进博会把全球优质供给与中国超大规模市场紧紧相连

坚持共享市场　扩大开放合作

本报记者　齐志明　陆凡冰



汇五洲佳品，聚四海宾朋。11月5日，第九届中国国际进口博览会在上海开幕。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，进博会把全球优质供给与中国超大规模市场紧紧相连。

展馆内人来人往，一件件新品、一次次握手、一笔笔订单，传递出清晰信号：中国大市场，正成为世界共享的大市场。

创新动能加速集聚

一批赋能产业、惠及民生的前沿成果集中展示亮相

分体式腔镜手术机器人、6G终端原型机、可同步软化和矿化的水处理系统……开展首日，新意扑面、精彩纷呈，全球前沿成果争相完成首发首秀，令人目不暇接。

在医疗器械及医药保健展区，默克医药健康带来覆盖心血管代谢、肿瘤、罕见病和辅助生殖领域的16款创新产品，并系统性展示了其以“生态共建”为关键的全价值链布局，吸引许多人观摩咨询。“借助进博会，我们持续将全球创新产品带入中国，加快与中国相关企业深度携手，在价值链的各个环节开放合作，加速为更多患者带来更多药物，造福百姓健康。”默克中国医药健康董事总经理穆安德说。

礼来展台集中展示其在心血管代谢、神经科学、肿瘤和免疫等领域的前沿成果。从已在华获批的穆峰达注射液，到阿尔茨海默病治疗新药，引来不少关注。“进博会让全球创新成果与中国需求更快相遇。我们将携手各方把更多科学突破转化为患者可及的健康成果，为加快推进健康中国建设贡献力量。”礼来集团副总裁兼中国总经理德赫兰表示。

首发首展的AI（人工智能）+样本分装提取纯化工作站、靶向APC血友病非因子在研药物SR604……不远处，盈康一生展台人气颇旺，今年该公司带来40余项创新成果，首发首展率超六成。“进博会以高水平开放连接全球智慧与中国需求，我们将携手全球伙伴，加快创新成果转化，更好满足人民群众对高品质医疗健康服务的需求。”盈康一生董事长谭丽霞说。

在汽车及智慧出行展区，酷哇科技带来的机器人引来观众围观：重载四足机器人稳稳穿行于模拟的楼梯、碎石地形，城市作业机器人自主识别垃圾、完成道路清扫。企业以自研双层智能体世界模型为“大脑”，用“一脑多态”架构驱动四足、轮式等多形态机器人本体，推动城市具身智能从技术验证走向真实场景落地。目前，其机器人已在几十个国家和地区落地应用。

本届进博会，全球首发、亚洲首展、中国首秀的代表性展品超过480件，创历年新高。一批赋能产业、惠及民生的前沿成果集中展示亮相，创新动能加速集聚。

合作纽带越系越紧

既是“首秀场”，也是“对接场”

5日下午，中国供销集团组织多家成员企业集中签约。中农公司与必和必拓等企业深化钾肥合作，中棉公司与路易达孚、嘉吉签下30万吨棉花3年之约，供销粮油、供销冷链把优质粮食与进口牛肉端上中国餐桌。“进博会为涉农企业打开了对接全球资源的窗口，既保农资供应，也丰富百姓供给。”中国供销集团副总经理刘勇说。

进博会既是“首秀场”，也是“对接场”。开展首日，大单接连落定，合作加速落地，中外企业务实合作深入推进。

中国能建连续9年参会，累计意向采购金额近140亿美元，本届又签下超16亿美元采购协议，“购物车”装得满满当当。“进博会是联通国内国际两个市场的重要窗口，是全球共享的国际公共产品。”中国能建党委书记、董事长倪真介绍，今年企业所属公司与德国、意大利、美国等国企业签署采购协议，其中向西门子采购的燃机设备，将投用于阿联酋某电站项目。

展台之外，一条“看不见的产供链”也在生长。开幕当天，美团医药健康携手诺华、辉瑞、卫材药业等10多家全球知名药企与益丰、大参林等头部连锁药店，正式成立“新特药首发联盟”，将进一步打通创新药院外“最后一公里”，切实提升药品在“15分钟生活圈”的可及性。该联盟旨在联动产业各方，共建覆盖广泛的创新药、特药首发网络，改善新品上市期的供给协同效率。“即时零售让好药更快抵达患者，也让进博会的成果从展台延伸到日常。”美团医药健康事业部即时零售业务负责人吴佳妮表示。

本届进博会上，各部门、各地方协同联动，40余个交易团、600余个交易分团到会观摩采购，让盛会的“共享”属性更加彰显。展品变商品，展商变投资商，见证了进博会为推动高水平开放注入的强劲动能。

双向奔赴共享机遇

提供更多市场机遇、投资机遇、增长机遇

第五年参展的欧加隆，聚焦心血管健康等，集中展示覆盖心血管、呼吸、皮肤、疼痛及女性健康等疾病领域的经典原研产品。“作为进博会的老朋友，我们深切感受到这一平台释放的持续动能。中国不断升级的医疗健康需求、持续完善的医疗服务体系以及充满活力的创新生态，为我们的长期发展创造了重要机遇。”欧加隆相关负责人吴泽发说。

通过举办进博会，中国主动张开双臂，为世界提供更多市场机遇、投资机遇、增长机遇。进博会开放效应持续显现，溢出效应接续释放，让更多跨国企业共享中国大市场机遇。

读懂中国，才能扎根中国。在中国馆，小红书展台设置的“AI问搜”互动体验装置前，观众排起长龙。输入“周末带父母在上海如何游玩”，屏幕给出的不是标准攻略，而是大量用户的真实分享——哪条路线更适合老人、哪家本帮菜馆口味清淡、什么时段外滩人流较少。“借助AI技术与内容平台，海外品牌进入中国市场时将更了解中国消费者的细分需求，便于企业提供更供需对路的优质产品与服务。”小红书展台工作人员介绍。

在服务贸易展区，快手电商把展台做成一个“能播的货架”：达人直播间、品牌展播区、品牌产品展区和新商交流区连成一条动线。荷兰的营养品、澳洲的特色美食、英国的美妆产品……这些进口商品通过直播被讲清楚、被看明白、被销售出去。“受益于进博会效应，我们加力引进更多品质好物，更好满足人们个性化、多样化的消费升级需求。”快手电商市场全国展会项目负责人说。

芙丝携挪威进口天然泉水与苏打水两款产品第三次亮相挪威国家馆展台。“通过进博会，挪威的高品质包装水与中国消费者的生活越贴越近，也让公司产品延伸到中国更多的品质消费场景中。”芙丝相关负责人黄瑜胜表示。

走在各大展区，“中国机遇”是展商们说的高频词。第八年亮相进博会，今年波士顿科学带来100款创新产品，其中9款首发首展，实现了全球前沿科技与中国本土创新同台展示。“中国市场早已超越销售与应用，成为集本土研发、高端制造、临床合作与开放创新于一体的重要市场。我们愿以全球所长，与中国所长相合，在开放合作中不断开拓，让创新成果惠及更多患者。”波士顿科学有关负责人张珺说。

联通中国和世界，进博会充分发挥国际采购、投资促进、人文交流、开放合作四大平台作用，成为全球共享的国际公共产品，推动构建开放型世界经济，让合作共赢惠及世界。







图①：汽车及智慧出行展区展出的双人电动垂起飞行汽车。　本报记者　卢　涛摄

图②：进博会上，参观者被仓储物流自动化解决方案模型吸引。　人民网记者　翁奇羽摄

图③：技术装备展区展出的6G终端原型机。　人民网记者　翁奇羽摄

图④：农食产品展区展出的白玉珍珠榴莲。　人民网记者　翁奇羽摄

图⑤：国家会展中心（上海）外景。　新华社记者　邢广利摄

本版责编
吕钟正　吴　凯　韩文榕
版式设计
张芳曼



编辑观察

进博舞台　续写精彩

卢　涛

来自贝宁的奶油菠萝、来自阿富汗的藏红花……第九届进博会首日，走进农食产品展区的亚非产品专区，各类展品琳琅满目。今年，亚非产品专区进一步升级，为最不发达国家提供的免费展位面积增长了17%。更多非洲企业带来特色产品，将零关税政策红利化作贸易机遇。

行走在“四叶草”内，可以看到，企业展专业化程度升级、全球首发首秀展品集中展出，国家展特色鲜明、活动丰富，人文交流活动现场热闹非凡。四海宾朋如约而至，相聚进博舞台，共同续写精彩。

在这里，感受开放活力。“十五五”规划纲要提出，“扩大高水平对外开放　开创合作共赢新局面”。从世界500强和行业龙头企业到海外中小贸易商，从9届进博会的“全勤生”到首次参展的“新面孔”，从高新技术装备到传统国民品牌，不同类型的企业、世界各地的产品，都能从进博会这个“入海口”，汇入中国经济的大海，在我国超大规模市场寻求机遇。前8届进博会累计吸引2.7万家次境外展商参加企业展，累计意向成交额超5800亿美元，开放承诺落实为看得见的订单数量、发展增量。

在这里，聆听合作脉动。前8届进博会累计发布3400多项新产品、新技术、新服务，激发消费市场新活力。出台通关便利措施、设立“6天+365天”常年展销机制、搭建线上贸易通道，系列举措推动大批展品变商品，让众多新品、潮品、爆品走进中国市场。同时，进博会溢出效应持续放大，越来越多参展商扎根中国、加码投资，建设跨国公司总部、区域研发中心等，为高质量发展注入动能。

在这里，读懂民心相通。来自孟加拉国的萨夫和唐河夫妇，通过进博会带动特色黄麻手工艺品销售，改善了数千名贫困妇女的生活。类似的进博故事还有很多，在这一全球共享的国际公共产品的助力下，各国人民追求美好生活的共同心愿正加速成为现实。本届进博会上，1300余家机构参与人文交流活动展示，参观者可以赏各地非遗、览多国民俗、品世界美食，在文明互鉴中增进了解、深化友谊。

“中国市场这么大，欢迎大家都来看看”，进博会越办越好，传递着我国与世界携手同行、互利共赢的坚定决心，见证着不断走向现代化的中国正为世界注入更多稳定性和正能量。

进博会丰富百姓购物车

“做消费者美好生活的陪伴者”

本报记者　王东辉

甘油二酯油、谷物杂粮饭团、舒心醋……作为9届进博会的“全勤生”，丰益国际旗下企业益海嘉里金龙鱼集中展示了近年来研发的各类新产品，顺应当下健康消费潮流。

聚焦消费者对“吃得健康”的追求，益海嘉里金龙鱼打造大健康产品矩阵，融入消费者的日常生活。“过去企业为实现营养均衡研发生产调和油，如今在市场需求转变的背景下，我们通过科技赋能将产品内涵延伸为‘安全、营养、健康’。”该公司公共事务部总监姜元荣介绍，“让消费者餐桌更健康是企业的心愿，我们愿做消费者美好生活的陪伴者。”

借助进博会搭建的平台，益海嘉里金龙鱼成功签下不少订单。姜元荣介绍，一方面，世界各地优质、多元的农产品通过进博会进入中国市场，丰富国内健康消费供给；另一方面，通过产业合作，中国企业将先进模式和优质产品带到世界。

在消费品展区，瑞士企业怀尔德的展柜中摆放着6种不同的牙膏，吸引来往观众驻足。“进博会让我们能够直接与消费者互动。”公司副总裁克里斯托弗说，中国市场需求庞大多样，且致力于打造良好的营商环境，企业对在中国市场发展很有信心。

进博会是宝贵的展示窗口与合作平台

“把更多好水果带给中国消费者”

本报记者　王鉴欣

进入农食产品展区，空气中弥漫着浓郁的水果气味。玻璃柜里，新西兰猕猴桃整齐排列；陈列台上，不同品种、国别的香蕉吸引观众排队品尝……

一款来自马来西亚槟城的白玉珍珠榴莲，成为明星产品。“乳白色的果肉、饱满的外形是特色所在。”鑫荣懋智利有限公司客户总监夏显林介绍。

“这是我们今年特意为进博会带来的全球首发产品，希望借助进博会的溢出效应，把这一产品带到中国。”夏显林说。

工作人员在进博会现场支起支架，做起直播。猕猴桃、菠萝蜜、香蕉……现场吆喝声阵阵，十分热闹。

连续9年参加进博会，佳农集团致力于把全球好水果带到中国。今年，佳农集团同样为进博会带来两款首发新品：一款魔星苹果，表面颜色深红；一款秘鲁有机香蕉，蕉香浓郁。

“去年，在进博会上首发的有机蓝莓，今年以来销量持续增长。”佳农集团菠萝产品总经理周厚祥介绍，“进博会是宝贵的展示窗口与合作平台，我们想把更多好水果带给中国消费者，也让我们被中国市场看到。”

探馆进博会