人民日报 9
2026年11月5日　星期四

多项指标创新高　进博会硕果可期

本报记者　田　泓

11月5日，第九届中国国际进口博览会在国家会展中心（上海）拉开帷幕。

走入第九个年头的进博会魅力依旧，规模、质量、参与度等多项指标创下历史新高。162个国家、地区和国际组织参与，4142家境外企业参展，整体面积首次突破44万平方米，世界500强和行业龙头企业首次超过300家。共赴“进博之约”，国际社会对中国投下“信任票”。

与时俱进，历“九”弥新，进博会不断扩大开放、提升服务、创新场景，为全球共享中国机遇搭建舞台。

国家展扩容提质

为“新面孔”提供展示新空间

本届进博会国家展扩容提质，有65个国家和4个国际组织参展。其中，摩尔多瓦、罗马尼亚、塞舌尔、加蓬、索马里、联合国开发计划署是首次参展的“新面孔”。

今年进博会首次推出主宾国和年度“出口中国”主题国专属“权益包”，打造“馆内展示+馆外城市联动”新模式，把展示从展馆延伸到上海城市空间。进博会期间，将举办系列对接活动，组织采购商选购英国、西班牙、哈萨克斯坦、肯尼亚、泰国等“出口中国”主题国商品。

罗马尼亚工商联合会驻华首席代表罗伯特·米特罗凡表示，今年是罗马尼亚第一次以国家馆形式系统亮相进博会，“不仅是多一个展台，更是国家级形象第一次走进中国开放的大门”。罗马尼亚工商联合会设立了上海代表处，承担市场准入咨询、协助县级商协会对接长三角、为中小企业担任“信任门户”三项职能。目前，已有60多家罗马尼亚企业、机构关注进博相关活动，葡萄酒进商超、矿泉水进酒店、新能源进园区、汽配进供应链，目标从“短期参展”走向“长期经营”。

持续扩大单边开放，对非洲建交国全面实施零关税举措在第九届进博会集中落地见效。亚非产品专区全面提质升级，提供给最不发达国家的免费展位面积增长17%，鼓励更多全球南方国家用好进博会平台。

唱响合作共赢强音，丰富国际公共产品供给。第九届进博会将连续第六年发布《世界开放报告》及最新世界开放指数，为全球开放提供研究参考，设置“中国机遇2.0”特色专章，展示“十五五”中国高水平开放带来的新机遇。首次发布《出口中国能力发展报告》，聚焦共享中国市场，帮助更多国家特别是全球南方国家提升对华出口能力，把中国市场机遇转化为发展收益。

企业展专业化程度升级

创新正越来越多地双向流动

第九届进博会企业展延续“6+1”格局，继续设置技术装备、消费品、农食产品、汽车及智慧出行、医疗器械及医药保健、服务贸易等六大展区和创新孵化专区，专业化程度全面升级，特点特色更浓，品牌效应更强。新质生产力集结成势，黑科技、硬科技集中同台亮相。算力硬件与半导体全链条头部企业、全球知名半导体芯片企业、工业电气企业和电梯企业集体参展。





医疗器械及医药保健展区汇聚12家世界500强制药企业，全球排名前20的制药企业有16家参展，全球前三大医学影像企业和前三大放疗设备企业参展，展览规模创历届新高。

“全勤生”拜耳此次带来近30项首展。历届进博会，拜耳见证了多款创新成果“从展品到商品”：数款药物从最初单一适应症逐步拓展至多项适应症，影像诊断高压注射系统从进口产品逐步实现本地化生产。

拜耳集团管理委员会主席比尔·安德森表示，最初参展时，更多是将进博会视为把全球创新带进中国的窗口；如今，进博会已经成为拜耳全球创新网络的重要舞台。拜耳已在中国布局了6个研发和创新中心，连接创新者、科研人员、企业家和产业伙伴，共同解决问题、惠及患者。此外，创新正越来越多地双向流动——把全球经验带到中国，也把中国创新推向世界。

具有百年历史的加拿大皮革和鞋类护理品牌、受英国消费者喜爱的精致茶具、起源于祖母陶罐茉莉香的泰国疗愈香氛……本届进博会在消费品展区和农食产品展区首设环球国民品牌展示区，助力全球好物走进中国千家万户。虹桥国际经济论坛同时开设“高水平开放改善民生福祉——中国餐桌上的世界美味”“消费焕新：新场景、新供给与新增长”两场分论坛，理论与实践相互印证，探讨全球优质商品对接中国大市场的实现路径。

服务贸易展区是进博会唯一的“非实物”展区。本届设立金融创新、专业服务、会展文旅、物流生态四大专区，全新打造“一站式全球服务汇进博”主题展示线路。

创新孵化专区呈现创新实践，汇聚海外孵化器、跨国巨头创新部门和硬科技初创企业，打造开放式、多元化、可持续的创新孵化生态体系。宝马中国研发中心、波士顿科学、碧迪医疗联合万疆创新中心等入驻专区，展现传统行业巨头布局新赛道的努力。

米其林以“向新·共进”为主题第六次参加进博会，不仅呈现米其林可持续创新成果，更呈现创新背后的中国产业同行者。米其林中国业务负责人叶菲表示：“进入中国37年来，米其林与中国产业的连接越来越深。从服务消费者的日常出行，到支持客户的专业运输与作业；从引入全球创新，到持续提升本土研发、制造和服务能力，米其林积极回应中国市场提出新的需求，持续探索的新答案。”

“进博会早已不只是商品交易平台，更是实现商品、科技、产业深度融合的重要载体。”上海社会科学院应用经济研究所副所长、研究员汤蕴懿指出，发展新质生产力关键在于推动科技创新与产业创新深度融合。

制度创新成常态

加速进博成果落地新场景

10月26日，“全勤生”意大利珠宝企业维缇珐在上海外滩金融中心保税仓开启进博预展。“以往进博会参展展品必须锁仓封存，无法提前对接客户。今年，展品入驻外滩金融中心保税仓后，可在保税状态下预展、提前进行商务对接，将进博会6天展期的贸易红利向前延伸了近半个月。”企业负责人陈海燕介绍，进博会开幕后，这批货品将通过“进博直通车”进入进博会主场馆“四叶草”展出。

“进博直通车”是上海海关在上海市中心商圈和进博会主场馆之间搭建的绿色通道，去年获海关总署批准，在黄浦区商圈保税仓率先试点。今年，试点走向常态化，上海市内符合条件的保税仓均可直通进博会场馆，开展保税展示交易。

11月2日，上海虹桥绿地进博OPC社区在与“四叶草”一路之隔的绿地全球商品贸易港启幕。绿地集团董事长、总裁张玉良表示，社区将推动“进博+AI（人工智能）”深度融合，围绕海外品牌在市场分析、商品内容制作、品牌推广及渠道运营等方面的需求，引入专业团队，帮助进博展品更好适应中国市场的消费特点与渠道生态。

“进博会是全球新品的集中首发场，上海则要做全球新品的首发地。”上海市副市长卢山说。2018年首届进博会落地，同年上海提出打造全球新品首发地。通过全国首创的首发进口消费品检验便利化措施，进口商品通关时长由最少7天缩短至最快当天放行，推动超过3万款首发新品快速落地。聚焦制度创新、资金支持、保障配套，上海累计吸引全球、亚洲、全国等高能级首店1700余家落户。8年过去，上海首发经济实现了从1.0到4.0的迭代，承接进博会溢出效应从促进展品落地，演进为城市与展会的共同成长。

本届进博会期间，上海将同步打造“进博首发新潮流”系列活动，在陆家嘴Lu—link全球消费精品展示基地、张园全球首发首秀平台等“第二现场”打造首发新品场景。

开放聚力，创新赋能，第九届进博会硕果可期。





图①：第九届进博会技术装备展区。　人民网记者　王　初摄
图②：展台展出的重型燃机模型。　人民网记者　翁奇羽摄
图③：展台展示的整车质量控制检测方案。　人民网记者　王　初摄
图④：工作人员在展台调试设备。　新华社记者　丁　汀摄
图⑤：国家会展中心（上海）南广场。　人民网记者　王　初摄

本版责编
吕钟正　吴　凯　韩文榕
版式设计
张芳曼

R编辑观察

进博会释放中国发展长期确定性

西　岸

进博会之所以能历久弥新，“长期主义”是答案之一。

所谓长期主义，就是在不确定性中坚持做正确的事。进博会始终向世界释放着中国稳定合作发展的长期确定性，这份确定性来自主办国、参展商和利益相关者的共同努力和双向奔赴。

一是中国与世界共享机遇的坚定承诺。

多年来，进博会始终如约而至，唱响合作开放的主旋律。8届进博会开放成果斐然，累计吸引超180个国家、地区和国际组织参展，2.7万家次境外展商参加企业展，发布超3400项代表性首发新产品、新技术、新服务，成为推动高水平开放的平台、全球共享的国际公共产品。“中国市场这么大，欢迎大家都来看看”，不是一句口号，而是一诺千金的持之以恒。

二是外企深耕中国的持久信心。

169家企业、30家境外组展机构连续9届参展，“全勤生”们的信心，不仅来自过往在中国市场取得的成功，更在于对中国未来长期向好的预期。不少“全勤生”深耕中国数十年，吸引其继续扩大投资布局的“中国红利”，早已从成本优势转向创新动能。进博会是外企观察中国市场的窗口和链接本土产业的平台，融合共创成为众多外企在华发展的关键词。

对全球南方国家和中小企业来说，进博会展示了中国大市场的无限可能性。从几平方米小展位，到租下几十平方米展位，再到开设实体店，秘鲁羊驼、叙利亚古皂等诸多进博励志故事，让更多参展商决心从“短期参展”走向“长期经营”。

三是进博会与时俱进越办越好。

8届进博会紧扣产业发展、技术前沿和民生需求，展区设置越来越专业、参展体验越来越顺畅、成交对接越来越高效、平台功能越来越强大。第九届进博会再出新举措：“出口中国”“购在中国”“投资中国”三大品牌汇聚联动；围绕贸易、投资、海关、税收等企业高度关切领域，首次汇编第九届进博会便利化措施手册；跨境电商优选平台、大件运输降费等一批试点举措在展会先行先试；“六大专业赋能服务”从展位保障向全流程价值赋能跃升，全面提升展客商参会体验。进博会自身成为开放政策的“压力测试场”。

四是进博溢出效应延伸深化。

从首展首秀到首发经济，从“进博专属”便利措施到常态化政策落地，进博会带来的不仅是新产品和新技术，还有供应链的整合、产业链的延伸和规则制度的优化。持续办好进博会写入国家顶层设计，平台功能获得制度性保障，进博会已从“年度展会”上升为国家开放战略的常态化制度安排和长期政策工具。

“中国国际进口博览会不仅要年年办下去，而且要办出水平、办出成效、越办越好。”这是中国坚持高水平对外开放的坚定决心与长远战略。