

进博会让中国国际消费中心城市建设再提速

——访中国消费经济学会会长杨继瑞

本报记者 李元丽

11月4日，第四届中国国际进口博览会拉开了序幕。恰逢中国迎来加入世界贸易组织20周年，进博会的成功举办与人世20年我国经济快速发展有怎样的联系？如何更好地发挥进博会的溢出效应？在新发展格局下，如何充分发挥进博会在国际消费中心城市建设中的平台作用？带着这些问题，本报记者采访中国消费经济学会会长杨继瑞。

中国市场将进一步凸显“强磁场”魅力

记者：第四届进博会于11月4日开幕，习近平主席通过视频发表主旨演讲。在您看来，演讲内容给世界传递了哪些积极信号？

杨继瑞：第四届进博会的举办之年，恰逢中国加入世界贸易组织20周年。中国人世表态一言九鼎、一诺千金。习近平主席演讲掷地有声，庄严宣布中国承诺的更加开放举措已经基本落实。同时，入世20年来，中国全面履行入世承诺，不断扩大开放，激活了中国发展的澎湃春潮，也激活了世界经济的一池春水。

中国是一个发展中的开放大国，将持续地让开放的春风温暖世界，在更大范围、更宽领域、更深层次实施对外开放。未来，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。这体现“四个坚定不移”：中国将坚定不移维护真正的多边主义、中国将坚定不移同世界共享市场机遇、中国将坚定不移推动高水平开放、中国将坚定不移维护世界共同利益。

值得一提的是，20年间，中国不仅完成了世贸组织的“规定动作”，而且首创了进博会的“自选动作”。第四届进博会是在我国前三季度经济同比增长达到9.8%背景下召开的，我国在向全世界展示中国经济增长强韧性的同时，以博大胸怀让世界共享中国经济社会高质量发展的红利。这是构建人类命运共同体的中国2021年行动。第四届进博会多项指标再创新高，127个国家和



地区近3000家参展商亮相企业展，国别、企业数均超过上届。中国有承载力、消费力的广袤市场再次吸引了世界企业。与此同时，加入世贸组织的20年，是中国深化改革、全面开放的20年，是中国把握机遇、迎接挑战的20年，是中国主动担责、造福世界的20年。第四届进博会新老朋友云集，中国贸易的朋友圈进一步扩大。进博会成为国际贸易界的饕餮盛宴，也是中国加入世贸组织20年的一份“回馈厚礼”。

让展品变商品 让展商变投资商

记者：从以前的出国“买买买”，到如今的家门口“轻松购”，如何更好地发挥进博会的溢出效应，使“进博效应”进一步放大？

杨继瑞：进博会搭建的“四大平台”，是中国开放的大平台，是互惠互利多赢的大平台。未来的进博会也将实现展品变商品、展商变投资商，溢出扩散效应不断放大，为加快形成双循环新发展格局提供有力支撑。

借助国际采购平台，外企可以在此基础上，更精准地对接中国市场需求，成交签约额和实际成交额将再创

新高，有助于使人们从以前的出国“买买买”，到如今的家门口“轻松购”；借助投资促进平台，外资可以寻求在中国大地上生长的新空间；借助人文交流平台，中外企业之间可以增加相互了解和信任，扩大企业和产品的全球影响力；借助开放合作平台，可以促进区域产业链供应链的稳定与优化，促进全球经济的复苏与发展。

不仅如此，进博会产生的经济效应将持续放大。持续释放的“进博效应”，既体现在国外参展商的签约上，也体现在国内交易团的采购单里，是真正的全球创新创业盛会、全球贸易盛会；进博会的举办，可以促进消费转型升级的效应持续放大，可以更好地稳定和优化双循环新发展格局的产业链供应链，从而能更好地满足人民日益增长的美好生活需要；进博会的举办，还将持续放大制度创新效应，可以进一步优化国际营商环境，持续推动长三角地区在创新、市场、贸易和制度方面一体化的发展。

值得一提的是，第四届进博会的国家展首次虚拟呈现。在中国国际进口博览会官网上，观众通过国家展可以看到49个国家、国际组织的数字展馆，还有“进宝”作为讲解员带着大家“云”观展。本届国家展首次采用了三维建模、虚拟引擎等技术为各参展国搭建精心制作的虚拟展厅，通过图片、视频、3D模型等多种形式展示参展国发展成就、优势产业、文化旅游、代表性企业等领域特色。数字化会展样式在第四届进博会得到了充分展示。

另外，第四届进博会聚焦国内发展需要，创新展示题材，连接优质供给资源和市场迫切需求，设置了能源低碳及环保技术、创新孵化等13个专区。这对于优化新发展阶段的双循环产业链供应链，促进我国高质量发展将起着积极的促进作用。这既是世界之福，也是中国之需。

推动国际消费中心城市建设与进博会之间的有机互动

记者：在新发展格局下，如何充分发

挥进博会在国际消费中心城市建设的平台作用，增强两者之间的协同互动？

杨继瑞：进博会是上海建设国际消费中心城市的大平台。加快打造国内大循环中心节点、国内国际双循环战略链接，推动国际消费中心城市建设与进博会可以形成有机互动。

以上海为例。一是建设国际消费中心城市要充分激发进博会溢出效应，集聚全球消费资源，引领全球消费潮流，建立全球影响力商圈，营造优质消费环境，为国际消费中心城市建设助力；二是建设国际消费中心城市要在文创消费上形成交流与互动。只有民族的，才是世界的。进博会是一场全球文化的盛宴，“新”生活、“酷”科技、“最”潮流在此云集，“全球首发、亚洲首秀、中国首展”争相亮相，折射的是更加丰富、多元的中国市场需求，也是更具广度、深度的国际合作潜力。不论德国工业厂商的精益求精文化，还是意大利小企业的家族美学追求，商品货物展示的同时，也是各国优秀文化的直接展演。上海要在“小精特新”产品上形成世界级的首店经济集群。同时，进博会也将形成富有中国特色的“文化+”特色品牌，带来显著的溢价效应和良好的市场前景；三是建设国际消费中心城市要以进博会连续举办为契机，挖掘新消费，探索新业态，创造新模式，着力打造具有鲜明标识度的商业地标和国际消费新场景，吸引世界各地人们到上海来“沉浸式”消费，到上海来“买买买”；四是建设国际消费中心城市要以进博会连续举办为契机，以国际一流营商环境，吸引国际资本和品牌落地上海，吸引国际优秀人才云集上海，创新产业链供应链，实行“进口替代”战略，以开放的“上海制造”和“上海智造”高水平融入双循环新发展格局；五是建设国际消费中心城市要以进博会为重要抓手，撬动国内国际资源，将上海建成世界的上海、共享的上海、大家的上海，满足中国人民和世界人民对美好生活的共同需要，为构建人类命运共同体贡献上海力量。

绿色那点事，为啥被这届进博会炒红了？

本报记者 崔吕萍

绿色是第四届进博会的一抹亮色。展馆内外，论坛周边，以低碳绿色为目标和抓手的经济发展道与术，被广泛提及。多位全国政协委员也参与了这一话题的分享，一起来看看。

积极运用 ESG 投资，谨防资本项目“漂绿”

“当前，全球为实现碳达峰、碳中和，都在算‘绿账’，显然这需要巨额资金，而金融如何为绿色低碳赋能助力，则值得我们讨论。”第四届进博会期间，在中国太保产险举办的“科技金融服务双碳经济”国际高峰论坛上，全国政协委员、中国投资有限责任公司原总经理屠光绍表示，“绿账”算清，大家会发现钱有可能花到3个地方。

第一，能源结构转型需要科技助力，科技助力要有资金支持；

第二，能源效率提升、减少能耗驱动也需要钱；

第三，对碳本身的利用需要技术引领，同样需要大量资金。

“这些资金缺口如果仅靠政府填补，恐怕是‘天方夜谭’，因此我们要通过体制机制转换，充分释放好环境、社会责任和公司治理投资（即ESG投资）的积极性。”在屠光绍看来，ESG投资有满足“双碳”发展的促进资本功能完善和优化市场机制这三大作用，未来应采取多重措施促使这三大作用良性互动。

“与此同时，我们应防范ESG投资在促进绿色发展中的三大风险。”屠光绍表示，第一是“漂绿”风险。现在正好是大闸蟹的季节，很多大闸蟹在阳澄湖里待一天就算阳澄湖大闸蟹了，以及被曝，要防止资本、项目乱贴标签；第二是迭代技术变革风险；第三是全生产体系的转型风险。当前我们距离“3060”目标有一定的准备期，这期间，大量市场主体的能源结构、经营方式都处于转型期间，这对资金安全也会带来挑战，因此要建立起风险防范体系。

抢抓“长三角”，建世界一流智慧绿色港口

“开放是当代中国的鲜明标识。加入世界贸易组织20周年，我深感改革开放营造了良好的营商环境，为广大学人华侨报效祖国提供了更好的机遇。”在全国政协委员、华彬集团董事长严彬看来，进博会展示出了国家高水平开放的魄力和决心，释放出了综合效应，助力了世界经济复苏。除了积极扩大进口的直接效应，扩大对外开放、吸引国际投资、促进出口、助力中小微企业发展、服务国内消费升级等各种间接效应，也在越来越

中国消费市场繁荣 源于买手用心和卖者创新

本报记者 崔吕萍

尽管疫情仍在全球肆虐，但“中国买手”持续活跃在国际贸易市场中。

11月1日晚，来自阿富汗的45吨椰子抵达上海浦东机场。采用当季新鲜原料加工而成的阿富汗松子，也已经同步在盒马门店和APP陆续上架。

评估阿富汗松子优劣的一个指标是看颗粒大小、饱满度以及坏籽率等，目前盒马的筛选标准是1斤1600粒，是目前市场上最高的颗粒标准（市场上比较多的是1斤1800粒—2000粒）。阿富汗松子的采摘时间一般是9月中旬到10月中旬，一个松塔从开花到成熟期约3年，而且产量极为有限。当地一般采用传统的人工采摘和去壳、晾晒等工作，生产过程比较耗费人力，加上地处内陆对外交通运输不便等原因，导致手剥松子在中国市场上并不常见，价格较高。

据盒马采购经理董仪明介绍，阿富汗松子从10月下旬上市开始，差不多4个月最佳赏味期。到了三四月，天气逐渐炎热，对松子的品质影响较大，坏籽率提高，口感会下降。另据我们了解，今年新上市后，阿富汗松子销售同比去年同期已经有了50%的增长。

数据显示，过去一年，盒马进口直采的商品数增加近50%。其中，奶制品、牛肉、休闲食品、红酒等品类增长迅猛。盒马商品品牌中心总经理肖路对此表示，随着中国消费者愈发挑剔，买手已经从“全球买货”升级为“全球定制”，越来越多优质进口食材，被打造成适合中国消费者的商品。“盒马将俄罗斯的面粉拿来深度研发，做成了中国人爱吃的刀削

越多的行业和城市中不同程度地展现出来，“我相信，未来这种效应将日益凸显”。

“十四五”规划的第三年即将到来，严彬认为，企业要抢抓机遇，以更开放的态度面对市场。

“绿色低碳创造新的市场需求，成为经济高质量发展新的增长点。在今年的技术装备展区，有不少绿色新品首发，充分展现出了低碳化、智能化等行业发展新趋势。作为多元化、国际化、以绿色发展理念为引领的企业，华彬集团也于今年年初在常州实施了新长江港口码头项目，抢抓长江经济带、长三角一体化发展等战略在常州叠加交汇的机遇，助力世界一流智慧绿色港口建设，推动高水平开放，进而带动中国服务贸易的高质量发展。”严彬这样说。

设置绿色考卷，优化对企业的评价体系

“首届进博会举办以来，我们根据中外企业在交易中产生的金融需求，先后推出了‘中博融’‘进博融’等专项金融产品，向外贸企业提供全流程服务，并将进口专项额度扩大至3500亿元。第四届进博会，我们也进一步升级了现有服务，推出‘易惠全球’专项金融服务方案，形成以进口为重点的交易场景，灵活联通境内外上下游，多平台自主对接服务。”谈及进博会，全国政协委员、中国进出口银行董事长胡晓炼一直强调，政策性金融机构要充分实现功能创新，为远道来客在中国的贸易活动提供金融助力。

“今年，我们还积极利用进博会平台，抓住绿色贸易带来的新机遇、新动能，着重发挥政策性金融的引领与示范作用：一是下大力气支持绿色产品进口，优先支持生产过程及自身节能、节水、低污染、低毒、可再生、可回收的高质量、高附加值绿色产品进口；二是重点强化进口对国内产业绿色转型升级的支持作用，通过绿色贸易推动重点领域清洁化、绿色化，特别是能源领域构建清洁体系、工业领域推进绿色制造、建筑领域推广节能改造、交通领域实现低碳运输等。借助进博会平台，优先支持能够打通这些领域绿色产业链、供应链堵点难点的技术、设备和原材料进口；三是进一步优化完善内部机制和企业评价体系，有机融入低碳、绿色、环保理念，在中长期发展规划、信贷制度建设、流程管理、业务创新等各个环节，加强环境和风险防控。”在胡晓炼看来，真金白银的支持，同时将环境、社会责任、公司治理理念纳入对企业的综合评价标准，将有助于实现经济效益、社会效益、生态效益同步提升。

“今年，我们还积极利用进博会平台，抓住绿色贸易带来的新机遇、新动能，着重发挥政策性金融的引领与示范作用：一是下大力气支持绿色产品进口，优先支持生产过程及自身节能、节水、低污染、低毒、可再生、可回收的高质量、高附加值绿色产品进口；二是重点强化进口对国内产业绿色转型升级的支持作用，通过绿色贸易推动重点领域清洁化、绿色化，特别是能源领域构建清洁体系、工业领域推进绿色制造、建筑领域推广节能改造、交通领域实现低碳运输等。借助进博会平台，优先支持能够打通这些领域绿色产业链、供应链堵点难点的技术、设备和原材料进口；三是进一步优化完善内部机制和企业评价体系，有机融入低碳、绿色、环保理念，在中长期发展规划、信贷制度建设、流程管理、业务创新等各个环节，加强环境和风险防控。”在胡晓炼看来，真金白银的支持，同时将环境、社会责任、公司治理理念纳入对企业的综合评价标准，将有助于实现经济效益、社会效益、生态效益同步提升。

图说进博会

领先的硬核产品尽显科技产业之美



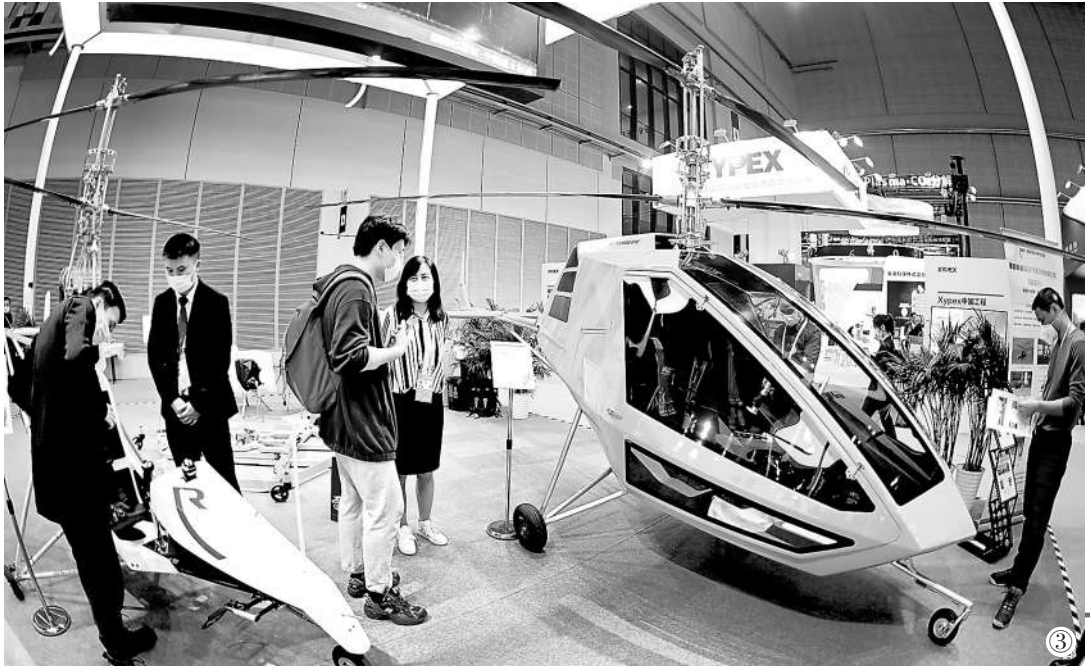
11月6日，第四届进博会技术装备展区荟萃了具有全球影响力的现代制造技术和装备。领先的硬核产品尽显当代科技与艺术结合之美。

图①：安百拓聚焦数字化、自动化和电动化解决方案，以全新的视角解读采矿与基础设施建设发展的未来。图为观众体验安百拓设备操作模拟器。

图②：陶氏公司展台内的这辆高合HiPhi非常吸睛。它是丁磊创立的出行科技公司华人运通自主研发的中国高端新能源智能汽车品牌，应用了陶氏与高合汽车共同研发的众多创新材料。

图③：德国罗施密特直升机公司展示了VA系列共轴双旋翼载人单座、双座直升机。

本报记者 田福良 摄



携手共建智慧零碳新未来

本报记者 李元丽

随着中国双碳进程的脚步加快，低碳技术成为第四届进博会上的热点。

“清洁能源与数字化的叠加是实现碳中和的唯一可行出路。今年进博会，我们期待继续扩展碳中和与数字化‘朋友圈’，与新老朋友携手共建低碳绿色的创新生态，共塑更具韧性、更高效的可持续未来。”施耐德电气全球执行副总裁、中国区总裁尹正在接受本报记者采访时如是说。

“经济复苏必须是绿色低碳的，这在全球业已达成共识。”尹正表示，当前，中国已成为全球经济复苏的支柱，而进博会就是观察中国乃至全球市场风向标的窗口。今年，进博会上设置了能源低碳及环保技术专区，正是这一理念的体现。此外，作为一场盛大的线下活动，进博会也展示了在疫情防控常态化趋势下，开展经济贸易活动与疫情防控并重的新模式、新方式，让施耐德电气更有信心在中国进行长期规划和发展。“习近平主席在第四届进博会开幕式上发表主旨演讲时提出共建开放型世界经济，不断扩大开放，不仅将加快中国高质量发展，也将为世界经济复苏注入澎湃不竭的动力。”尹正补充道。

当记者问及，连续四届参加进博会的收获时，尹正告诉记者，过去三年，收获颇丰。在历届进博会上，参展产品不断升级、应用更加丰富、方案全面落地、“朋友圈”不断扩大，体现了施耐德电气持续深耕中国市场，赢得更多合作伙伴和客户青睐的发展里程。三年来，施耐德电气在绿色可持续发展方面的能力不断强化，数字化解决方案不断完善升级。今年，施耐德电气提出了“绿色能源管理”理念，涵盖能源生产、传输、存储和使用的全生命周期管理。在制造领域，施耐德电气在进博会上展示了“绿色智能制造”，带来了一系列绿色智能制造咨询与服务以及联合创新的绿色生态。

扎根中国34年来，施耐德电气一直注重加强本土“朋友圈”。“进博会提供了一个施耐德电气与新老‘朋友’相遇、相知的平台，使得施耐德电气的数字化生态圈持续扩大、深化。我们展台面积不断增加，从最初的工业制造、能源装备、数据中心等领域，逐步拓展到电子、食品饮料、生命科学等等，助力更多行业用户提高效率、践行可持续发展。不少客户在第一届进博会上签约之后，又在第二届、第三届、第四届进博会上与施耐德电气继续牵手，一系列数字化合作从落地、启动，到开花、结果，都离不开进博会的‘牵线搭桥’”。尹正高兴地说。

据了解，今年施耐德电气以“助推碳中和，加速数字化”为主题亮相能源低碳及环保技术专区，展示“零碳城市”有关的理念和实践。不仅展示自身的零碳和数字化成果，包括“零碳工厂”和“灯塔工厂”建设，还携手合作伙伴共同打造零碳园区、端到端绿色供应链等业态，为建设“零碳城市”和推动产业低碳转型提供范本。