陆续运抵第四届进博会展区，开启它们精彩非凡的“进博之旅”。

该展区面积逾1200平方米，共吸引来自英国、西班牙等11个国家和地区的20家境外机构参展。佳士得、苏富比、富艺斯等顶级拍卖行也悉数参加。其中，多达178件的展品数量、高达23.5亿元的展品估值，已远超去年进博会5件文物艺术品、200余万元货值的参展规模。业内人士预计，在上海国际艺术品交易月举办期间，一批重量级文物艺术精品佳作有望通过进博会交易回流。

与此同时，上海还发布了推动国际重要艺术品交易中心建设的十条新政策，推出覆盖全

城的“艺术上海”计划，并宣布将于2022年举办中国国际文物艺术品交易博览会。

记者获悉，《上海市推动国际重要艺术品交易中心建设、支持艺术品产业发展的重点政策》明确表示，上海将从政策制度、财政资金、服务保障等各环节发力，加速推动上海千亿元艺术品产业规模形成。这十条新政策的主要内容包括：上海将在浦东新区积极推动立法促进文物艺术品交易，建立吸引国内外文物艺术品机构集聚、促进产业发展的制度性保障措施；支持外资拍卖企业拍卖境外征集的1949年以后去世的部分外国艺术家作品；支持国内外知名艺术机构落户；落实进博会对文物艺术品的优惠政策以及扩大进博会“溢出效应”等。



新华社上海11月2日电（记者桑彤、周蕊、何欣荣）服务贸易展区许多展品“看不见”，却又含金量颇高，这一展区魅力何在？全球三大拍卖行、四大会计师事务所、三大国际快递、运力排名前五的船公司为何齐齐前来？第四届中国国际进口博览会服务贸易展区，将迎来54个国家和地区的300多家企业参展，助推全球服务贸易“再升级”。

关注明天：聚焦绿色、数字化

在服务贸易展区，不少金融咨询业的“老朋友”再度聚首。连续第四年参展的会计师事务所德勤，在原有服务贸易展区的基础上，增加了技术装备展区，从绿色和数字化两方面展示创新的数字化产品及行业解决方案。

“此次我们在展台设计了‘未来工作’全景沉浸式体验区，通过智能控制和声光电技术模拟不同情境下的工作环境，让参与者可以身临其境感受德勤在绿色智能建筑、未来城市管理等方面的最新成果。”德勤中国副首席执行官蒋颖介绍，其中展示的“The Edge”大厦是在巴

新华社哥本哈根电（记者林晶）或许很少有人听说过丹麦比隆，但诞生在这座小城的“乐高积木”早已风靡全球、无人不知。在1.2万平方米的比隆“乐高之家”里，2500万块乐高积木搭建起瀑布、恐龙、巨型植物等景观，奇思妙想令人惊叹。

如今，这些创意同样可以在万里之外的中国找到。

今年国庆假期，乐高集团在广州开设了全球最大的乐高品牌旗舰店。截至今年6月，乐高在全球拥有737家门店，其中291家在中国。

今年，乐高还将参加第四届中国国际进口博览会。

作为从首届进博会就参与其中的跨国企业，乐高把进博会看作是企业发展的绝佳平台。

乐高集团首席执行官尼尔斯·克里斯蒂安森（中文名倪志伟）说：“进博会是一个非常好的平台，为跨国公司创造了与当地合作伙伴、政府等交流的机会。”

他表示，进博会展示了中国持续扩大开放、不断优化营商环境的努力，鼓励着外资企业在中国进一步投资、发展和创新。

倪志伟介绍，2021年上半年，全球新开的60多家乐高零售门店中有40多家设在中国；预计到今年年底，乐高将在中国85个城市拥有300家零售门店。

“进博会给我们好平台，向中国乃至全球消费者介绍新产品、新技术和新服务。”乐高集团高级副总裁、中国区总经理黄国强表示。

黄国强介绍，过去几年在进博会上亮相的产品在市场产生热烈反响，特别是基于中国传统文化元素创作的乐高悟空小侠系列，不仅在全球热卖，动画片也在美国、英国、加拿大等地上线，助力中国传统文化更好走向世界。不久前，乐高宣布与美国亚马逊公司达成首个原创内容分销及产品协议，乐高悟空小侠动画片正式上线亚马逊Kids+频道。

（参与记者：周蕊）

最“香”展区，感受“舌尖上”的开放

上千家企业云集进博会食品及农产品展区

首发。

“进博会不仅是我们全面展示实力的珍贵机会，更是显示我们对中国市场信心的窗口。”恒天然大中华区首席财务官阿克沙伊·阿加瓦尔说，通过进博会“牵线搭桥”，企业获得更多本土企业客户，仅与厦门建发股份的合作订单就达180亿元。今年，企业将带来亚洲首发新西兰草饲鲜牛乳，还提前“锁定”了第五届进博会，签下“未来之约”。

都乐公司将在第四届进博会上“亚洲首发”比利时红啤梨。都乐中国品牌总监王娜说，过去几年，进博会一直都给企业提供了非常好的

品牌展示平台。“在前三届的进博会上，我们陆续首发了一些新品，比如，巴西甜瓜、菲律宾牛油果等都成为‘爆款’，也让我们对今年的新品非常有信心。”

除了是首发首秀的大舞台，这里也是展商们一年一度的“盛会”。

“虽然我今年不能亲身前来，但我依然会以‘云端连线’的方式参与到进博会中，分享这一舞台带来的大机遇。”去年不惜来回隔离28天前来参加进博会的新西兰乳业企业纽仕兰研发总经理罗伊·范登克说，进口博览会对任何进口商来说都是最好的“舞

台”。

进博会的“老朋友”达能全球高级副总裁李健说，借助“进博效应”，达能累计将30多款新品引进中国市场，在进博会上所获取的市场洞察，又进一步促使达能不断加大在中国产业链前端的布局。

值得注意的是，根据防疫防控方案总体要求，相关部门在提供进境展品绿色通道的同时，加强食品的防疫检测，尤其是对冷链展品实施“口岸入境检验检疫、分批进入总仓、集中消毒和核酸检测、统一运输入馆”措施。

新华社北京11月2日电 11月1日出版的2021年第44期《瞭望》新闻周刊在“治国理政纪事”专栏刊发了记者于佳欣采写的文章《加快走向贸易强国》。摘要如下：

上海，宛如“四叶草”的国家会展中心，一派繁忙。这里即将迎来又一场如约而至的全球贸易盛会——第四届中国国际进口博览会。

坚持举办进博会，主动扩大进口，推动进口和出口协调发展，是中国加快贸易强国建设的一个缩影。

进出口总量大、占世界贸易比重高，中国已成为名副其实的贸易大国，成为全球贸易体系里不可或缺的关键一环。然而，贸易“大而不强”的特点却依然突出。无论是从贸易结构、贸易方式，还是从贸易主体、贸易产品上看，中国距离贸易强国都有一定的差距。

商务部研究院对外贸易研究所所长梁明说，贸易强国建设是贸易大国建设的必然延伸，是中国推动经济发展质量变革、效率变革、动力变革以及提高全要素生产率的重要举措，也是建设中国现代化经济体系的重要内容和迫切要求。

加快创新驱动，优化贸易结构，培育新业态，建设平台体系，深化改革开放，营造法治化国际化便利化贸易环境……2019年11月19日，《中共中央 国务院关于推进贸易高质量发展的指导意见》公布，为我国建设贸易强国进一步明确了路径与方向。

贸易强，首先是产业强。不断提高产品质量、提升品牌影响力，夯实产业发展基础，是建设贸易强国的当务之急。

除了企业加强自主创新、国家加大科研投入，外贸转型升级基地建设也发挥了重要作用。商务部相关负责人介绍，截至目前，全国共有国家外贸转型升级基地578家，涵盖机电产品、农产品、医药、新型材料、专业化工等8大行业，推动企业向着创新驱动迈进。

产业创新是基础，制度创新是保障。几经扩围如今形成覆盖东西南北中的21个自贸试验区“雁阵”，制度创新成果硕果累累。商务部自贸区港司司长唐文弘说，设立六年多来，自贸试验区已累计向全国或特定区域复制推广超260项制度创新成果。其中，投资便利化、贸易便利化领域各占76项。

贸易强国，意味着抵御风险和冲击的能力更强，这就要求不能把鸡蛋装在一个篮子里。

商务部研究院国际市场研究所副所长白明说，未来，中国在继续深耕、巩固扩大欧美高端市场份额的同时，要大力拓展新兴市场，特别是“一带一路”沿线市场，逐步提高自贸伙伴市场在我国对外贸易中的占比拓展市场的重要性。

服务贸易越来越成为贸易强国的本质特征与核心衡量指标，我国服务贸易发展将迎来新的机遇，也将为贸易强国建设打开更广阔的前路。

商务部服务贸易和商贸服务业司司长陈春江说，未来在服务贸易领域，商务部将持续推进改革，全面深化服务贸易创新发展试点。继续放宽服务业市场准入，制定全国版跨境服务贸易负面清单。同时，还将大力发展数字贸易，加快服务贸易数字化进程，拓展特色服务出口基地以及共建“一带一路”国家和地区的服务贸易合作，推动完善国际服务贸易规则治理体系。

建设贸易强国，更需在国际经贸规则重构中占据主动地位，积极参与全球经济治理并发挥重要作用。

近年来，我国在参与全球经济治理方面取得了显著进步。反对单边主义和保护主义，推动对世界贸易组织进行必要改革，积极参与多边贸易规则谈判，维护多边贸易体制的权威性和有效性。深入参与二十国集团、金砖国家、亚太经合组织等多边和区域、次区域合作机制，积极贡献更多中国倡议、中国方案。

“十四五”规划纲要强调，必须强化国内大循环的主导作用，以国际循环提升国内大循环效率和水平，实现国内国际双循环互促共进。

“强化国内大循环的主导作用，有利于促进内需和外需，进口和出口协调发展。强化国内大循环的主导作用也会赋予外贸企业更多国际竞争中的主动权。”白明说。

《瞭望》刊文：加快走向贸易强国