共赴“进博之约”　共享中国机遇

本报记者　罗珊珊　田　泓

习近平主席强调，“希望进博会加快提升构建新发展格局的窗口功能，以中国新发展为世界提供新机遇；充分发挥推动高水平开放的平台作用，让中国大市场成为世界共享的大市场；更好提供全球共享的国际公共产品服务，助力推动构建开放型世界经济，让合作共赢惠及世界。”

11月的上海，“四叶草”再度绽放。

11月5日至10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。162个国家、地区和国际组织参与，4142家境外企业参展，整体展览面积首次突破44万平方米，多项数据再创历届之最。

进博会，读懂中国的一扇窗口。

在展馆的洽谈桌前，“世界好物”找到了进入中国的通道，“出口中国”有了新成效；在展馆之外的大街小巷，“中国游”“中国购”持续火热，“购在中国”渐成新风尚；在签约台上的投资清单里，跨国公司把展台变成了工厂和研发中心，“投资中国”落到了实处。

“出口中国”“购在中国”“投资中国”，指向同一个词：开放。“十五五”规划纲要明确提出要“持续办好进博会、广交会、服贸会等重大展会”。通过一届届越办越好的进博会，中国将扩大高水平对外开放承诺转化为看得见、摸得着的订单增量和民生实惠，中国大市场成为世界共享的大市场。

“出口中国”——从“卖全球”到“买全球”

过去，世界熟悉的是一个“卖全球”的中国；透过进博会，世界正在重新认识一个“买全球”的中国。

中国主动扩大进口，不是权宜之计，而是有着面向世界、面向未来、促进共同发展的长远考量。

“进博会让我们有机会展示契合中国消费者需求的创新产品和解决方案，并由此开拓新的商业机遇。”路易达孚集团首席执行官高启说。

过去8届进博会，路易达孚与众多在华合作伙伴签署贸易意向协议，涵盖谷物油籽、棉花、植基配料、消费零售等多个业务板块。今年，路易达孚带来丰富的食品与饮料产品，包括高端食用油品牌“金掌门”系列产品、第三方果汁品牌“佛州鲜然”、来自全球主要产区的优质咖啡生豆，以及喷干咖啡、冻干咖啡和浓缩咖啡液等咖啡产品，以满足中国市场日益多元化的消费需求。

从展品到商品，进博会为全球企业共享中国大市场机遇打开了一扇窗。

第九届进博会还未开幕，诺华就早早签约参展第十届进博会。“诺华是进博会溢出效应的受益者之一。自2018年参展首届进博会以来，诺华已有60余款新药及适应症在华获批。不少在进博会上首次亮相的创新治疗方案，已经完成从展品到商品的跨越。”诺华公司中国区总裁兼董事总经理李尧介绍，本届进博会，诺华将首次在中国展出免疫领域创新在研药物。

2025年11月4日，第八届进博会开幕前一天，商务部在上海世界会客厅成功举办“共享大市场·出口中国”系列活动启动仪式。过去一年，商务部坚持“政策+活动+平台”协同发力，累计开展近百场“出口中国”活动，为各国优质产品进入中国市场提供更多渠道。

一年来，进博会筹备工作与“出口中国”品牌活动深度联动、同向发力。

邀请英国、西班牙、哈萨克斯坦、肯尼亚、泰国等担任“出口中国”年度主题国，联动进博会全球推介，推动海外优质出口企业与国内采购主体精准对接。

英国骨瓷、加拿大行李箱、泰国香氛……今年进博会首次打造环球国民品牌展示区，聚焦主宾国和“出口中国”年度主题国，遴选了约100个历史悠久、品质优良的品牌集中亮相。





“购在中国”——从“中国游”到“中国购”

交易的是商品和服务，交流的是文化和理念。进博效应正从贸易投资领域向文商旅体等领域多维度拓展，集聚全球优质消费资源，带动更多来华参展商走出展馆、到中国旅游购物，实现“在中国、购全球”。

让进博流量转化为消费“留量”，今年的“进博三荟”全面升级：

精品荟首次引入“非遗工坊”与“大国工艺进博精品”展示区。“非遗工坊”集中呈现全国非遗工坊实践成果，如羌绣、蜡染、织锦、藤编、漆艺等，现场还有传统技艺表演、技能体验等互动环节。“大国工艺进博精品”展示区汇集62件国家级大师与新生代传承人作品，展现中国传统工艺的当代生命力。

美食荟新增环球美食品鉴区，来自意大利、土耳其、美国、韩国、巴西等国家的主厨将轮番展示精湛厨艺，并配备专门打卡点位和拍照互动装置。

文艺荟位于国家会展中心（上海）中央圆广场，是汇聚文艺演出、品牌发布、文旅推介等多功能于一体的综合交流平台，今年首次与中国国际时装周、全球好咖啡评选等文化艺术活动联动。

消费的场域，也将从“四叶草”延伸到上海整座城市。“以开放交流、展城联动放大进博综合效应。”上海市副市长卢山介绍，文商旅体展联动方面，举办“购在中国·2026精品消费月暨上海迎进博消费嘉年华”，推出“进博首发新潮流”，举办进博票根联动等系列活动。

作为进博会组展商，绿地集团同样将展城双向互动作为今年的重点。一方面，在消费品展区打造“全球国民品牌精品馆”，组织来自30个国家和地区的近百个海外品牌参展。另一方面，在与“四叶草”一路之隔的绿地全球商品贸易港打造约500平方米的“上海定制”体验区，设置定制长廊、鞋服、珠宝、美妆、礼品、中外好物六大区域，引入王顺泰、百雀羚等特色品牌，提供现场量体、定制咨询等沉浸式体验。

“投资中国”——从参展商到投资商

如果说“出口中国”看的是市场的吸引力，那么“投资中国”更多看的是市场的确定性。从参展商变投资商，签在展台上的意向合作，最终落在了工厂车间和研发中心的地基里。

本届进博会，世界500强和行业龙头企业首次超过300家，九届“全勤”的企业和机构近200家。

跨国企业的投资清单，一年比一年长。

通用电气医疗在华投入的持续加码，生动诠释了进博会的溢出效应：2024年5月，上海诊断药物基地新增投资3.8亿元；2025年12月，位于天津基地内的“磁共振东半球总部研发创新中心”启用，这是其在美国以外唯一的系统级磁共振研发中心；2026年4月，北京影像设备智造基地，首条端到端、智能化的CT探测器“黑灯”示范产线启动……

“中国拥有全球最完整的工业体系，为中国高端医疗装备制造带来产业链优势。”通用电气医疗全球执行副总裁宋为群说，得益于此，通用电气医疗不断深耕中国，构建起极具韧性的本土供应链，具备全产品线及系列关键部件的国产制造能力。

“制造+创新”的优势叠加，让中国机遇有了新的内涵，从“在中国生产”转向“在中国创造”，“中国机遇2.0”意味着全方位的创新赋能、高收益的投资机会。

“中国不仅是全球制造中心，更有良好的创新土壤和条件，成为全球医疗科技创新重要策源地之一。”宋为群介绍，通用电气医疗依托中国四大研发创新中心、超过1800名本土工程师，已成功将200款本土创新产品推向市场，产品销往全球100多个国家和地区。

越来越多参展商从“6天参展”转向“扎根中国、加码投资”：有的从贸易商变为投资商，打造“中国生产、供应全球”的产业模式；有的从服务中国市场升级为全球的研发区域中心，让中国创新反哺全球。以进博会举办地上海为例，今年1至8月，上海实际使用外资115.9亿美元，同比增长6.9%，截至今年8月，跨国公司的地区总部和外资研发中心累计分别达到1120家和675家。

“出口中国”，是中国主动敞开的大门；“购在中国”，是中外消费者共同的选择；“投资中国”，是全球资本投下的信任票。从进博会出发，中国将同各国一道，继续构建开放型世界经济，加强彼此联通对接，把全球市场越做越大。





图①：汽车及智慧出行展区的御风未来展台。　人民网记者　翁奇羽摄
图②：外国参展商在进博会打卡留念。　人民网记者　王　初摄
图③：工作人员在调试人形机器人。　人民网记者　王　初摄
图④：医疗器械及医药保健展区，无液氦磁共振亮相飞利浦展台。　人民网记者　翁奇羽摄
图⑤：国家会展中心（上海）外景。　人民网记者　王　初摄

为世界经济提供宝贵稳定性

欧阳洁

黄浦江畔，共赴开放之约。11月5日，第九届中国国际进口博览会启幕。作为全球首个以进口为主题的国家级展会，进博会已从一场盛会成长为我国构建新发展格局的窗口、推动高水平开放的平台、全球共享的国际公共产品。本届进博会一大亮点是与“出口中国”“购在中国”“投资中国”深度联动，以高水平对外开放助推高质量发展，持续放大进博效应。

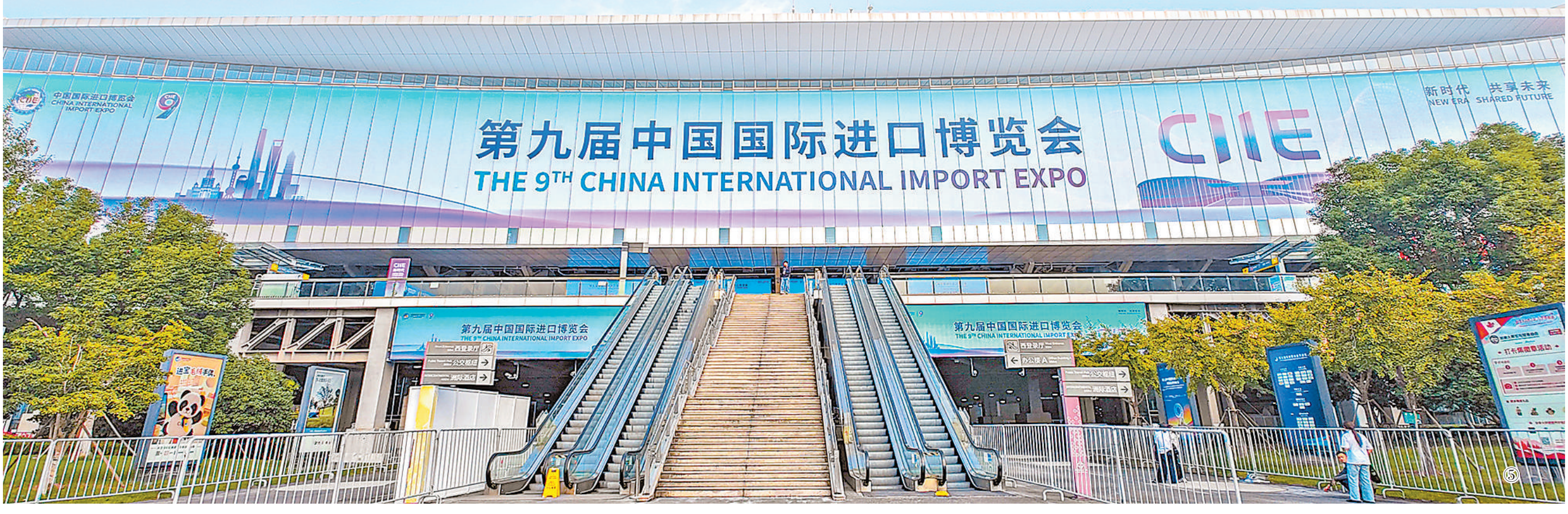
习近平主席强调，“当前，世界经济复苏动力不足，需要各国同舟共济、共谋发展。中国将始终是世界发展的重要机遇，将坚定推进高水平开放，持续推动经济全球化朝着更加开放、包容、普惠、平衡、共赢的方向发展。”“十五五”开局之年，全球经济风云变幻，中国经济顶压前行，展现出强大韧性和活力，以自身发展的确定性为世界发展繁荣持续注入新动力。越办越好的进博会如期而至，彰显中国主动向世界开放市场的坚定决心。

回望走过的历程，更能真切读懂举办进博会的深远意义。自2018年以来，越来越多全球优质商品在进博会首发首展首秀，通过进博会更好更快进入中国市场，满足中国消费者对美好生活的需求。已经举办的8届进博会累计展示3400多项新产品、新技术、新服务，不少商品从参展转向通过跨境电商常年销售，更多参展商透过新品首发带来的市场反馈，坚定了投资中国的信心。“展品变商品、展商变投资商”，进博会与“出口中国”“购在中国”“投资中国”联动互促，清晰勾勒出中国持续扩大高水平对外开放的生动图景，传递了中国同各国共享更多市场机遇、投资机遇、增长机遇的真诚愿望。

日益开放的中国为世界带来更多新机遇新动能。当今世界，单边主义、保护主义逆流而动，中国始终坚持扩大高水平开放，不断以中国新发展为世界提供新机遇。进博会正是中国主动扩大双向开放的鲜明例证。自今年5月1日起，我国对53个非洲建交国全面实施100%税目产品零关税，成为全球首个对所有非洲建交国实现全覆盖零关税的主要经济体。本届进博会升级亚非产品专区，将助力咖啡、芝麻等一大批非洲特色商品走进中国千家万户。本届虹桥国际经济论坛还会首次发布《出口中国能力发展报告》，从贸易伙伴角度梳理中国市场机遇潜力，让“各国所优”更好对接“中国所需”，把中国市场机遇转化为实实在在的发展红利。

“出口中国”，中国是稳定的出口目的地；“购在中国”，中国是规模巨大、潜力巨大的消费市场；“投资中国”，中国拥有完备的产业体系和高效的协同创新生态。“出口中国”“购在中国”“投资中国”联动，共同向世界发出坚定信号：中国愿以超大规模市场的确定性，与各国共享机遇、共创未来，为世界经济提供宝贵稳定性。

本版责编：刘志强　邱超奕　韩　鑫
版式设计：沈亦伶　张芳曼



图⑤