



速度跑過疫情“寒潮”、跨度從全國到全域、溫度為溢出效應加分

展商們都說：進博會，我們來對了！

■本報記者 徐晶卉

“讓中國市場成為世界的市場、共享的市場、大家的市場”——這是中國擴大開放的堅定決心。

“中國有14億人口，中等收入群體超過4億人，是全球最具潛力的大市場，預計未來十年累計商品進口額有望超過22萬億美元”——這是中國市場打開的“機遇之門”。

第三屆中國國際進口博覽會昨天圓滿落幕。回顧過去的一周，萬商雲集，展品薈萃，這裡用全球首發、全球首展標注行業的風向標；這裡用一筆筆訂單、一次次簽約，體現貿易交融的盛景；這裡用一場場論壇、一次次對話，推動構建“人類命運共同體”。

在全世界疫情蔓延的特殊環境下，進博會用自己的硬實力向世界作答，這個盛會的積極影響及其溢出帶動效應越來越明顯。它用飛奔的速度，跑贏疫情“寒潮”；它跨越線上線下，從全國到全域；它在一次次制度創新中，縮短產品和服務從世界各地到中國的路程。參展商們由衷感嘆：進博會，我們來對了！

溢出效應太快，跑過疫情“寒潮”

阿斯利康全球執行副總裁、國際業務及中國總裁王磊已習慣於把進博會作為一把時間標尺，記錄一年間企業的發展速度：第二屆進博

會上亮相的創新葯羅沙司他，今年已覆蓋全國近3000家醫院；今年展臺亮相的阿斯利康全球研發中國中心項目已動工，明年就能運營。他說：“每一個在進博會上簽約和承諾，都仿佛會開足馬力往前沖。”

速度，是第三屆進博會展品變商品的衡量標尺。進博會“一年級生”德國曼茨深感自己來對了。曼茨此次全球首發了一款MAC60至尊系列主機，11月8日，曼茨與深圳市百思達有限公司簽訂一份4500萬元的進口商品採購意向協議書。曼茨首席文化官奧利弗說，雙方從洽談到簽約一共花了兩天，堪稱“神速”。

速度之中，也帶著讓人踏實的温度。多亏了在前兩屆進博會上收獲的訂單，盧旺達加紹拉农产品公司才得以平安渡過新冠肺炎疫情難關，總裁厄多內·圖瓦希古瓦不由感嘆：溢出效應的速度跑過了疫情“寒潮”。

“不同凡響的中國力量，是促進全球發展繁榮的首要動力。”泰佩恩全球首席執行官喬安妮·克雷沃塞拉特說，在這特殊的一年，中國經濟的强大韧性與增长活力，加快了全球產業的回暖，進博會這一國際級交流平臺更是為多方搭建了高效、實惠的堅固橋梁。

從6天到365天，從全國到全域

進博會展期雖然只有短短6天，但它的溢

出效應卻是365天不間斷。從首屆進博會開始，上海就搭建起“6+365”常年展示交易平臺，今年平臺數量又新增7個，達到56個，為參展商的優質產品進入中國市場提供全方位交易促進服務。

進博會開幕前夕，斐濟、拉脫維亞、巴拿馬、俄羅斯、塞爾維亞等7個國家館扎堆在綠地全球商品貿易港開業，至此，這個“6+365”平臺上的國家館數量已達到46個。進博會期間，展館內1500款“進博同款”在貿易港同步上架。在綠地集團總裁助理、綠地全球商品貿易港集團總經理薛迎杰看來，這裡就像是展品變商品的樞紐點，助力境外企業能有效把展品從全球引入中國，更高效地把商品從上海輸送到全國。

全球疫情之下，進博會的溢出效應並沒有因為物理連接的暫時中斷而減弱，相反，得益於中國强大的跨境電商網絡，展品變商品仍一路綠光——去年進博會首秀的寶潔全球首發祛斑美容儀OPTe、花王EST絲膜噴霧器美容儀、Aderans頭皮按摩吹風機等新品，今年陸續在天貓國際首發，進度條始終在線上。

天貓進出口事業群總裁劉鵬說，首屆進博會上，阿里巴巴定下5年2000億美元的大進口計劃，第一年目標已完123%，目前仍在穩步推進中，“今年進博會期間，天貓國際引入的1400多款海外新品現身，不少將無縫對接‘雙11’”。

進博會的溢出效應，不僅在線上線下同頻

共振，也以上海為起點，延伸至長三角地區，加速跑向全國。德國維特根集團的“冷再生機”是第三屆進博會首件進館展品，被江蘇北極星交通產業集團有限公司相中，簽下大單。這台“重傢伙”將留下來變成商品，為長三角一體化發展更快“鋪路”。

今年，上海多個“6+365”常年展示交易平臺主動走出去。9月，虹橋品匯落戶江蘇常州江南環球港，進博會後還將設立浙江中心（嘉興）、安徽中心（黃山），開啟助力長三角一體化發展的新篇章。截至目前，綠地13個貿易港及分港的足跡遍布華東、華南、東北、西南、西北等地，這意味著，展商在進博會首秀的展品，能以最快速度實現最大跨度，進入中國最主要的消費市場。

營商環境為溢出效應加分

第二屆進博會上，勃林格格魯翰首秀的尼達尼布，在展會後很快有了新進展，它的第二個新適應症——治療系統性硬化病相關間質性肺疾病在中國获批，速度僅比歐盟晚了45天。同樣，葛蘭素史克也獲得感10分，企業在進博會上帶來中國首個获批的帶狀疱疹疫苗“欣安立適”，于今年6月上市。在不到4個月時間內，這一疫苗已完成了16個省區市的掛網招標。

勃林格格魯翰企業傳播副總裁殷好誦說，

得益於國家葯品監督管理局的審批加速以及中國鼓勵海外上市葯葯加速入華，企業多個創新葯品在華審批速度加快。第三屆進博會上，企業還宣布了4.51億歐元的中國擴大投資五年規劃。

一系列創新政策接連落地，全力服務進博會參展商。達能紐迪希亞發布特配新品“紐荃星壹加”，展出近40款特殊醫學用途嬰幼兒配方食品。展品背後，是特殊食品臨時許可證的範圍擴容，達能亞太（上海）管理有限公司副總裁兼秘書長吳俊財說，今年新增的針對特殊醫學用途配方食品的臨時許可證，讓企業体会到市場監管領域制度創新帶來的便利與機遇。

越是特殊時期，進博會更要“越辦越好”。每一條措施都熱情而貼心地回應著展商的期盼。中國國際進口博覽局副局長孫成海表示，在去年創新政策的基礎上，今年展期內銷售的展品進口環節三稅全免、允許參展企業辦理進口特殊食品臨時許可證等13項政策已成為制度性安排。不僅如此，今年的展品在展會結束後，可轉入特殊監管區開展跨境電商業務。

輾轉來到進博會會場的意大利那不勒斯珠寶參展商小馬可，準備在進博會落幕後在中國多停留幾天，把展品轉入“6+365”常年展示交易平臺，沖擊更高銷售額。進博會期間，他和另一位來自意大利的參展商大馬可隔空視頻，他倆已經定下“一年之約”——“明年進博會，我們上海見！”

“小叶子”為進博會增光添彩

本報訊（記者占悅）第三屆進博會昨天圓滿落幕。在常态化疫情防控的背景之下，場館內外的青年志願者們，用專業的服務與熱情的態度為進博會增添別樣光彩，也向世界見證“小叶子”的青春與活力。

據了解，本屆進博會共招募4844名志願者。其中，參加兩屆或三屆進博會志願服務的“二年級生”和“三年級生”共671人，占總人數的14%；有過疫情防控志願服務經歷的志願者人數為871人，占總人數的18%；“00后”志願者共2637人，占總人數的54%。今年進博會期間，他們活躍在場館內外，為展會提供各種服務。

第三屆進博會閉幕當晚，“小叶子”們在“四葉草”外拍照留念。本報記者 袁婧攝



律師志願者在“四葉草”現場說“法”

■本報記者 張曉鳴

早上8點不到，李玉玲和安翊青兩位律師就來到了“四葉草”——國家會展中心（上海），直奔中央商會會展步道的南側綜合服務區。每年進博會期間，都會有一批律師志願者為進博會提供優質法律服務保障，打响上海法律服務品牌。

記者获悉，今年，上海市司法局加入進博會城市保障領導小組的市場監管組，加強進博會法律服務保障，為展會各方提供專業法律諮詢和服務，提供知識產權諮詢服務，開展上海營商環境政策宣傳。其中，包括李玉玲和安翊青在內，54名律師、23名調解員、6名公證員、4名司法鑑定員、13名仲裁員組成

了進博會法律服務志願團。

上午10點半左右，Kaltja Global公司總經理戴維和翻譯一起來到了市司法局的展位。“我的公司註冊在境外，在中國境內也有一家公司。我在境外註冊的商標是否需要在中國註冊，如果需要，應該如何註冊，如何保護？”戴維開口見山向李玉玲求教。

來自上海漢盛律師事務所的李玉玲，專業領域正好是知識產權保護和爭議解決。對於外商提出的問題，她一一耐心解答：境外註冊的商標，在中國不享受註冊商標的待遇，建議在境內重新註冊，以加強保護；關於具體的註冊流程，可以先確定要註冊的具體商標以及商品類別，進行必要的檢索之後再提交註冊。

據介紹，市司法局和市律協總結

前兩屆服務進博經驗，對本屆律師志願團進行結構優化，加大知識產權律師比重，並組建“知識產權法律服務專業小組”。在為期6天的服務周期中，每天都有一名專業的知識產權律師進場服務。

安翊青來自里格律師事務所，關注的是外商投資、反壟斷等領域。她告诉记者，那天有日本客戶來諮詢在上海投資的有關政策。今年《上海市外商投資條例》出臺實施，將建立市級外商投資有關議事協調機制。她告訴日本客戶，該條例對內外資企業公平待遇，鼓勵外商投資、負面清單管理、重大項目服務等均作了具體規定，有助於推動外資公平參與市場競爭。“進博會會期雖然只有幾天，但參展商在中國和上海的投資

經營是365天。”安翊青表示。

記者在市司法局展位注意到，第二屆進博會不少外國展商贊不絕口的“小藍書”——《律師解答上海優化營商環境政策法規讀本》，今年不僅免費“升艙”為plus版本，還增添了《知識產權政策法規問答》。“小藍書”結合《上海市優化營商環境條例》等最新地方性法規，對世界銀行營商環境標準，從上海優化營商環境政策背景及開辦企業、施工許可、疫情防控措施應對等13個方面，對內容進行了全面升級。由上海律協知識產權委員會編寫的《知識產權政策法規問答》，匯集了著作權、商標權、申請程序等展商最關心的近百個知識產權法律問題，進行詳細、專業的解答，並已同步翻譯成英文。

共同推進社會文物管理綜合改革試點

（上接第十三版）

根據合作協議，雙方將推進新時代收藏文化培育行動、基於信用監管體系的登記交易制度試點、文物商標提質升級行動、文物拍賣領軍企業扶持計劃、鑑定服務提升項目、創新文物進出境管理服務、建設國際文物藝術品交易中心、推進長三角文物市場一體化發展、完善文物市場監管體系、強化綜合配套政策支持等十大試點任務，為促進上海市民間文物收藏和文物市場發展，探索構建上海社會文物保護利用新格局提供強力驅動。

此前，作為此次試點的重要內容，國家文物局會同上海市政府積極協調相關部門出台了中國國際進口博覽會文物類展品進口相關免稅優惠政策，並配套制定了相應監管和便利化措施，有效發揮進博會在人文交流平臺方面的積極作用，促進文物回流。

探討疫情背景下城市治理與合作交流

（上接第十三版）

“相知無遠近，萬里尚為鄰。”龔正在致辭時表示，上海已與59個國家的91個市建立了友城關係。在抗击疫情過程中，上海與友城攜手合作、共克時艱。我們要堅定信心、增強團結，在開放中創造機遇，在合作中破解難題。相信這次跨越時空的論壇，將續寫友城合作的新篇章。

龔正說，新冠肺炎疫情使世界經濟面臨的不穩定不確定因素增多，給城市治理體系也帶來了嚴峻挑戰。我們將秉持開放、合作、團結、共贏的信念，堅定不移全面擴大開放，為城市高質量發展注入更多正能量。我們將着力建設開放新高地，打造國際一流的營商環境，提升

城市治理能級，加強友城團結合作，為推動世界經濟早日重現繁榮作出貢獻。

友好城市市長及市代表分享了抗疫和復工復產的經驗做法並表示，感謝上海在抗疫情期間給予的支持和幫助，很高興通過友城論壇這一平台，加強經驗分享，增進交流互鑒，提升治理水平。希望加強合作溝通，共同應對風險挑戰，更好促進疫情防控和經濟復甦。

比利時安特衛普市、芬蘭埃斯波市、阿聯酋迪拜市、柬埔寨金邊市、特立尼達和多巴哥西班牙港市、匈牙利布達佩斯市、美國芝加哥市、俄羅斯莫斯科市、阿根廷布宜諾斯艾利斯市、日本大阪府、英國倫敦金融城、泰國曼谷市長或市長代表與會。上海市領導沙海林、宗明出席。

權威觀點

■本報記者 徐晶卉

中國國際進口博覽會進入第三年，這是全球受疫情影響的特殊之年，上海優化營商環境的效果如何體現？進入中國的外資有何變化？進博會的溢出效應究竟有哪些體現？

圍繞外資、營商環境、溢出效應等關鍵詞，普華永道中國上海主管合夥人黃佳近日接受本報記者採訪，從一位連續三年深度參與進博會的亲历者視角，思考進博會為外資進入中國帶來的變與不變。

記者：如何看待這一年來上海營商環境的改變？

黃佳：對於進入中國的外資企業而言，營商環境是使得企業能夠更有效率、更便利地進入國內大循環、國內國際雙循環體系的重要保障。在過去的一年，我們可以看到一些變化。

首先，在新冠肺炎疫情防控的特殊時期，它表現為提升效率、降低成本。上海政府部門在數字化轉型中，在企業降本提效上做了大量工作。比如，上海一直在深入推進“兩張網”這項牛鼻子工作，其中“一网通辦”在疫情防控時期就十分有用，很多企業要成立分公司，不再需要到現場辦理業務，通過線上提交材料、識別、認證、登記，就能夠“云開業”。

其次，營商環境優化表現在普適性上。以前大家認為，營商環境好，就是招商引資能吸引大企業，其實不是，最優的營商環境應該是有了一定的公平性和普適度，能覆蓋中小企業。事實上，外資中小企業里也有大量科創含金量較高的初創企業，上海這一點做得非常好。

第三，在很多外資企業看來，上海的未來有可預期性，包括在疫情中和常态化疫情防控時期，它都有明確的頂層設計和對未來營商環境提升的明確導向。比如，最近臨港新片區管委會按照《中國（上海）自由貿易試驗區臨港新片區總體方案》要求，建立“18+N”特色營商環境指標體系，其中10個是世界銀行的標準，8個是國家發展改革委對國內標準設置的國家指標，而N則是臨港自己設計的維度，代表了從企業感受度出發的上海特色。

記者：普華永道的一個重要功能就是成為外資進入中國的紐帶。在你們看來，今年外資進入中國、進入上海的態度如何？

黃佳：從數據統計看，很不錯。在疫情影響下，這個結果要比預期更好。更重要的是，我們也觀察到外資進入中國出現了一些非常明顯的變化，這些變化主要體現在幾個方面：

首先，這些外資的進入，與中國進一步擴大開放有關，尤其是在原先有一定門檻或限制的領域，表現得特別明顯。比如，金融資產領域就吸引了大量外資進入，因為中國的大門越開越大，所以很多企業都進來了。

其次，中國可能將是今年唯一一個實現全年經濟正增長的世界主要經濟體，今年進入的外資恰恰看到了這個市場的發展潛力。我認為，想現在進入中國的外資和十年前希望進入的外資肯定已經有所不同，前者更關注的是國內市場以及它的潛力。而且，你可以看到，今年一些頭部的外資企業，前三季度在中國市場的業績增長都不錯，他們也都在加大對中國市場的投入力度。

記者：進博會對於外資投資中國的幫助體現在哪里？

黃佳：進博會是境外企業進一步了解和探測國內市場趨勢的一個平台，參展商在平臺上展示新產品、新服務，以此來判斷未來市場的潛力和趨勢，並為他們的投資決策提供一定輔助。對於一些已經進入中國的企業，他們可能會做產品或者服務的循環測試，通過了解市場需求，改進演變、更好適應，最終把產品和服務推向這個市場，進而去影響投資。以普華永道為例，我們根據過去兩年在進博會現場得到的反饋來調整戰略，今年將通過線上直播的形式，發布針對中國家族企業財富管理傳承，以及民營企業創新的最新觀察，包括民營企業商業秩序重建與突破、民營企業加速數字化轉型、中國民營的傳承與創新等議題。

記者：進博會已進入第三年，從可持續發展的角度，它的溢出效應有哪些體現？

黃佳：國內市場有巨大潛力，這是進博會成功舉辦的最大基礎。進博會已經走到了第三年，我認為，我們有必要重新看它的溢出效應：這應該是一個帶流量、帶銷量的展會，還是一個展示企業形象、傳遞戰略方向的展會。

在我看來，這種溢出效應不僅僅應該停留在成交數字上，更應該聚焦在傳遞戰略方向上。進博會應該是在一個時間節點上明確傳遞某種信號的平台——對於政府部門來說，能夠利用進博會的“高光時刻”來釋放自己具有創新性的指導性意見；對於參展商來說，可以每年對自己的戰略有個思考，利用進博會的大平台展示和宣傳企業戰略和創新點。只有這樣，進博會的溢出效應才能可持續。

普華永道中國上海主管合夥人黃佳——進博會為外資進入中國市場定「坐標」