

与时偕行天地宽

——第七届中国国际进口博览会观察

东方之约，五洲汇聚。黄浦江畔，万商云集。

11月10日，第七届中国国际进口博览会在上海圆满收官。

6天里，近3500家参展商、约800个采购团体乘兴而来、满载而归。按年计，本届进博会意向成交额800.1亿美元，比上届增长2.0%。

志合者，不以山海为远。
“我们要以开放纾发展之困、以开放汇合作之力、以开放聚创新之势、以开放谋共享之福，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。”习近平主席的深刻论述和鲜明宣示，在本届进博会上有了新的生动实践。



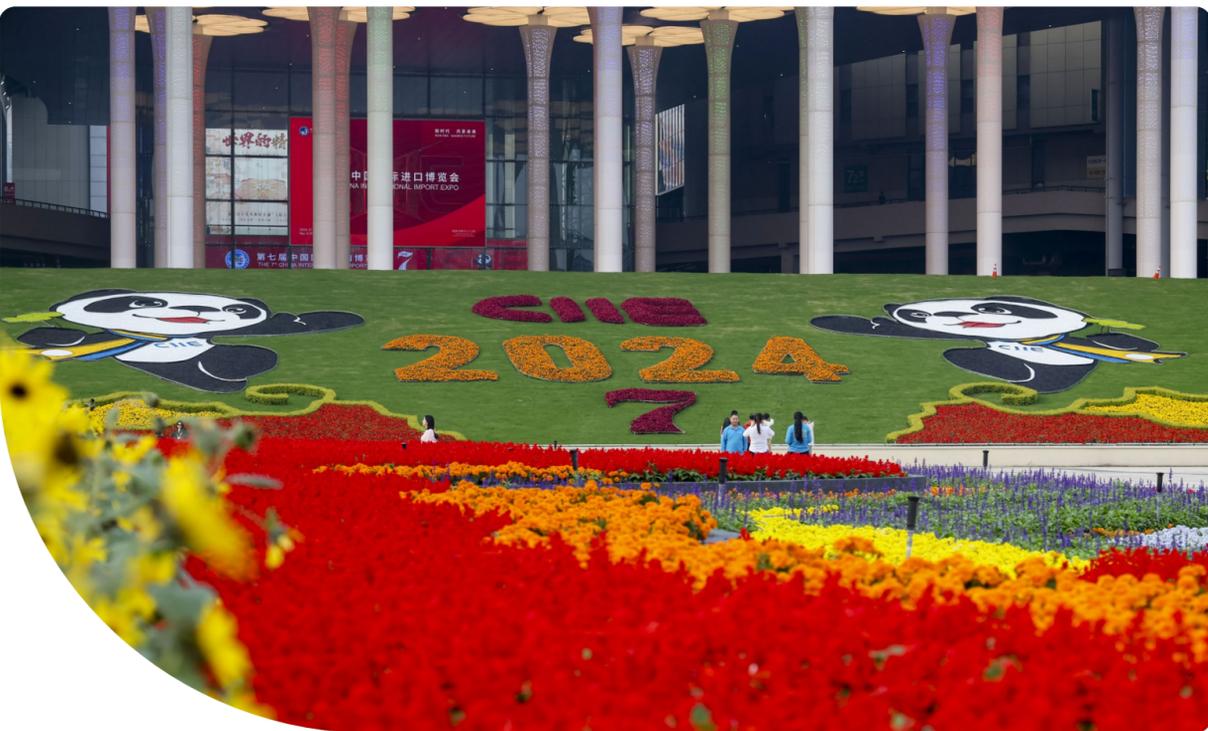
11月6日，表演者在第七届进博会国家综合展的哈萨克斯坦展馆演奏乐曲。

新华社记者 张可任 摄



11月5日，第七届虹桥国际经济论坛《世界开放报告2024》发布暨国际研讨会在国家会展中心（上海）举行。

新华社记者 王翔 摄



第七届中国国际进口博览会举办场地——国家会展中心(上海)外景。

新华社记者 王翔 摄

汇世界——进博之约磁力不断增强

上一批客商还没走，又一批客商已经到了；前一场签约刚结束，LED屏幕上又准备了新的签约背景板……这几天，西子门能源展台分外热闹。这家进博“全勤生”每年都能拿下“绿色大单”，今年，又有10多场签约。

从回头客变回头客，再到常驻客，西子门能源是个缩影。七年进博会，全球186家企业和机构保持“全勤”，至少80家企业和机构已提前一年预约了第八届进博会。

——这里有巨大而开放的市场。
签大单、签长单。今年进博会，39个政府交易团和4个行业交易团，共计780个分团到会采购，数量达到新高，这些专业买手精挑细选，既瞄准消费提质新趋势，也致力于为中国产业转型升级升级添砖加瓦。

“今年，美国食品与农业馆成交7.11亿美元，比去年增长41%。”上海美国商会会长郑艺感慨，进博会的商机绵延不断。

——这里有面向全球的展示舞台。
脊柱手术机器人、米其林月球探测车轮胎、“空中出租车”载人真机……本届进博会新品发布台上，平均每隔15分钟，就会有一件或者多件全球首发、亚洲首秀、中国首展。今年，超400项新产品新技术新服务亮相。

“七年来我们在进博会全球首发了29款新品，其中，有19款产品灵感来源于中国传统文化。”乐高集团高级副总裁、中国区总经理黄国强说，这些充满中国元素的产品不仅在中国市场备受欢迎，在全球市场上同样热卖。

——这里有投资中国的有效指引。
进博会是世界观察中国经济的一扇窗，为众多跨国企业扎根中国、深耕中国提供了风向标。

不久前，美敦力康迪与江苏常州国家高新技术产业开发区签署投资合作协议，进一步加码增资；今年4月，欧莱雅正式启动苏州智能运营中心，这是其今年在中国市场最大的投资项目；贺利氏仅今年就有5家工厂在中国新开工或竣工……

“‘下一个中国’依然是中国，投资中国就是投资未来。”欧莱雅集团董事长安巩的话，道出了许多进博之友的心声。

集众力——大家的事由大家商量着办

开放集众力，合作应变局。
第七届虹桥国际经济论坛发布的《世界开放报告2024》显示，2023年，世界开放指数为0.7542，同比下降0.12%，震荡收缩趋势明显。
“我们比以往任何时候都更需要一种多边形式，让成员能够聚在一起推行现有规则、谈判

新的规则并解决争端。”世界贸易组织首席经济学家拉尔夫·奥萨诺说。

进博会搭起开放的平台，汇聚起合作的暖意。本届虹桥论坛设置“全球南方”“世贸组织三十年与中国”“新型储能”“新能源汽车”“银发经济”等议题，不断为促进全球开放和发展集思广益。

本届进博会开幕前夕，欧盟对华电动汽车加征关税正式生效。但这并不能阻挡中外车企加强合作的强烈意愿。

在云集全球15大整车品牌、40多家国际产业链供应链企业的汽车展区，占据“C位”的多是中外合作的新能源汽车技术和产品。

德国大众汽车集团管理董事会主席奥博穆说：“我们在中国市场积累的经验和技能，也将为我们在全球市场的转型注入强劲动力。”

坚持“拉手”而不是“松手”，坚持“拆墙”而不是“筑墙”。

空客在本届进博会上展出三款新一代飞机模型及空客可持续发展路线图。值得一提的是，小到支架、座椅，大到机身筒段、机翼、舱门等部件，空客飞机上的中国元素越来越多。空客中国首席运营官柏舒曼表示，空客在天津设厂，可以更好利用中国完善的供应链体系，全球产业链供应链不能断。

“我们愿持续深化贸易投资合作和产业分工协作，坚决反对‘筑墙设垒’和各种形式的‘脱钩断链’，打造高效敏捷、富有韧性的全球产业

链供应链体系。”国务院国资委副主任、进博会中央企业交易团团长苟坪说。

惠全球——推动经济全球化不断向前

“您能不能帮我跟大家说一下，每人最多只能买一瓶？”刚聊了几句，鲁拉·阿卜杜向记者“求助”。

59岁的鲁拉，是叙利亚BioCham精油公司创办人。自打第一届起，BioCham就年年参展。

“进博会改变了我们公司的命运，改变了我的几十名员工家庭的命运，他们不用再背井离乡讨生活，因为遥远的中国给我们带来了触手可及的希望。”鲁拉眼里闪着泪光，“现在，我来进博会感觉就像是回家一样。”

鲁拉的进博会故事，是中国同全球南方国家携手向前的生动注脚。

为37个最不发达国家提供120多个免费展位，食品及农产品展区进一步扩大非洲产品专区面积，举办“全球南方的可持续发展与非中非合作”分论坛……本届进博会上，中国再次以实际行动为全球南方国家打开新的机遇之门。

从创办之初，进博会就坚持博采众长，既为发达经济体提供广阔平台，也为新兴经济体以及最不发达国家提供温暖天地，为世界经济百

花园持续注入活力。七年来，越来越多来自最不发达国家的产品通过进博会进入中国市场，带动相关国家产业发展、民生改善。

今年12月1日起，中国将给予最不发达国家100%税目产品零关税待遇。中国以实际行动同世界各国分享发展机遇，推动中国大市场成为世界大机遇，真正做到让发展成果更公平地惠及各国人民。

卢旺达奥克斯乐园蜂蜜公司创始人索朗热·穆雷凯齐表示，在进博会“惠全球”的理念下，世界没有被遗忘的角落。

中国的舞台，世界的精彩。
毕加索、齐白石、莫兰迪、潘天寿……涉及10多个国家、80多位艺术家的绘画、雕塑等作品，在进博会国际艺术专区“艺道·百年国际当代艺术项目”展览上亮相，为观众呈现出一场艺术盛宴。

进博会期间，200余场中外文艺表演精彩纷呈，既有河南的戏曲、新疆的舞蹈、浙江的皮影戏等中国传统艺术表演，也有来自克罗地亚、意大利、法国等国艺术家的精彩演绎，令人大饱眼福。

各美其美、美美与共。以进博为媒，中国正与世界书写更多合作共赢新篇章。
(新华社上海电 记者刘红霞、谢希瑶、周蕊)

第七届中国国际进口博览会作为全球瞩目的经贸盛会，吸引了全球企业和投资者广泛参与——

安徽的“进博红利”

11月10日，第七届中国国际进口博览会在上海闭幕。

作为全球瞩目的经贸盛会，本届进博会再次吸引了全球企业和投资者的目光。

不同于其他展会，进博会是全球首个以进口为主题的国家级展会。就是说，咱们是把全球的“卖家”请到“家门口”来做生意，而且做的是汽车、技术装备、医疗器械及医药保健、消费品、食品及农产品、服务贸易、创新孵化等类别的“大生意”。

承接进博会溢出效应，长三角地区当仁不让。那么，安徽是个什么样的买家？

安徽是会买的买家：技术装备，占到采购需求的六成左右。

安徽是有潜力的买家：安徽有5000多家外资企业落户，包括192家境外500强企业，安徽的产业链供应链的外向度和全球化程度显著提升，肩负建设具有国际竞争力的先进制造业集群的发展使命。

全球化的产业链造就全球化的竞争力。一定程度上，会买更有“高级感”。

基于此，安徽也将成为越来越活跃的全球买家。

个市交易分团、5个省直交易分团，共有2200余家单位、6200余人注册参会。

在进博会现场，不时能发现安徽客商的身影。来自安徽宝临食品有限公司的张保，就是其中一位。进博会开幕当天，作为公司国际贸易业务负责人，他早早带着翻译和采购人员穿梭在阿根廷、巴西、乌拉圭等国展区。

“前两天，我们就已经和好几拨海外客商碰面了。”张保告诉记者，该公司主要从事活牛养殖与屠宰加工，这次主要来了解外国展商的活牛存栏量和屠宰情况等，为元旦、春节的市场供应作准备，在进博会开幕的不到三天时间，他们已经采买了200多万美元。

安徽五星果品的采购人员也积极在进博会上寻找新颖的水果品种。该公司专注于高端进口水果与国产精品水果的全产业链运营。“通过进博会，我们争取到了新西兰奇异果品牌佳沛以及美国都乐公司的安徽区域总代理，大大提升了公司核心竞争力。”公司负责人陈秉政表示。

除了进口食品与消费品，从往年交易情况看，技术装备、农产品、生物医药、服务贸易等亦是安徽“买买团”的重头戏。“今年安徽企业采购需求中，技术装备类占六成左右，服务贸易类也有所突破。”安徽省商务厅市场运行和消费促进处二级调研员王斌表示。

在技术装备展区，芜湖清水食品集团有限公司总经理翟笃奇告诉记者，从2018年开始，他们每一届进博会，都不曾缺席，因为享受到了进博会带来的实实在在的益处。
“通过进博会，我们引进日本川崎重工的智能生产线，大大提高了生产效率。也是通过进博会，我们购买到了国外高精尖实验装备，打造了企业检验检测中心、企业研发中心。”翟笃奇告诉记者，现在该公司已成为全国供应链创新与应用示范企业。

眼下，该公司正计划开拓海外市场。“这次，我们想要通过进博会找到食品保鲜方面更好的解决方案。”翟笃奇表示。

据统计，前六届进博会，安徽累计组织1.32万家采购单位、4.15万名人员参会，采购成交金额123.2亿美元。

越来越多的安徽企业，正通过进博会上的“买买团”，为升级准备，为发展“蓄能”。

“展商”变“投资商”

安徽“买买团”的活跃，引起诸多展商的关注，他们也为安徽的发展“点赞”。

全球500强、电力和自动化技术领域的领导企业ABB这次专门展示了一款高性能自动化控制柜，相关业务负责人表示，奇瑞、蔚来等均是其重要客户，他们希望能借助安徽的发展全面巩固拓展市场，同时也用自己产品和技术赋能安徽先进制造。

跨国企业江森自控是七届进博会的“全勤生”。在本届进博会上，该公司带来了新近发布的楼宇自动化系统。

江森自控中国区自控业务销售总经理、大客户总监李蔚告诉记者：“安徽经济特别是安徽新兴产业良好的发展态势，为我们带来了更多市场机遇。像芜湖数据中心集群建设、安徽汽车产业集群的发展都是我们重点关注的对象，有利于我们挖掘项目机会。”

而在展会上，记者发现，除了中国馆的实物展示外，其他展馆也有一些“安徽制造”的亮相。

在大众汽车集团(中国)展台，作为大众汽车品牌在中国的首款智能电动轿跑SUV进行展出的车型“ID.与众”就是妥妥的“安徽制造”。

在跨国公司3M的展台，工作人员告诉记者

者，安徽乃至中国的新能源汽车产业的快速发展，对电池高性能隔热产品技术提出了庞大的市场需求。2023年，该公司投资数百万美元在合肥工厂新建的电芯隔热垫产线正式投产。

“进博会七届，我们不断扩大‘朋友圈’，力促‘展商’变成‘投资商’，越来越多的产品、技术正在实现本土化落地生产。”王斌表示。

今年1月至8月，安徽利用外商直接投资79.7亿元，安徽利用外资增速连续21个月高于全国，其中全省制造业外商直接投资占比达到56.3%。截至目前，累计已有超5000家外资企业在皖扎根，92家境外世界500强在皖设立企业192家。

大众、康宁、马牌轮胎、联合利华、渣打银行等海外知名企业和机构落户安徽。进博会也让这些本土的新产品、新技术、新服务登上“大舞台”，加快“走出去”。

“流量”变“留量”

外贸行业内，流行这样一句话：外封邮件，不如一次见面。

中国也有句古语：“见面三分熟”。本届进博会，共有129个国家和地区的3496家展商参加，国别(地区)数和企业数都超过196，参展的世界500强和行业龙头企业达297家，创历史新高。

要让这些“流量”来到安徽成为“留量”，离不开政府的积极有为。

近年来，安徽积极打造联系服务外商、招引外资的机制化平台——海客圆桌会，吸引了一批企业投资安徽，擦亮了安徽对外开放的品牌。凭着同处长三角、距离上海车程仅2小时的区位优势，借着进博会的“东风”，安徽继续发挥高能级平台作用。

进博会开幕前夕，11月3日，安徽省政府邀

请出席进博会的法国高级别政商代表团来皖访问，并在合肥举办海客圆桌会(法国专场)。会上邀请的嘉宾阵容包括，法国工商会、法国索姆省中小企业联合会、法国上法兰西大区工商会、法中孵化器联盟协会……这些商会在促进中法贸易往来上，发挥着重要的作用。

法国亚眠市终身荣誉副市长、法国索姆省中小企业联合会主席帕斯卡尔·弗拉德维尔表示，这次来的主要目的是和中国的同行们在新技术、人工智能等新兴领域找到共同点。他认为，法国和中国都有非常强劲的科教资源，尤其是安徽合肥这几年在新能源、电动车，包括超级计算机等领域都走到了世界前列，这对法国的中小企业是一个巨大的机会。

经过前期的协商，会上还举办了签约仪式——中国科大科技商学院与法国工商会(上法兰西分会)、法国中小企业联合会(索姆省分会)、法中孵化器联盟协会达成合作；法中孵化器与合肥市庐阳区将联合打造中法AI产业园。

11月6日，安徽省商务厅、淮南市人民政府又在上海主办了海客圆桌会·淮南专场活动。12家海外机构和企业家代表从新能源汽车产业、生命健康、低碳经济、现代服务等领域深入交流合作机会。

第七届进博会已落下帷幕。好客的安徽将再次伸出双手，利用进博会溢出效应及资源，举办第七届进博会安徽省国际生物医药产业客商安徽行活动，组织走访池州等地，开展生物医药产业国际交流合作。

从来没有一蹴而就的合作，有的是一次又一次的诚挚邀约，一场接一场推心置腹的交谈，才能造就开放程度越来越高、国际美誉度越来越高，在“买全球”上越来越活跃越有“高级感”的安徽。

来源：《安徽日报》

“买买团”

“采买”是这次安徽交易大军参会的首要目的。本届进博会，安徽共成立1个省交易团、16