



第二届中国国际进口博览会 特别报道



参展国别广

64个国家(含中国)、3个国际组织参展

15个主宾国,比首届增加3个



企业质量优

总展览面积33万平方米

来自150多个国家和地区的3000多家企业参展,超过250家世界500强和行业龙头企业参展



展区展品多

5大板块:装备、消费、食品、健康、服务

7个展区:科技生活展区、汽车展区、装备展区、医疗器械及医药保健展区、品质生活展区、服务贸易展区、食品及农产品展区



论坛人气高

境内外专业观众注册超过50万人

境外专业观众报名注册超过7000人,首届进博会境外采购商到会3600人左右

全球3000多家企业齐聚“四叶草”,再赴进博会“开放之约”——

买全球 惠全球

本报记者 邱海峰

第二届中国国际进口博览会来了!

一年前,5000余件展品通过首届进博会第一次进入中国,闭幕后的300多天里,展品变商品,开放的果实走进千家万户,实现了“买全球、惠全球”。

今天,全世界的目光再次聚焦上海国家会展中心。来自150多个国家和地区的3000多家企业齐聚“四叶草”,再赴进博会的“开放之约”。

首届进博会上的这些承诺 中国说到做到

承诺: 中国将支持自由贸易试验区深化改革创新,持续深化差别化探索,加大压力测试,发挥自由贸易试验区改革开放试验田作用。

今年6月底,《自由贸易试验区外商投资准入特别管理措施(负面清单)(2019年版)》发布,自贸试验区外资准入负面清单条目由45条减至37条。8月,山东、江苏、广西、河北、云南、黑龙江6个省区新一批自贸试验区设立。

承诺: 中国将进一步降低关税,提升通关便利化水平,削减进口环节制度性成本,加快跨境电子商务等新业态新模式发展。

2018年,中国平均关税税率从9.8%降到7.5%。

截至今年5月,进口和出口整体通关时间已提前实现比2017年压缩一半的目标,通关成本显著降低。

承诺: 中国将保护外资企业合法权益,坚决依法惩处侵犯外商合法权益特别是侵犯知识产权行为,提高知识产权审查质量和审查效率,引入惩罚性赔偿制度,显著提高违法成本。

今年1月,《电子商务法》开始实施;今年3月,修订后的《专利代理条例》开始施行,明确规定了“黑代理”的法律责任。今年4月,中国修订了商标法和反不正当竞争法,加大了对侵犯商标专用权行为、商业秘密侵权行为的惩罚力度。

承诺: 中国将加快出台外商投资法规,完善公开、透明的涉外法律体系,全面深入实施准入前国民待遇加负面清单管理制度。

今年6月底,中国发布2019年版外商投资准入负面清单,清单条目在去年大幅缩减的基础上由48条减至40条。

今年10月,中国发布《优化营商环境条例》,确立对内外资企业等各类市场主体一视同仁的营商环境基本制度规范。

承诺: 中国正在稳步扩大金融业开放,持续推进服务业开放,深化农业、采矿业、制造业开放,加快电信、教育、医疗、文化等领域开放进程,特别是外国投资者关注、国内市场缺口较大的教育、医疗等领域也将放宽外资股比限制。

今年7月,国务院推出11条金融业进一步对外开放的政策措施。

10月,新修订的《外资保险企业管理条例》和《外资银行管理条例》进一步放宽了外资银行和保险公司准入条件。

搭乘“中国号”,共享“大蛋糕”

咸蛋黄鱼皮、城市沙爹、四季榴莲、娘惹薄饼……一大批极具新加坡特色的“网红”食品来到第二届进博会。

“首届进博会期间,新加坡企业参展意愿强烈、收益可观。仅在商业对接活动上,新中双方企业就签订了15项合作谅解备忘录,总值超1.52亿新元。”新加坡工商联合会主席张松声说,本届进博会,84家新加坡企业将集体“组团”亮相,参展企业数量和面积均有增加。

去年,中国在首届进博会上宣布,预计未来15年,中国进口商品和服务将分别超过30万亿美元和10万亿美元。如此巨大的市场,对各国企业的吸引力毋庸置疑。

法国乐斯福集团去年早早预约申请了第二届进博会展位。乐斯福首席执行官安托万·博勒说,今年进博会,集团展区面积翻倍,期间不仅将展示产品,还将举行知名烘焙赛事的亚洲区比赛,将法国风味更好地推介到中国。在他看来,中国是一个正在成长的市场,富有活力和竞争力。

乐斯福是众多法国展商的一个缩影,今年共有约80家法国企业确认参加第二届进博会,参展企业数量、签约面积都较首届有所提升。

尽管面临中美经贸摩擦逆流,参加第二届进博会的美国企业数量却有增无减,达192家,参展面积4.75万平方米,较去年均明显增加,位居各参展国之首。波音、微软、霍尼韦尔、宝洁、高通、玛氏……涉及行业从装备制造到科技创新,从汽车出行到日化用品,覆盖国计民生各领域。

连续两次参展的高通中国区董事长孟樾表示,高通对进博会充满期待,将展示与中国伙伴在5G手机、物联网、人工智能、智慧城市等领域的合作成果。

带着期许,各国企业相聚第二届进博会。在这里,更多国家和企业将搭上高速驰骋的“中国号”列车,共享发展“大蛋糕”。

展品变商品,消费者受益

“参加进博会没有买着,昨天收到非常好,今天准备再买两个。”打开天猫搜索索尼眼镜,这样一条评论吸引了记者的目光。

首届进博会上,意大利老牌眼镜生产商纳尼尼带来一款首发展品——纳尼尼系列老花镜,因其可折叠变形的特色,被誉为“会跳舞的老花镜”,并在展会后的数月间成了网络搜索热词。

“首届进博会结束后的一年多,纳尼尼系列老花镜全网销量激增,与前一年相比增长了至少8倍。”纳尼尼中国区总代理呼亚军表示,进博会带来的品牌效应出乎意料。

这一年,越来越多中国消费者开始享受进博会带来的“不出国门买全球”。

巴拿马金菠萝跨越大半个地球飞入寻常百姓家,埃及橙子进入中国商场的自动橙汁贩卖机内,新西兰牛奶出现在小县城的超市货架上,意大利“网红小家电”线上线下都可买到,丹麦的德谷胰岛素被列入国家医保目录……一年来,大量优质产品和服务进入中国,普通消费者成为直接受益者。

“以前听说装心脏起搏器至少要在医院躺上两天,可是这次一点感觉也没有,太神奇了!”一名年轻舞蹈教师植入了无导线心脏起搏器Micra。这款世界上最小的无导线心脏起搏器正是美敦力在首届进博会期间带来的“明星展品”,今年6月份已获批国内上市。

展品变商品,消费者在行动,企业也在加快进入中国市场的步伐。呼亚军介绍,为了更好地满足中国市场的需要,纳尼尼特意向意大利工厂增购了智能化数控机床,用来制造可折叠的产品部件。

埃及橙出口商、阿达维国际贸易公司负责人阿什拉夫·阿达维表示,公司下设工厂已投入约430万美元用于购买机器和培训工人,力求品相、酸甜度、成色、农药残留度等都符合中国标准。“首届进博会为我的产品拓宽了大门,中国市场太大了!”

“全球首发、中国首展”更多了

首届进博会播下的种子已经开花结果,第二届愈加值得期待。

——规模更大了。首届企业展和国家展总面积30万平方米,今年第二届进博会达到了36万平方米,其中企业展从27万平方米增加到33万平方米,两次扩大展览面积仍然“一展难求”。参加的国家、国际组织和参展商的数量均超过首届。

在首届进博会上反响热烈、计划在中国市场谋求进一步发展的纪娜梵,这次展台面积翻番到216平方米。“进博会是非常好的平台,未来一定会变成世界的贸易中心,纪娜梵希望通过进博会收获更多的商机,结识更多海内外的朋友。”纪娜梵创办人、新锐珠宝设计师洪大钧说。

——质量更高了。世界500强和行业的龙头企业参展数量超过首届,“隐形冠军”企业等优质中小企业也将登场,更多新产品、新技术、新服务将在进博会“全球首发、中国首展”,专(业)精(品)尖(端)特(色)产品荟萃,国内外采购商和专业观众有望超过50万人。

抗癌新药、针对新生儿的血液透析系统、放疗系统“4D处方”、10分钟可参观一座城市的“魔墙”、“秒读”收银台……第二届进博会将上演全球高精尖产品的大比拼。以汽车展区为例,140多款实车将驶入进博会现场,其中大部分是中国首发。

——活动更丰富了。展会期间,各类配套活动超过300场,增进国内外经济文化交流。设立了进博会发布平台,权威解读中国重大政策,发布国际组织最新研究成果等。18个省市将举办140多场非物质文化遗产和“中华老字号”的交流展示活动。世界知识产权组织、世界贸易组织、联合国工业发展组织、世界旅游联盟等一大批国际组织,将在多个配套活动中亮相。

“在各方积极参与和支持下,进博会的水平会越来越高,影响会越来越广,外溢效应会越来越大。”商务部部长助理、进博会组委会办公室副主任任鸿斌说。

题图:11月4日,进博会吉祥物熊猫“进宝”在国家会展中心(上海)南广场安放到位。新华社记者 殷刚摄

11月4日,第二届进博会部分志愿者在国家会展中心(上海)南广场合影留念。新华社记者 才扬摄

