

来自本报4位前方记者的真切感受——

# 进博会，引力越来越强啦！

## 开放更加“细、深、实”

本报记者 王俊岭

从2018年到2020年，中国国际进口博览会走过了3个年头。作为一名记者，我很荣幸能够亲眼见证进博会的诞生、发展与壮大，并记录中国对外开放伟大进程中的点点滴滴。

“中国开放的大门不会关闭，只会越开越大”“共同把经济全球化动力搞得越大越好、阻力搞得越小越好”“人类社会总是要前进的，而且一定能够继续前进”“让中国市场成为世界的市场、共享的市场、大家的市场”……连续三届进博会，每一次都有着清晰的主旨，那就是坚定不移扩大开放、谋求共赢；每一次也都有变化和新意，直面全球经贸合作中的热点问题。

就第三届进博会来说，服务更细、交融更深、合作更实，是包括本报记者在内很多人的真切感受。

今年是不寻常的一年。在新冠肺炎疫情给全球经济带来严重冲击的背景下，如何安全、高效地组织好这样一场国际性盛会，对于全世界而言都意义非凡。

在“四叶草”场馆内，就有很多看似微小却蕴含深意的细节。举个简单的例子，在环形步道的位置，原本有很多供参观者用餐、休息的圆形餐桌。今年，每张餐桌上都安装了一组透明塑料隔断，每块塑料板之间呈120度角的距离，类似于酒店里“旋转门”的造型。这样一来，就餐者既能够满足疫情防控的要求，又不影响彼此之间的交流，从而为中国采购商和外国参展商“争分夺秒”谈生意创造了条件。

这种精巧的设计，不仅暖心，而且从一个侧面反映出中外企业、客商之间互动的热络。实际上，今年进博会不少参展外资企业与中国伙伴的关系，早已变成“你中有我、我中有你”。

比如，在法国国家乐福集团的展台，有很多来自苏宁易购的工作人员忙前忙后；阿瓦鲁、LORENZ、力保健等来自新西兰、德国、日本的零食饮料，请来中国农垦集团协助推介……这些都意味着通过进博会这个大舞台，中外企业融合程度在加深。

进博会上企业之间谈的生意也越来越具体、越来越实在，真正实现“让展品变商品、让展商变投资商”。

在技术装备馆，西班牙Nicolas Correa公司带来的龙门数字加工中心是本届进博会块头最大的展品之一。这个重达数十吨的高端机床，从厂家运抵会场就要费上九牛二虎之力。别看这个过程耗时半个多月，但卖出去却很快。

11月3日晚，记者探馆时，这台设备刚刚安装好，等11月6日记者再路过时，机床身上挂了一个横幅，上面写着“感谢陕西汉中万利用户惠购此机”。也就是说，这台设备已经“名花有主”了。与会者都感叹进博会这个舞台的效率，因为它促成了实实在在的商业合作。

进博会永不落幕，进博会越办越好。身处这个时代，我们将继续见证更多合作共赢的故事。

## 那句“明年再见”的默契

本报记者 李婕

第三次来到进博会的现场，颇有老朋友再相会的亲切感。

就如站在国家会展中心四通八达的中央广场，面对一眼望不到头的展区和“浩如烟海”的展品，有了一些往年的参考坐标。这一层铺陈在心中，再来看本届进博会，便既有因“熟悉”而带来的可亲，也有因“陌生”而产生的向上攀登的快感。

坐标的“一维”在展品。转眼间，欧姆龙乒乓球机器人升级到了第六代；美敦力带来的世界最小的心脏起搏器，也有了第二代新品；纽仕兰的纯牛奶，则在不断刷新“跨洋”速度……每一年的进博会，都仿佛时间的刻度，见证着它们的创新发展。在备受关注的展品之“最”中，今年也有了更多“最绿色”“最环保”“最美好”，各类新品让人应接不暇，尖货好物的领域不断拓宽。“带最好的展品来进博会”“在创新中与中国市场同频共振”，在展品之间流连，个中深意体会更足。

在日本FANCL的展台，“健康测试体验区”依旧是人气火爆、大排长队，在去年设置的血管年龄、体脂肪、糖化度检测基础上，今年还增加了皮肤检测。采访之余，我又完整体验了一把，比起去年，数字更好看了。我跟同行者说起，大家笑言：这是小人物身上的“进博刻度”。

坐标的另“一维”在展商。从食品和农产品到消费品、技术装备、医疗器械，在展区逛一逛，便能心中有数。除了回头率超过70%的世界500强“大块头”，往年采访过的中小品牌更是让人会心一笑。那家曾言“进博会只要一直开，我们就一直来”的护肤品牌没有食言，今年展台规模更大、“架势”更隆重了；那家去年组团参展、小试牛刀的食品公司今年自立起“门户”，拥有了自己的独立展位……当然，熟悉的品牌身边，还有更多新面孔、新朋友、新气象。

一年又一年，许多展商同样亲眼见证了进博会的发展变化。“前两年初入市场，如今是渐入佳境。”有展商这样形容体会。不论来自全球哪个角落，他们张开双臂拥抱这个平台，并随着进博会的触角在中国市场深入开去。难怪不管是跨国巨头，还是中小企业、贸易商，都不讳直言——“进博会是我们每年等待的机会”。采访结束，大家还会不约而同道一句：“明年再见”。

一句话，十足的默契。这里头，是大家对于进博会年年办下去、越办越好的深信不疑，也是对未来中国市场、消费、企业成长的笃定。一届又一届，因进博会而催生的合作、交情就这样延续。

“我们荣幸地亲历过，欣喜地见证今年更高的质量，也为能够参与未来的每一届进博会而振奋不已。”采访中，一位企业负责人说出了我此刻的心声。

## 好想在这里“买买买”

本报记者 徐佩玉

出发前，妈妈嘱咐我：“买点好东西回来。”

“我是去工作的，买什么买！”我“怼”妈妈。

第一次来进博会，激动又忐忑。本以为会枯燥劳累，然而几天过去，好吃、好玩、好想买东西，是我最大的感受。

巴西的纯天然水果冰沙、意大利第一酒庄的红酒、韩国的超辣拉面……不来进博会，如何一口气吃遍全球？见到这么多世界美食，真的很心动。

“您试试这个，是我们刚出的新品。”在消费品展区，工作人员热情地介绍着新品眼影，不知道的还以为在逛商场专柜。

在雅诗兰黛展台前，队伍一眼看不到头，让路过的人不禁好奇，到底有啥好东西？原来，集团旗下14个品牌携手亮相，还带来了多款即将发布的新品：“我回去就要染这个颜色的头发！”在模拟染发机器前，逼真的试色效果令不少人现场种草了泡沫染发剂；欧莱雅带来的全系列口红、香水、眼影、粉底液等美妆产品，吸引了不少年轻女孩现场试妆，展台前人头攒动；在花王展台，“我的第二层肌肤”亚微米纤维技术体验台前排起长队，都想体验一下护肤“黑科技”。

除了女性偏好的美妆护肤产品，进博会上也有男女老少皆宜的各种“玩具”。

在乐高展台，新春灯会套装、悟空小队飞行器套装等4款中国风全新产品，成了不少人镜头中的主角；容量130升的双肩背包，3分钟充气完成，5分钟完成安装，瞬间变身皮划艇，好想背着它去横渡格陵兰岛！

汽车展区和珠宝展区，各类价值不菲的展品看得人心痒痒。保时捷的电动车、沃尔沃的自动驾驶测试车、米其林的免充气轮胎，价值2.5亿元的黑钻石、镶嵌了总重100克拉钻石的权杖、镶嵌了3088颗天然钻石的太阳眼镜，大饱了眼福又增长了见识。

偌大的“四叶草”里，我每天平均要走2万步，与微信步数一同增长的，还有购物欲。

从成交数据来看，购物欲爆棚的不只是我。开展首日，东方航空集团就与CFM签署了采购协议，完成本届进博会民航第一单；重庆锦上旭国际贸易有限责任公司采购了1亿美元的巴西冷冻去骨肉；浙江省28家企业与10多个国家和地区的参展商签署127.9亿元的合作……这是一场开放的盛宴，也是一场令所有人都想“买买买”的盛会。

此次进博会之行，让我领略了中国对外开放带来的益处：全世界的好东西汇集一堂，通过洽谈合作，各施其能、各尽所长，产生出最大效应。

图①：优衣库展台的服装展品。新华社记者 王翔摄  
图②：参展商在食品及农产品展区直播带货。翁奇羽摄（人民视觉）  
图③：南非参展商向观众介绍钻石饰品。翁奇羽摄（人民视觉）  
图④：乐高展位一角。唐克摄（人民视觉）



## 听，“四叶草”的共赢曲

本报记者 孔德晨

进博会已经3岁，而今年是我第一次走进“四叶草”。

初见的时候，只觉场馆之大，有一种不可言说的宏丽，静待八方来客。彼时进博会还未开幕，我眼见“进宝”坐上小车，被好几个工作人员护卫前去“上岗”，场馆内只有工作人员来回忙碌，偌大的场馆稍有些许冷清。

“今天还没有开幕，你们后天来就知道了，往年人都特别多。”一名场馆前的保安大哥对我说。“进博会很热闹的，这可是我们中国对外开放的大平台呢。”

惊讶于“对外开放”从保安大哥口中说出，我内心顿生一股自豪感；是的，进博会展示了中国扩大对外开放的信心和决心，也体现了中国市场活力十足！

这种感受在进博会开幕后愈发明显。

开幕第一天，“四叶草”摇身一变，与初见那日截然不同：庞大的场馆内，刚煮出来的三养火鸡面热气腾腾，混杂着麒麟啤酒沁人心脾的清香，引来无数观展人员驻足；江森自控的首发新品Open-Blue数字化平台和博西家电的升降式吸油烟机首秀，令许多观展人员惊呼不已；欧莱雅和花王展台前长长的队伍诉说着人们的热情……进博会好热闹！人多！这是大家几天来最常发出的感叹。

进博会，引五洲八方来客。“四叶草”里的3000多参展商展出的全是进口产品，中国将好东西“引进来”，体现了扩大对外开放的决心。开放包容、合作共建、互利共赢，是进博会不变的主旋律。“在全球经济社会充满不确定性的时代，特别是在疫情影响仍在持续的未来，‘合作’不但是时代的命题，更是我们作为企业——全球经济最活跃实体的责任。”西门子能源股份公司全球高级副总裁、西门子能源大中华区首席执行官姚振国这样说。

进博会，体现了中国市场的活力，也彰显了外国参展商对中国市场的信心。在采访过程中，我碰到过一位外国参展商。“这是您第几次来参加进博会？”“第一次。”“您觉得进博会带给您什么样的感受？”这位参展商竖起了大拇指，对我笑道：“我认为我们都会很好。”

进博会，是企业间交流学习、合作共赢的平台。这天早上，我要采访一位中国参展企业负责人，采访开始前她刚从别的展台回来。“我去别的企业展台溜达了一圈，看看有没有什么好东西、好技术可以学习。”这位负责人笑道，“来进博会就是跟大家一起交流，互相学习一起进步。”

短短几天，在“四叶草”里，进博会奏响着中国对外开放的乐章，汇聚来自四面八方的期待和无数企业共赢的瞬间。明年，我们还会来！

