



第二屆

中國國際進口博覽會



发展自己 更造福世界

卷首语

■ 本报首席记者 顾一琼

一年好景君须记，最是橙黄橘绿时。时和岁丰、穰穰满家的季节里，今天，位于东海之滨的“四叶草”，舒展花叶、绽放新姿，再迎四海宾朋、八方来客。

“中国国际进口博览会不仅要年年办下去，而且要办出水平、办出成效、越办越好。”习近平主席在首届中国国际进口博览会开幕式主旨演讲中的庄严承诺言犹在耳，一年后的今天，聚焦“越办越好”“永不落幕”的第二届进博会在一片欣欣向荣间勃发启幕。

世界经济增速放缓，风险挑战加剧，在此大背景下，中国主动扩大进口，举办“永不落幕”的进博会，这不是一时的权宜之计，而是面向世界、面向未来，促进共同发展的长远考量，更由此坚定推动自身更高水平开放，体现构建开放型世界经济大格局中，中国作为大国的担当。

规模更大、质量更高，更有特色、更求实效——抓住这些关键词，就能从多个维度注解第二届进博会的“越办越好”。而亲临现场的广大展商、客商以及观众也将对此有更为直观、丰富的感知。

第二届进博会，国家展和企业展总面积达36万平方米，其中企业展面积增至33万平方米，150多个国家和地区的3000多家企业参展，世界500强和行业龙头企业参展数超过250家，更多新产品新技术新服务“全球首发、中国首展”，专精特新产品荟萃，国内外采购商和专业观众预计将超过50万人。

举办进博会，不是简单地扩大进口，而是通过进口提质增效，更好服务创新驱动发展战略。更多国外优质产品、服务、企业进入国内市场，倒逼产业结构转型升级，激发国内市场活力。同时，通过向世界主动开放市场，降

低进口的制度性交易成本，以开放促发展，主动配置全球要素，推进供给侧结构性改革。

发展自己更造福世界——越办越好的进博会，正产生巨大的“磁场效应”和“红利溢出”。

数据显示，首届进博会成交额达578.3亿美元，大部分交易团完成合同在90%以上；大大拉动了国际间的投资和贸易合作，一大批优势和特色产品得以进入中国市场，促进国内消费升级；面对面的定期交流合作，更让部分交易团企业追加订单。进口增长更成为拉动经济的重要引擎——今年前三季度，中国进口消费品较去年同期增长1.5个百分点，全国实现社会消费品零售总额29.7万亿元，同比增长8.2%，最终消费支出对经济增长的贡献率达60.5%。

借由进博会，中国先后出台扩大进口、稳定外贸增长、激发市场主体活力的一系列政策举措。大力推进“放管服”改革，全面实施减税降费政策，持续优化营商环境。例如，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，激发进口潜力；持续放宽市场准入，进一步精简外商投资准入负面清单……刀刀向内的创新与改革，赢得国际社会广泛认可。世界银行最新报告显示，中国营商环境总体排名跃居全球第31位，比去年提升15位。

进博会带来的不止是开放市场、包容心态和共享期许。对于这场“永不落幕”的盛会，“越办越好”已从一种期盼化为一种践行、一种获得感。她向世界表明，中国以实实在在的行动，为各国出口提供了新机遇，为各国共享中国发展红利搭建了新平台，为世界经济注入了新动力，为世界各国提供了更广阔的市场和宝贵的合作契机。

中国经济持续稳中向好，进博会的潜力和动能将继续释放。未来，更多精彩可期。

特刊导读

本报今推出十二个进博会专版

关注亮点

越来越多新技术新产品在进博会首发科技，给人们带来高品质生活体验
为世界经济健康发展提出“虹桥智慧”

关注主宾国

法国：“浪漫之邦”多维度展示高品质生活

意大利：“文艺复兴”发源地引领全球时尚潮流

捷克：“未来之国”创新战略打造“九大支柱”

柬埔寨：东南亚“鱼米之乡”常年瓜果飘香

▶ 刊第六至第十六版

