

从消博会到进博会——

## “中国市场总能给人惊喜”

本报记者 王俊岭

7月底，第二届中国国际消费品博览会（简称“消博会”）在海口成功举办。这是今年首个线下举办的国家级外贸展会。与此同时，第五届中国国际进口博览会（简称“进博会”）也迎来倒计时100天。从消博会到进博会，消费者获得了更多选择，全球企业则迎来了更多商机。

中国有14亿多人口和4亿以上中等收入群体，每年进口商品和服务约2.5万亿美元，市场规模巨大。如今，中国市场正在成为世界的市场、共享的市场、大家的市场，为国际社会注入更多正能量。



▲海铁联运正成为提升进出口物流效率的重要途径。图为8月4日，浙江宁波舟山港铁路北仑港站，大型机械正在吊运集装箱货物，一趟满载集装箱货物的海铁联运班列缓缓驶离铁路北仑港站，一派繁忙景象。蒋晓东摄（人民视觉）

## 展会搭台，供需交流桥梁更宽

一边，是第二届消博会迎来61个国家和地区的近2000家企业、2800多个知名品牌参展，600多个全球新品首发首秀，进馆观众超28万人次；另一边，是270多家世界500强和行业龙头企业已经签约第五届进博会，企业展签约面积达到规划面积的85%……一连串数据的背后，折射出中国超大规模市场的活力和魅力。

如今，对中国消费者而言，除了逛街、网购之外，看展日益成为获取商品信息、了解市场动态的重要途径。

开放的国家级展会，提供着最新潮的商品和服务——

消博会是中国首个以消费精品为主题的国家级展会，也是亚太地区规模最大的消费精品展。“由于所学专业关系，我需要经常购买新款手机、平板电脑、运动相机、经典唱机等电子消费品。其中，最新款产品的设计、技术、性能、体验、保修等深层信息，时常难以通过传统方式获得。”家住北京市海淀区的肖恩楠说，消博会提供了全新体验。“今年消博会，戴尔推出了新的外星人17英寸游戏本，还可选机械键盘；小鹏也推出了可低空飞行的汽车。这让我不用出国就能了解到国内外最时尚的消费信息。”

开放的国家级展会，带来了全球各地的优质好物——

近5年来，进博会已成为中国坚持高水平对外开放的生动缩影，是“买全球、卖全球”的重要窗口。

在深圳工作的梁家欢平时购物车里总有不少进口货，对进博会一直十分关注。“无论是服装、饰品还是化妆品、零食，只要遇到喜欢的，我都会尝试购买。”梁家欢说，进博会是连接中外的一座桥梁，每一届都有很多来自世界各地的特色新品。有一次，她发现进博会上展出了自己在韩剧中看到的一款零食，没多久便出现在自家附近超市的货架上。“如今，社交媒体和视频直播非常发达，我甚至不用直接去现场就可以通过观看主播们打卡、测评的情况进行选购。”她说。

展会越办越旺，消费者和商家之间的桥梁也越来越宽——

▲东帝汶水土气候等条件适合咖啡树生长。近几年，东帝汶咖啡飘香全球，通过在进博会亮相，成功打入中国市场，成为“网红”产品。图为在东帝汶首都帝力一家咖啡馆，一名女店员为顾客准备的咖啡。

徐钦摄  
(新华社发)

## 企业唱戏，外资纷纷抢抓商机

展品变商品，过客变常客，展商变投资者……面对大海一般的中国市场，越来越多的外资企业开始加紧在华布局。

开放的中国市场，能够让企业充分发挥自身优势。7月27日，在第五届进博会迎来开幕倒计时100天之际，拜耳集团宣布将携旗下处方药、作物科学、健康消费品三大业务板块参展第五届进博会，其展台面积将在

第四届的基础上增加50%，达到首届进博会时的3倍之多。

据了解，第五届进博会期间，拜耳作物科学将全面展示在种子与性状业务领域的创新技术成果和解决方案，为深化本土种业合作寻求更多机遇。“我们希望继续借力进博会强大的溢出效应，向中国消费者全方位展示拜耳近年来所取得的创新成果，以及在医疗保健与农业科技领域的各类创新产品。”拜耳集团大中华区总裁周晓兰说。

开放的中国市场，让企业及时感知消费者的脉搏。“中国各地饮食习惯很不一样。以前，我们主要在华东市场拥有较高的美誉

度。通过参加消博会，我们的优质产品和服务又在华南地区打开了局面，进一步提升了知名度。我觉得，中国市场总能给人惊喜。”谈及在中国市场的收获，泰森食品中国区公共关系高级总监周权对本报记者说。

周权看来，尽管世界经济形势复杂多变，但中国市场需求始终保持稳定的结构性增长，这为企业在华保持强劲发展势头提供了坚实基础。“通过在展会现场的烹饪和品鉴活动，我们收获了很多理念一致的‘粉丝’，也得以跟众多来自全球的采购商、经销商和同行一起交流，深入了解中国消费者的需求和喜好。”她说，目前，泰森食品在华市场份额逐渐提升，业务模式和产品品类也在不断细分和深化。

开放的中国市场，让企业释放旺盛的创新活力。总部位于日本的跨国企业爱普生（EPSON）在华营商已超过40年，在打印、投影等领域都有着显著优势。不久前，该公司宣布其为中国图文用户量身定制的高性价比机型SC-T5485D/DM系列大幅面彩色喷墨打印机在华销售突破200台，客户遍布全国255个城市。

爱普生（中国）有限公司董事长兼总裁深石宏认为，爱普生之所以能够在中国市场快速成长和发展，得益于中国一贯秉持的开放政策和包容理念。“中国市场带来的创新与发展机会更具挑战性、更多样化、更引领时代。这样的市场也有利于企业不断迭代技术，推出新的智能技术和方案。”深石宏说，低碳和数字时代，爱普生将不断加大对中国市场投入，与中国合作伙伴积极创新，实现更好的发展。

## 海纳百川，合作共赢前景广阔

中国的开放海纳百川，中国的机遇全球共享。7月31日晚，“2022国际消费季暨第三届上海‘五五购物节’”正式启动，成为中国持续共享市场机遇的又一最新行动。在不少海内外分析人士看来，中国市场扩大开放，将持续为中外企业交流合作、互利共赢提供广阔空间。

中国（海南）改革发展研究院院长迟福林表示，市场是最稀缺的资源，市场开放是最务实的行动。“中国的结构转型与开放政策，将为以外部市场为主的东盟经济增长带来重要动力，为全球提供巨大的新增市场。”他说。

新加坡国立大学李光耀公共政策学院副教授顾清扬说，中国经济体量大，产业门类齐全，对外开放政策和营商环境不断改善，就像强大的磁铁一样吸引着国际投资者。中国经济增长不仅有利于自身，更有助于全球发展。

英国董事协会伦敦金融城分会主席约翰·麦克利恩认为，消博会在为全球企业拥抱中国市场提供机遇的同时，也为中国产品进入国际市场拓宽通道。消博会创造展示产品的机会，将推动消费需求，开辟新供应渠道。通过这个平台，中国高质量产品对全球消费者的吸引力将进一步增强。

中国分享市场机遇的努力，也给中国企业拓展海外用户及知名度带来了红利。

广西君宝颜食品有限公司是一家高科技绿色食品企业，主要生产银耳鲜露、冻干银耳羹、银耳多糖等产品，2021年被列入国家级“专精特新”企业培育库。今年，该公司计划推出30多款新品。“区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）生效后，崇左市税务部门工作人员为我们讲解了新的关税规则。借助消博会这个平台，我们又接触到不少东南亚国家的客户资源，这为企业产品打入国际市场提供了更多机会。”君宝颜销售总监李玉红对本报记者说。

天眼查数据显示，自首届进博会至今，全国范围内共新增超303万家有进出口业务的企业。相比2018年11月初，目前这类企业存量已超过673万家，近4年间增长超过80%。其中，中西部地区新增约65.4万余家，占比达21.6%。

据商务部相关负责人介绍，下一步，商务部将坚定实施扩大内需战略，高效统筹疫情防控和消费促进，继续办好进博会等重要展会，加快推进国际消费中心城市培育建设。

## 共享市场机遇，利好世界经济

洪勇

今年上半年，全国货物进出口总额达19.8万亿元，同比增长9.4%；实际使用外资7233.1亿美元，按可比口径增长17.4%。在新冠肺炎疫情和地缘政治冲突导致风险挑战增多、全球主要发达经济体和不少发展中经济体都饱受通胀困扰的背景下，这份成绩单来之不易。

在此过程中，市场和政策两方面因素发挥了重要作用。一方面，中国有14亿多人口和全球最庞大的中等收入群体，人均GDP已超过1.2万美元，是全球第二大消费市场，每年进口商品和服务约2.5万亿美元，拥有超大规模市场优势。随着人民生活水平持续提升，巨大的市场需求潜力正源源不断地释放出来。另一方面，中国坚持对外开放的基本国策。通过搭建进博会、消博会等国家级展会平台，中国旺盛的市场活力得以全面、立体、直接地展现在全球面前，有力地推动了国内外商品、服务在供需两侧对接，为广大大中外企业提供了更多合作机遇。

从消博会到进博会，越来越旺的人气背后，是中国坚持开放发展的信心与共享市场机遇的行动。中国

共享市场机遇，带来的利好实打实、沉甸甸。对中国自身来讲，共享市场机遇有助于加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。需求创造供给，供给也会创造需求。中国主动开放市场，有助于挖掘新的增长点，激发消费活力、释放消费潜力、提升消费动力。同时，来自全球的新技术、新产品、新模式集聚中国，也将产生“鲶鱼效应”，为中国本土企业提供学习国际先进经验的机会，促进产业优化升级。

对世界各国而言，中国主动向世界开放市场意味着宝贵的发展机遇。当前，世界经济复苏乏力，全球产业链供应链紊乱、大宗商品价格持续上涨，能源供应紧张等风险相互交织，加剧了经济复苏进程的不确定性。此时，中国分享自身庞大的内需市

场，为全球企业带来实实在在的订单与生意，显然有利于消除贸易、投资、技术壁垒，有利于维护以世界贸易组织为主导的多边贸易体制，有利于汇聚世界经济增长合力。

无论是消博会还是进博会，虽然展会有期，但开放合作永不落幕。共享市场机遇，未来有关各方还应进一步做好三方面工作：

一是构建企业诚信经营体系。加强规范与监管，打击制售假冒伪劣以及侵犯知识产权的行为。根据企业诚信记录对企业进行分类，对高信用类别企业提供投融资、通关、检验检疫等多方面便利，提高管理的科学性和监管效率。

二是优化会展服务生态体系。继续完善会展公共服务体系，不断提升会展服务水平。支持参展企业汇集境

内外流通要素，引导企业重新配置、整合、提升渠道资源，从供应链、价值链和资源链上构建参展企业的服务支持链条。

三是构建市场安全保障体系。发挥好政府作用，建立参展企业纠纷处理机制和协调管理机制，多途径、多方式、多角度保障展会秩序，确保参展企业的合法权益。

中国扩大高水平开放的决心不会变，同世界分享发展机遇的决心不会变，推动经济全球化朝着更加开放、包容、普惠、平衡、共赢方向发展的决心不会变。人们有理由相信，中国经济开放发展的质量将越来越高，中国市场带来的红利将越来越多。

（作者为商务部研究院电子商务研究所副研究员）

