

第十一章

发挥进博会的示范窗口作用

中国国际进口博览会（以下称“进博会”）由习近平主席亲自谋划、亲自提出、亲自部署、亲自推动，是中国着眼推进新一轮高水平对外开放作出的重大决策和主动向世界开放的重大举措。五年来，进博会国际影响力不断扩大，成为新发展格局的窗口、高水平开放的载体、多边主义的舞台，真正实现“买全球、卖全球、惠全球”，为疫后全球经济复苏、经济全球化深入发展、完善全球经济治理体系持续提供中国方案，贡献中国智慧。

一 进博会越办越好成效突出

世界贸易组织（WTO）的《世界贸易报告2021》指出，在新冠肺炎疫情背景下，国际经济合作对经济韧性至关重要。连续五年如期举办进博会，让中国大市场成为了世界大机遇，释放了中国全面扩大开放、加强国际合作的积极信号，展现了同世界分享市场机遇、推动世界经济复苏的中国担当。

（一）进博会在动荡的世界经济中逆流而上

2021年，世界经济进一步复苏，全球货物贸易保持强劲，服务贸易恢复到新冠肺炎疫情前水平，全球贸易总额达28.5万亿美元，同比增加25%，比2019年高出13%。但由于新冠肺炎疫情前全球贸易增速已出现周期性放缓，2022年全球贸易收缩风险加剧，利率上升、债务问题、刺激措施退出等也可能对贸易

增长产生负面影响。

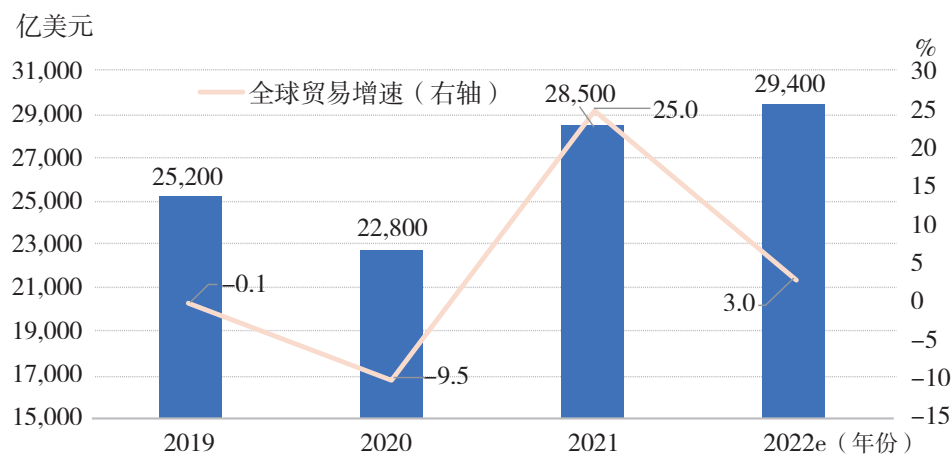


图11.1 全球贸易趋势，2019-2022年

资料来源：世界贸易组织、世界银行。

新冠肺炎疫情以来，中国依靠有效的抗疫手段，保证了产业链供应链的相对稳定，对贸易伙伴的进口额也保持总体稳定。在多数国际展会被迫取消，国际采购商投资商进退两难的背景下，进博会坚持如期举办，搭建起了中国市场与世界的桥梁，充分发挥中国超大规模市场对世界经济发展的“稳定器”作用，为全球经济复苏注入了强劲动力。第四届进博会，企业展共有来自127个国家和地区的2900多家企业参展；展览面积创新高，达到36.6万平方米；超过280家世界500强及行业龙头企业参展。现场成交成果丰硕，按一年计意向成交金额达707.2亿美元。

表11.1 全球进口前20强国家的进口，2020-2021年

2020年				2021年			
排名	国家	进口额 (万亿美元)	同比增速 (%)	排名	国家	进口额 (万亿美元)	同比增速 (%)
1	美国	2.41	-6.3	1	美国	2.93	21.8
2	中国	2.06	-0.7	2	中国	2.67	29.9
3	德国	1.17	-5.5	3	德国	1.42	21.4
4	日本	0.63	-11.9	4	日本	0.77	21.7
5	英国	0.63	-8.4	5	英国	0.69	8.9
6	荷兰	0.60	16.0	6	荷兰	0.62	4.1

续表

2020年				2021年			
排名	国家	进口额 (万亿美元)	同比增速 (%)	排名	国家	进口额 (万亿美元)	同比增速 (%)
7	法国	0.57	-11.5	7	印度	0.57	0.2
8	韩国	0.47	-7.0	8	意大利	0.56	19.2
9	意大利	0.42	-11.0	9	墨西哥	0.51	19.8
10	加拿大	0.41	-10.6	10	加拿大	0.49	20.8
11	比利时	0.40	24.1	11	西班牙	0.43	7.7
12	新加坡	0.33	-8.3	12	比利时	0.34	4.7
13	西班牙	0.32	-13.3	13	波兰	0.34	3.2
14	瑞士	0.29	5.5	14	瑞士	0.32	10.6
15	波兰	0.26	4.1	15	土耳其	0.27	5.5
16	俄罗斯	0.23	-6.3	16	澳大利亚	0.26	13.0
17	土耳其	0.22	4.5	17	马来西亚	0.24	8.6
18	泰国	0.21	-3.8	18	巴西	0.23	12.4
19	澳大利亚	0.20	-8.2	19	捷克	0.21	3.0
20	马来西亚	0.19	-7.4	20	瑞典	0.19	-1.4

资料来源：世界贸易组织、联合国商品贸易统计数据库（UN Comtrade Database）。

（二）持续发挥全球共享的综合开放平台作用

进博会坚持全球公共产品的定位，论坛、展览、外交、人文“四合一”，持续发挥国际采购、投资促进、人文交流、开放合作的四大平台作用，成为联通中国和世界的桥梁和纽带，为支持经济全球化、维护多边贸易体制搭建了国际公共平台。

国际采购平台高效对接供需。第四届进博会上，39个交易团、599个交易分团到会采购，其中中央企业交易团共有98个交易分团参会，采购商购买力普遍更强，年进口额1亿美元以上的超过1300家。第五届进博会继续推动配套活动和服务创新，持续发挥进博会“买全球、卖全球”功能，为外商企业开拓中国市场的采购需求。

专栏 11-1 第五届进博会创新国际采购配套和服务

2022年4月18日，在第五届进博会开幕倒计时200天之际，中国国际进口博览局首次对外发布采购商意向需求。进博会五年来始终坚持“综合展，专业办”，不断创新方式提升供需对接的专业性和精准性，为满足参展商需要和采购商需求积极创造条件。

第五届进博会共发布4批交易团意向采购需求，覆盖全部6大展区，涉及66个品类，近600种产品，来自中央企业、国家卫健委、北京市、浙江省、江西省、甘肃省等20个交易团。希望参展商能够积极关注相关信息，通过进博会这一广阔的平台展示新成果，拓展新渠道，注入新动能。

采购商意向需求发布是更好发挥进博会国际采购平台作用的全新尝试。这种方式利于参展商更高效找到新商机、促进新合作，有助于供需双方更加精确地找到“连接点”，实现互促共进的新局面。

投资促进平台推动招商引资。进博会致力于推动“参展商变投资商”，越来越多的全球企业以进博会为窗口，加速深耕中国。除正式活动外，进博会与中国《鼓励外商投资产业目录》等政策措施相衔接，推动“进博会走进地方”系列活动不断深化。第四届进博会筹办期间，组织了“进博会走进四川”“进博会走进辽宁”2场活动，320余家外资企业与四川省、辽宁省的园区、企业、机构对接，为当地高水平开放、高质量发展提供了有力支持。第五届进博会持续开展这些活动，推动进博会走进江西省等地，助力地方招商引资。

人文交流平台增进文化交融。进博会上，全球首秀的品牌和企业越来越多，依据中国消费文化定制产品的企业越来越多，实现了经贸人文相互促进。第四届进博会的“人文交流活动”展台数量超过上一届，展示面积达到三万多平方米，共举办100多场人文交流活动和300多场展台活动，展示了261项非遗项目、104个“中华老字号”品牌等。四年来，进博会越来越成为人心相通、增进互信的桥梁与纽带，架起了文明交流互鉴的“彩虹桥”。

专栏 11-2 人文交流平台推动地方文化走向世界

山东省组织 69 家老字号暨非遗企业参与第四届进博会的人文交流活动，并设置山东老字号暨非遗文化体验馆和至诚山东·博山国家文化出口基地两大展区，向中外来宾集中展示厚植于齐鲁大地的优秀文化和匠心产品。通过进博会人文交流平台，向全世界展示传播优秀齐鲁文化，讲好山东故事，提升山东老字号及非遗企业的品牌影响力。展会期间，展区客流超过了 10 万人次，现场销售 631.76 万元人民币，意向订单额 6235 万元人民币。

浙江省国家级步行街展示区在第四届进博会中亮点十足，“浙里锦罗”“浙里匠心”“浙里展演”“浙里健康”及“浙里味道”5 大板块齐上阵，精美绝伦的丝绸制品，巧夺天工的匠人技艺，齿颊生香的特色小吃，引人入胜的传统演出，突出浙江文化的包容与多样性、浙江生活的闲适与多彩性，将浙江省千百年来深远厚重、韵味独特的文化积淀以及智慧勤劳、敢拼敢闯的人文精神娓娓道来。

开放合作平台促进合作共赢。进博会把中国开放合作的理念与实践向全球集中展示，凝聚了“以开放促合作、以合作谋发展”的广泛共识。进博会致力于根据参展国家、特别是发展中国家和最不发达国家的发展需求，有针对性地组织开展供需对接会、洽谈会、投资说明会等一系列配套活动。通过参加进博会，参展国家能够积累国际展会的经验，提高了本国企业参与国际经济竞争与合作的能力。

专栏 11-3 第四届进博会便利与中东欧、非洲等地区的开放合作

第四届进博会共有 41 个国家和地区的近 50 家境外组展机构参展，展览面积 4.3 万平方米，企业 1200 多家，以中小企业为主，涉及行业广泛、产品种类多样。此外，进博会为近 30 个最不发达国家提供了免费标摊进行展示。在

展前筹备阶段，进口博览局与驻外经商机构、境外组展机构、合作伙伴共同组织21场线上推介会，包括中东欧、中东、拉美、非洲等地区专场。

为落实中国—中东欧国家领导人峰会经贸成果，第四届进博会特设中东欧国家食品专区，由波兰、塞尔维亚、希腊及匈牙利等国家展团带来了近60家当地特色食品企业，总展览面积近1500平方米，在食品及农产品展区形成一道新的亮丽风景线。

配套活动放大四大平台功能。第四届进博会上，共举办了95场内容丰富、形式多样的配套现场活动，包括政策解读、对接签约、新品展示、投资促进等类别。主办方层级高，联合国工发组织、国际贸易中心、世界知识产权组织等有重要影响力的国际组织举办多场高端国际论坛；商务部、工信部、文化和旅游部、人民银行、市场监管总局、国家药监局、国家医保局等多个中央部门举办多场专题活动。五年来，立足进博会主题定位，配套现场活动权威性和专业性持续提升，国际组织、国家部委、地方政府、行业组织、研究机构、采购商、参展商等各方广泛参与，积极助力进博会发挥国际采购、投资促进、人文交流、开放合作“四大平台”功能。

专栏 11-4 大型贸易投资对接会和新品发布内容丰富

第四届进博会继续举办大型贸易投资对接会，本次对接会更加突出专业性，围绕五大投资推介主题，聚焦六大产业领域，完善线上洽谈服务，强化交易撮合对接。线上线下共有来自55个国家的640家展商、766家采购商参会，达成合作意向273项。同时还举办了17场投资推介会，进一步助力“展品变商品，展商变投资商”。

在第四届进博会新品发布专区，62家国际知名企业共发布123项新品和服务，全球首发、亚洲首展、中国首秀的新品和服务吸引众多媒体开展报道，中央广播电视总台新闻特别节目进行直播，各平台线上转播。据不完全统计，

观看量达3300万人次，备受关注。

（三）增添数字经济发展新动能

随着大数据、云计算、人工智能等新技术逐步融入生产与生活，数字经济呈现蓬勃发展态势，成为驱动中国 and 世界经济高质量发展的新动能。进博会展出大量数字产品、技术和方案展出，推动相关投资，利用数字技术开展制度创新，为数字经济发展增添了新动能。

贡献数字化转型应用场景和解决方案。进博会已经成为数字经济新产品、新技术和新方案全球首发、中国首展的大平台，对全球经济的数字化转型起到了良好的示范效应。透过进博会这一扇窗口，全世界能够感受到数字化转型的最新趋势和动态。

专栏 11-5 大量数字化方案亮相第四届进博会

欧洲企业用创新赋能数字化建设

欧洲一家百年企业再度受邀入驻技术装备展区，在显示领域，通过智慧教育、智慧交通、智慧医疗、智慧零售、智慧办公、智慧家居六大应用场景的打造，集中展示电容触控黑板、电子班牌、触摸会议一体机、E Ink 二合一显示器、OLED 便携式显示器、Mini LED 显示器、4K 144Hz 电竞显示器等尖端视讯产品及应用解决方案，以实力引领行业风潮，以创新科技赋能数字化建设。

数字化赋能智慧教育

在第四届智慧教育展示区，现场展示了86英寸红外触控智慧教育黑板，它可以为师生们提供4K高清视觉效果、更为清晰、靓丽的画面，提高学生课堂专注力；红外触控技术让书写变得更为流畅，提升板书书写效率。而86英寸的大屏教育平板，不仅能够实现多屏远程教学互动，还让枯燥的课堂充满乐趣。具备考勤打卡、人脸识别等功能的电子班牌，则能满足常态化教学课堂空间应用需求。

贡献汽车“智造”

美国一家汽车企业把上海超级工厂“搬入”进博会，首次以白车身、冲压件、电池、电机等实物进行展示，结合车间实景视频、精读性展板等形式，全景解析上海超级工厂电机、电池、压铸、冲压、焊装、涂装、总装等车间的智能生产制造流程。观众沿着展台走一圈，就如同完整参观了该企业的上海超级工厂，感受到汽车背后的“智造”逻辑。

跨境电商加速“展品变商品”。进博会积极利用跨境电商便利化措施促进参展商品销售。在第四届进博会上，根据《海关支持2021年第四届中国国际进口博览会便利措施》和《2021年第四届中国国际进口博览会海关通关须知》，允许列入跨境电商零售进口商品清单的进境展览品，在展览结束后进入海关特殊监管区域或保税物流中心，对符合条件的，可按照跨境电商网购保税零售进口商品模式销售。跨境电商将进博会展品从展台搬到网上，大大拓宽了进博会展品的销售渠道，提升了展品的品牌影响力。

专栏11-6 上海海关助力第四届进博会展品“展转跨”

2021年11月19日，一批自法国进口参展第四届进博会的化妆品，经海关办理完成结转手续后进入青浦综合保税区，并上架绿地全球商品贸易港内的跨境电商新业态——绿地全球闪电购，按跨境电商优惠税率进行销售。

在虹桥进口商品展示交易中心，进博会的展商可以依托临近的虹桥商务区保税物流中心实现保展互转，并以保税展示展销或者跨境电商模式将“展品变商品”，实现线上、线下、保税仓联动，并通过跨境电商零售进口渠道进行销售。

探索数字贸易新模式。进博会致力于搭建数字贸易平台促进经贸发展。四届进博会均采用了“线上+线下”的模式，有力推动了数字贸易的发展。进博会

上，网上展厅为人们提供了更加便捷的渠道，足不出户同样可以游览进博会的商品，感受不同国家的文化与产品。海关也致力于利用数字化技术创新贸易管理，便利进博会商品迅速进入中国市场。

专栏11-7 展品入境：上海海关“秒放”

2021年9月27日，第四届中国国际进口博览会首批进境展品，一台氢能源赛车样车，从卢森堡空运至上海，通过上海海关验放后顺利通关。这批跨越山海而来的进博会展品在从口岸到展馆“直通查验”的新作业模式和便利化措施下，已经从“无纸化通关”升级为“秒放”。这些都得益于上海海关为进博会专门打造了跨境贸易管理大数据平台进博会专用模块，即“进博会专窗”。

（四）赋能全球可持续发展

引领绿色低碳消费。中国2020年提出碳达峰碳中和目标，第四届进博会多个展区新增了节能环保专区，一些参展企业展示了前沿的“双碳”技术和理念，带来了“零碳”新品，引领了低碳消费的风潮。

专栏11-8 第四届进博会刮起“绿色风”，低碳产品成热点

骑行式打印机

某企业展出了低耗电的打印机，通过人员骑行所产生的电量，能驱动一台打印机完成工作。该喷墨打印机使用冷印技术，相比传统方案，能耗降低约90%。一个人匀速骑行不到一分钟，即可带动功率仅需12瓦的A4商用喷墨打印机运行。

可压缩比涡轮增压发动机新车

日本某企业在展出新能源车的同时，还展出了搭载全球首款量产可压缩比涡轮增压发动机新车，发动机压缩比能实现由8:1（高性能）到14:1（高

效能)之间的智能无级切换。该企业计划到2025年向中国市场导入9款电驱化车型,包括全新纯电动跨界SUV车型以及6款搭载e-POWER技术的车型。

绿色智慧赋能全球供应链。在“双碳”目标下,供应链格局亟待重构。汇集全球最新技术、产品和方案的进博会,也在为全球的供应链贡献绿色智慧。第四届进博会展出了绿色能源、建筑节能、环境治理等方面的技术和方案,涉及传统能源、新能源、新材料、电力、水处理等多个领域,为企业提供清洁能源转型方面的前沿技术和可持续解决方案。

专栏 11-9 第四届进博会参展企业贡献绿色智慧

持续展出可持续经验和数字化技术

在第四届进博会新设立的能源低碳及环保技术专区上,法国某企业展出的绿色能源管理、绿色智能制造的先进理念、解决方案、咨询服务等在收获关注的同时,也收获了大量意向订单,签约涵盖新能源、化工油气、钢铁冶金、生物制药、水泥建材、房地产等众多行业。

首发数字化碳管理智能云平台

在第四届进博会上,某美国企业首发运行于智能云 Azure 上的业界首个双标准 S-Carbon 数字化碳管理智能云平台。该平台致力于提供一个解决方案,帮助企业对复杂供应链和大型供应商的整体碳减排及碳中和目标的 KPI 执行情况进行管理。此外,该平台还可以监控和分析供应商在碳减排 KPI 下的表现,并提供执行摘要和报告,促进企业参与到诸如“科学碳目标倡议(SBTi)”等全球碳目标项目,真正提升企业在国际市场的绿色融资能力。

绿色“智慧仓储”

美国某企业的“智慧仓储”提供了一站式智能仓储解决方案下,仓储经过物品拣选、输送、自动存取等流程,使货物流转及订单拣选高效准确。在实现传统型仓储物流向数字化智慧物流转型升级的同时,降低能源消耗。

二 打造新发展格局的“示范窗口”

开放是当代中国的鲜明标识，五年来，进博会已成为中国宣示扩大开放举措的重要场合，见证了中国高水平对外开放举措的落实。进博会是世界感知中国高水平开放决心的重要窗口，正在成为市场相通、产业相融、创新相促、规则相联的重要平台，为中国实现高水平开放，构建新发展格局起到了良好的示范作用。

（一）市场相通：买全球惠全球，更好对接国内外供求

构建新发展格局，需要畅通国内国际两个市场、两种资源，将中国市场建成世界的市场、共享的市场，满足中国消费者乃至全球消费者的需求。进博会积极顺应国内消费市场升级趋势，在“逆全球化”涌动的国际环境下，为全球企业提供了市场和机会，增强了供给体系对国内需求的适配性。海外的优质商品和服务通过进博会进入中国，让更多有意愿同中国开展国际经贸合作的国家和企业，了解中国市场，进入中国市场，深耕中国市场，形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。

（二）产业相融：促投资促升级，助力经济高质量发展

进博会积极发挥贸易投资带动作用，推动“参展商变投资商”，越来越多的全球企业以进博会为窗口，加速深耕中国。第四届进博会，世界500强和行业龙头企业参展回头率超过80%，参展数量超过上届，境外中小企业组团参展数增加了30%。位于进博会场馆附近的虹桥品汇增加了为境外中小企业投资服务的新功能，2021年以来，通过在虹桥品汇投资进入中国的外资企业已超过600多家。进博会以国内超大市场的吸引力，拉紧了全球企业与中国市场的纽带，增进了国内外产业链的联系，对冲了疫情下供应链受阻等不利因素，进一步畅通了国内国际双循环。

（三）创新相促：聚动能激活力，培育创新发展新引擎

进博会在创新成果共享、科技经济深度融合方面发挥着重要作用。进博会快捷高效地打通了国内市场需求与国际市场供给之间的通道，推动了国内国际创新资源的共享与流动。进博会积极推动自动化、智能化、医疗、高端制造等领域的尖端科技企业在中国市场的合作，引进国际先进生产要素，构建创新生态，释放创新驱动经济高质量发展的巨大潜能。

专栏 11-10 欧洲某企业研发生态孕育创新，立足中国惠及全球

第四届进博会敞开大门，为各方创新成果提供优质展示平台，在互学互鉴、共赢共享中促进共同发展。2021年10月，欧洲某企业正式启用的全球研发中国中心，二度亮相进博会，并展示了其最新进展及规划。该企业罕见病领域的最新布局也同步亮相，并将在接下来几天陆续达成罕见病领域的一系列合作与签约，加速科学研究及合作成果可及。

该企业通过自主研发与合作开发，带来覆盖呼吸、肿瘤、心血管、代谢、消化、肾脏、罕见病等中国患者最迫切的疾病领域的创新药物。通过进博会，该企业还持续引进海内外优质药物，不断加码药械合作，惠及广大中国患者。第四届进博会期间，该企业与其他企业签署了战略合作意向，共同寻求在提高慢性肾脏病（CKD）患者贫血检测频率、肾脏病全病程管理领域的合作机会。

（四）规则相联：促开放奏强音，拉紧合作共赢纽带

在扩大对外开放的同时，中国积极参与完善全球经济治理，积极对接高标准国际经贸规则，进博会为此作出重要贡献。进博会是中国缩减外资准入负面清单的宣示平台和落实负面清单的重要窗口。中国政府连续四届在进博会上通过专题发布会宣示全国和自贸试验区外资准入负面清单，有序扩大金融、电信、医疗等领域的开放措施，并以进博会为窗口带头落实。比如，2021年7月，

《海南自由贸易港跨境服务贸易特别管理措施（负面清单）》发布，第四届进博会服贸展区面向采购商和相关企业，及时开展了线上招商路演活动，有效扩大了新举措的辐射效应。

三 践行真正的多边主义

中国国家主席习近平指出：“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。”^①真正的多边主义是坚持开放包容共享的发展理念、维护以联合国为核心的国际体系和以世贸组织为基石的多边贸易体制。进博会是中国坚定维护全球化、践行真正的多边主义的鲜明体现。

（一）从人类共同利益出发

进博会始终秉持人类命运共同体理念，展现了中国与世界共享发展机遇的承诺与决心。通过进博会，中国加强贸易和投资、数字经济、绿色低碳、卫生健康等领域议题探讨，推动关键抗疫产品和医疗方案的贸易畅通和创新落实。积极参与应对气候变化、维护全球粮食安全和能源安全，在南南合作框架内继续向其他发展中国家提供更多援助。在新冠肺炎疫情处在高位运行的情况下，进博会传递了世界更需要交流、交融，更需要合作、团结的信号，也引起了世界的共鸣。

（二）坚定维护多边秩序

进博会坚定不移秉持共商共建共享的全球治理观，维护以联合国为核心的国际体系和以世贸组织为基石的多边贸易体制，努力推动全球经济治理体系变革。进博会与世界贸易组织、二十国集团、亚太经合组织、上海合作组织等多

^① 习近平在第四届中国国际进口博览会开幕式上的主旨演讲：“让开放的春风温暖世界”，《人民日报》2021年11月5日，第2版。

边国际组织保持良好的合作机制。联合国工业发展组织、联合国全球契约组织、国际贸易中心、世界知识产权组织等国际组织负责人积极参加。另外，进博会致力于助力发展中国家特别是最不发达国家融入多边贸易体制，努力通过推动发展中国家参与国际经贸活动。

（三）为世界贡献“虹桥智慧”

虹桥国际经济论坛紧密围绕“全球开放”核心主题和“国际公共产品”定位，聚焦全球开放领域热点话题，为国内外政商学界嘉宾搭建高端对话平台，为世界开放发展贡献“虹桥智慧”。第四届虹桥论坛以“百年变局下的世界经济：后疫情时代全球经济合作”为主题，围绕绿色发展、卫生健康、数字经济、智能制造、消费趋势等领域热点话题举办分论坛。第四届虹桥论坛引发国内外热烈反响，积极推动国际抗疫合作、扩大进口和对外开放、推动可持续发展、坚定不移维护世界共同利益等获得广泛关注。

专栏 11-11 第四届虹桥论坛各界嘉宾共同奏响“虹桥交响曲”

第四届虹桥国际经济论坛以“百年变局下的世界经济：后疫情时代全球经济合作”为主题，举办1场高层论坛、12场相关分论坛和1场国际研讨会，150余位政府官员、国际组织负责人、驻华使节、国内外知名学者、世界500强及行业龙头企业代表通过线上线下发言讨论，吸引了近3000名各界代表参会互动。

分论坛与会嘉宾围绕前沿领域热点话题展开讨论。绿色发展分论坛上，国际贸易中心执行主任帕梅拉·科克-汉密尔顿等深入探讨气候变化背景下绿色发展对全球经贸发展带来的影响，分享绿色发展的先进经验与做法，展望国际贸易投资发展的新图景；卫生健康分论坛上，中国工程院院士钟南山等卫生领域专业人士展开深入研讨，为各国开展公共卫生合作，共建人类卫生健康共同体，实现以人民健康为中心的高质量发展贡献智慧；数字经济分论

坛上，联合国工业发展组织总干事李勇、诺贝尔经济学奖获得者皮萨里德斯等嘉宾就世界各国需要共同应对的数据跨境流通、数据开放与知识产权保护、数字鸿沟等重大挑战展开探讨；智能科技分论坛上，TCL董事长李东生等指出AI、5G、云计算、物联网等数字基础设施和技术解决方案不断成熟，智能科技赋能将迸发出强大的创新潜力，助推构建智能价值链的全球新生态；区域金融分论坛上，菲律宾央行行长迪奥克诺、柬埔寨国家银行行长谢占都等与会嘉宾聚焦《区域全面经济伙伴关系协定》对区域内经济发展的促进作用，探讨如何助力全球经济实现复苏。

四 推动进博会高质量发展

进博会要立足新发展阶段，贯彻新发展理念，为构建新发展格局持续发力，把中国对外开放的重大举措和举办进博会有机衔接，积极探索体制创新，推动制度型开放，迈出高质量发展的坚实步伐。

（一）提升进博会“中国开放窗口”的品牌价值

进博会要持续成为履行中国高水平对外开放承诺的示范窗口，不断放大国际采购、投资促进、人文交流、开放合作的四大平台作用，进一步提升进博会的品牌价值。优化传播途径，采用传统媒体和新媒体融合的方式，善用国际传播平台，增强传播力，增强对境外参展商和投资者的吸引力，让进博会的“金字招牌”越擦越亮。

（二）持续推动进博会体制机制创新

持续完善进博会办会模式。对进博会的支持政策进一步完善优化和常态化、机制化，继续丰富政策“工具箱”，稳定政策预期，创新支持举措，为参展客商和各交易团提供优质服务。优化招商机制，围绕重点领域开展产业链精准招商，促进供需双向联络对接，提高采购商投资动机和影响力。继续优化展区设

置，进一步提高展区专业化程度。推动提升虹桥国际经济论坛国际化、专业化水平，服务“全球开放”核心主题和“国际公共产品”定位，扩大论坛影响力，努力将虹桥论坛打造成为世界开放理论与最佳实践的交流平台、重要桥梁和思想高地。

（三）与中国区域开放战略相协调

与长三角、珠三角、中西部开放、沿边开放战略相协调，继续加强进博会对中国区域开放的促进作用。着力推动进博会与长三角区域联动发展，优化上海市的城市保障协调机制，继续完善参展和配套服务，提升贸易对接、投资推介活动水准，使得各类展示交易平台成为长三角地区对接国际市场的重要渠道。加快推动进博会与珠三角、中西部、沿边开放地区协调发展，加大力度鼓励参展商到相关省市开展配套活动，完善进博会预热、投资洽谈对接等活动，进一步拓展合作空间，并及时复制推广经验。