

入世
20
年上海
发展

中国国际进口博览会

入世、进博会都是中国融入世界的主动而为

上海发展“上升曲线”，见证中国开放成果

■本报记者 唐玮婕

就在第四届中国国际进口博览会开幕前几天，从德国汉堡出发的首班“中欧班列—进博号”到达上海，上面装载的都是智能真空喷射冲洗系统、电机零件等参展展品，这也是进博会展品首次乘坐中欧班列直达上海。

在国际物流供应链严重拥堵的大背景下，中欧班列几乎成了全球贸易最稳定的链接之一。未来，上海与汉堡之间双向对开的中欧班列将逐步完成每年开行500列的目标。

无论是在国际贸易大动脉上开辟“上海通道”，还是提供进博会大舞台共享“中国机遇”……这些高举经济全球化旗帜的举措，无不是中国持续扩大对外开放、积极嵌入全球贸易价值链的主动而为。

今年12月11日，中国就将迎来加入世界贸易组织20周年，入世正是这个国家融入世界的一大标志性事件。眼下，面对逆全球化的回头浪，作为一座重要的经济中心城市，上海正肩负起全新使命，借助进博会等重大机遇探索更高水平改革开放，打造国内大循环的中心节点和国内国际双循环的战略链接，更好向世界展现中国理念、中国方案、中国道路。

坚定开放，更广层面的融入

回望入世以来的这段历程，中国迅速找到融入全球经济与贸易体系的规则基础，并以此为支点，用开放持续带动改革，逐步撬动起庞大的国内市场体系。

上海发展的“上升曲线”就是最好的例证：20年来，这座带着开放基因的城市，进出口数据、吸引外资数量等核心经济指标始终处于上升通道。来自上海海关的最新统计，今年前三季度，上海实现进出口总值2.92万亿元，比去年同期增长15.4%。其中，出口1.1万亿元，增长9.9%；进口1.82万亿元，增长19.1%；贸易逆差7111.6亿元，扩大36.8%。

与20年前不同的是，如今的中国已成为全球第二大经济体，主动融入世界还意味着经济开放与对外贸易发展红利的持续对外释放。

2018年11月，中国在入世17年之际，毅然选择在上海举办中国国际进口博览会，主动扩大开放，用实际行动高举多边自由贸易旗帜，与世界各国分享中国市场和改革开放溢出效应，为全球企业提供巨大商机。

这几年来，上海尽最大努力让进博会“越办越好”——参展商越来越多，覆盖范围越来越广，开放力度也越来越大。今年的第四届进博会共有58个国家和3个国际组织参加国家展，来自127个国家和地区的近3000家参展商亮相企业展，国别、企业数均超过上届。

在复旦大学经济学院教授沈国兵看来，连续举办的进博会正在加快实现从数量型向质量型的嬗变，这样一个汇聚全球企业新产品、新服务、新工艺、新理念的首发交易平台，联通着世界和中国，从而为世界贸易组织多边自由贸易注入鲜活动力。

对标最好，更深层次的对话

中国入世给自身带来的最重要变化就是：能更加自信地融入世界，利用开放带来的助推力，不断推动深层次改革，而上海正是一片处于改革开放前沿的试验田。

2013年9月，上海自贸试验区发布全国首张外商投资负面清单，清单外实施备案制，办理时间由8个工作日缩减到1个工作日，申报材料由10份减少到3份。

“一张单子，划清一道边界”，负面清单为市场主体推开了“非禁即入”的大门，让市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用，由此引发了一系列清单式改革。

实施外商投资准入前国民待遇和负面清单管理模式，是上海自贸试验区最基础、最重要的改革，迈出了与国际通行投资规则接轨的重要一步。如今，在自贸试验区先行先试的基础上，我国在外资领域已全面实行负面清单管理模式，清单确定的管理事项不断缩减，开放度和透明度越来越大。

开放绝不是被动等待，而是主动对标国际通行的投资贸易规则，向最高标准、最好水平不断靠拢。

就在上个月，上海自贸试验区“离岸通”平台在外高桥保税区上线，成为上海加速推动离岸贸易的一大“利器”。离岸贸易是经济全球化的产物，是更能体现全球资源配置和门户枢纽功能的贸易业态。目前，该平台已获取境外17个国家的海关报关数据，并对接覆盖约60%国际海运业务的船公司和港口装卸信息。通过对全球数据整合，这一平台不仅能够支持判断浦东新区内企业离岸贸易的真实性，未来还将扩展服务范围至长三角地区及全国。上海自贸试验区管委会副主任陈彦峰透露，上海将继续多渠道加大力度支持离岸贸易发展，优化商品资源及金融资源配置，助力国际国内双循环相互促进，使自贸试验区真正成为“买卖全球、调度全球”的国际资源配置中心。

提升话语权，更高层级的引领

随着上海期货交易所原有铜期货的多年积累，以及以人民币计价、全面引入境外交易者参与的国际铜期货的适时推出，由上海期货市场产生的铜价格正被越来越多投资者重视。

不久前发布的《上海国际金融中心建设“十四五”规划》明确，支持上海金、上海油、上海铜、上海胶“上海价格”在国际金融市场广泛使用，提升我国对于世界重要大宗商品价格的影响力。

可以预见，随着越来越多境外企业开始使用“上海价格”做生意，这一基于上海国际金融中心的价格，必将成为引领全球市场的风向标。

“当今世界正经历百年未有之大变局”。根据沈国兵的观察，入世20年后，中国正通过优质产能的全球化配置，提供可复制的商业模式设计等一系列方式，加上国际协调力和动员力的提升，结合人民币国际化，来构建更具活力的内外经济联动体系。

最近发布的《中共中央国务院关于支持浦东新区高水平改革开放打造社会主义现代化建设引领区的意见》赋予了浦东新区改革开放新的重大任务，其中明确提出浦东“率先建立与国际通行规则相互衔接的开放型经济新体制”。

中国已经做好准备，将为全球经济治理规则重构作出更大贡献。而作为一座志在提升世界影响力的社会主义现代化国际大都市，上海不仅要加速集聚配置全球资源的能量，助力我国的生产、分配、流通、消费，让国民经济循环更加顺畅，更要提升话语权，深度参与乃至引领全球风向，以要素链接、产能链接、市场链接和规则链接，成为“走出去”的最好跳板、“引进来”的前沿阵地。



11月4日拍摄的上海晨景。

新华社发

20年前，普通家庭购置私家车几乎难以想象；今天，众多寻常人家早已实现自驾出行

“买买买”在上海从来没有像现在这么容易

■本报记者 徐晶卉

张若涌还记得2002年发生的两件事，第一件是自己成功升级当爸爸，第二件是拥有了人生第一辆小汽车——赛欧，这是上汽通用推出的国内首款10万元级经济型家用轿车，也拉开了私家车进入中国普通家庭的序幕。

有着“小别克”之称的赛欧，更确切的出生年份是2001年。那一年的12月11日，中国正式加入世界贸易组织（WTO）。在汽车行业的人看来，2001年也被称为“中国私家车元年”，它至少有两种解读：一方面，入世之后，外资加速进入，中国市场的汽车品牌开始丰富起来；另一方面，国产品牌破土而出，从质量、技术到管理，逐渐闯出另一片天地。

车轮上的消费变化，是观察过去20年中国整个消费市场变化的最佳视角之一。从2001年到2021年，入世20年间，国内消费市场的繁荣程度、商品丰富度、品牌集聚度，发生了翻天覆地的变化，到如今已呈现外资品牌与国货品牌“齐飞”的健康状态。作为国内首屈一指的消费中心城市，上海对此感受更深。有专家认为，正是因为入世，上海消费市场变得更加开放，也更加自信，老百姓“买买买”从来没有像现在这么容易，而上海正稳步迈向国际消费中心城市。

从“老三样”到新物种，“大伙儿”驶入寻常百姓家

20年前，在买车这件事上，张若涌是有犹豫的。当时市场上已有一些外资品牌，但小汽车主要用作公交车，且价格高昂，对于当时月薪仅3000多元的他而言，这是一个“天文数字”。另一方面，当时市场上可选择的车辆品种极少，流行的是老三样——桑塔纳、捷达以及富康，但他都不太喜欢。

定价10万多元的赛欧甫一面世，就给人眼前一亮之感。张若涌至今还记得周围人的冲动劲儿。他当时选了一辆红色的赛欧，开回家很是风光。他并没想到，小轿车这个普通家庭难以想象的“大家伙”，从那时起逐渐驶入寻常百姓家。

此后一段时间，张若涌渐渐发现，小区里私家车多了起来，尤其是2005年之后。有数据显示，包括上海在内的我国沿海地区，2005年，居民家庭汽车保有率达5%，而到了2008年，这个数据跃升至10%。

“上海乃至中国汽车消费的崛起，与中国人世有很大关系。”上海财经大学商学院教授晁钢令解释，根据入世承诺，中国于2005年取消了进口汽车配额制度，将进口汽车的管理由配额制改成签发制，同时将进口关税降至30%，这一开放举措大大促进了汽车产业的发展。到今年上半年，上海以个人名义登记的小微型载客汽车（私家车）已达350万辆。

从加速接轨到同步上新，进口商品助力消费升级

以汽车为代表的高端消费，是过去20年中国消费升级的精彩缩影。2001年，上海社会消费品零售总额为1861.3亿元；2020年，这一数字达到1.59万亿元，19年间翻了8.5倍。在晁钢令看来，社零的大幅跃升很大程度上来自汽车、电脑、手机等大额消费的贡献值。

事实上，中国入世之后，作为外资进入中国市场的首选地，上海消费市场的最为明显。“2001年，上海批准外商直接投资项目2458项，外资实际到位金额为43.92亿美元，去年，上海实际使用外资首次突破200亿美元，创历史新高。”市商务委相关负责人说。

“舌尖上的上海”也更国际化了。上海商情信息中心发布的《上海环球美食指数》报告显示，上海“餐饮多样性”指数常年位居全国首位。“嗅觉里的上海”也更国际化了。颖通集团高级副总裁林荆表示，香水品牌在2000年前后刚进入营销初始增长期，到最近三年已步入多元融合的新阶段。

市场供给总量不断扩大、市场供给结构不断升级、市场供给水平不断提高……入世20年，上海消费市场与国际市场加速接轨，尤其是2018年首届进博会以来，更多进口商品的上新已与全球同步。

从追赶者到引领者，国内产业在竞争中一路向前

时间再次回到20年前，当中国人世承诺连锁经营领域三年内全面对外开放时，国内零售业一度有一种“狼来了”的危机感。随着实力雄厚的沃尔玛等连锁超市迅速拓展，中国本土零售业还有机会吗？

20年后重新复盘，当初的那种忐忑一去不返。“危机与机遇并存。”晁钢令总结说，“事实上，你会发现，中国零售业的业态更新，在入世后的激烈竞争中反而一路向前”。

汽车产业也走过同样的路。上汽集团相关负责人告诉记者，当年推出的这款赛欧，是由第一个合资车企本土化研发机构——泛亚汽车技术中心打造的。它的成功也让上汽明白，在与世界同行的竞争中，本土研发力量必须发挥更大作用。

有数据显示，中国人世之初，汽车合资品牌市场占比极大，而如今，上汽自主品牌销量占比已超整体销量的40%。不仅如此，随着新能源汽车和智能网联汽车成为新方向，从2016年起，上汽已连续5年稳居中国汽车出口冠军，代表“中国制造”走向世界。

最近，张若涌又换车了，这将是他的人生第三辆车。从最初的赛欧，到后来的日系品牌马自达，再到刚刚下手的智己L7，这是一个上海普通消费者消费观的成熟过程，也代表了入世20年来国产品牌从“追赶者”到“引领者”的进取历程。

一位企业高管眼中的人世20年巨变

■本报记者 徐晶卉

2001年12月11日，中国正式加入WTO，这是中央的重大决策。中国入世所带来的变化，与每一家企业都休戚与共，与你我他息息相关。

20多年前，蒋颖正是因为看到了入世的机遇，毅然选择回国发展。如今的她是德勤中国副首席执行官。

蒋颖是2000年回国的。上世纪90年代，她飞往纽约深造，1996年进入德勤美国亚特兰大分所工作，是当地公司录用的第一个中国人。

2000年，中国入世在即，国内在财税改革、企业改革、市场化改革等方面都逐渐确定了具体目标，希望更加自主地融入世界，中国市场也日益蓬勃发展。蒋颖认为，这背后体现的是对外开放的重大成果，如今中国正积极从商品要素流动

来，当时中国市场进入快速发展阶段，入世的进程也势必会让中国敞开怀抱，迎接更多外资企业。

身在国外的她其实已发现了一些苗头：许多外资企业希望能够了解并且进入中国市场，这个需求非常强烈。但同时，它们对中国又不太了解，需要获得更多咨询。她说：“我觉得，德勤中国就像一座桥梁，打通了海外和中国的市场，能为外国企业介绍中国的投资环境，也帮助中国企业家走出去，这也是我回国发展的初衷。”

事实证明，这个决定是正确的。入世20年后，中国已成为全球第二大经济体、第一大货物贸易国、第一大

外资吸引国，加入WTO极大地促进了中国经济的发展。蒋颖认为，这背后体现的是对外开放的重大成果，如今中国正积极从商品要素流动

型开放向制度型开放转变。比如，在外资准入领域，中国全面实行准入前国民待遇加负面清单管理模式，且负面清单不断缩减；从产业开放层面来看，逐步从初期的加工贸易、重工业开放等领域，拓展到金融、医疗、电信等服务领域。

入世20年，与个人成长有关，与每一家企业的发展也有关。蒋颖坦言，回到中国后，自己亲眼见证了德勤中国的迅速“长大”。

2002年，德勤成立中国服务部，为跨国企业来华投资和中国企业海外扩张提供支持；2010年，与德勤美国管理咨询部门

组建合资公司，为中国企业开拓全球市场提供支持；2013年，成立德勤华永会计师事务所，成功完成本土转制，同时，启动总额达1.6亿美元的战略投资计划；2017年，也就是德勤进入中国的第100年，企业宣布一项总额达2亿美元的战略投资计划……通过这座桥梁，越来越多的外资企业进入中国，扎根发展。

2018年起举办的进博会是中国不断扩大开放的标志，见证了中国扩大开放的决心。蒋颖从第一届开始就积极参与，到目前已是第四届，她认为，进博会有助于进一步推动国内产业结构转型升级，畅通国内国际双循环。一方面，中国可以更好享受进口和投资所带来的先进生产设备、管理水平等溢出效应，弥补国内供给体系里的短板，推动国内产业结构转型升级；另一方面，内需潜力随着全球顶尖消费品、服务等进入中国市场而得到进一步释放，从而更好畅通国内大循环。

进博会见证了中国持续扩大开放。蒋颖认为，无论是上海自贸试验区临港新片区，还是上海证券交易所设立科创板并试点注册制，这些扩大开放的新举措，都将为企业带来新的发展机遇。

▶10月29日，首班“中欧班列—进博号”列车抵达上海。新华社发

