

中国经济与世界经济在这里交汇交融

——“中国经济圆桌会”共话第八届进博会

中国经济是一片大海，世界经济也是一片大海，世界大海大洋都是相通的。作为中国联结世界的重要桥梁，11月5日至10日在上海举办的第八届中国国际进口博览会(CIIE)，再次吸引全球目光。

“举办中国国际进口博览会，是中国着眼于推动新一轮高水平对外开放作出的重大决策，是中国主动向世界开放市场的重大举措。”2018年11月，习近平主席在首届中国国际进口博览会开幕式上的话语犹在耳畔。

年年相约，越办越好。进博会已成为中国与世界各国共享市场机遇、共谋未来发展的重要平台。今年进博会的参展企业数量再创历史新高，充分彰显中国超大市场规模的蓬勃生机和活力。

11月9日，新华社推出第二十四期“中国经济圆桌会”大型全媒体访谈节目，邀请中国国际进口博览局副局长李国清，中国人民大学重阳金融研究院院长、全球领导力学院院长王元，美敦力大中华区企业事务和传播副总裁曹珊，共话第八届进博会依托中国大市场为世界带来的新机遇。

盛会扩容升级 让世界共享中国大市场机遇

透过中国经济圆桌会在第八届进博会3号馆技术装备展区的半透明演播室，AI人工智能、新材料、能源低碳及环保技术的巨幅标识映入眼帘，众多世界一流科技企业的展台尽收眼底，星罗棋布、灯光璀璨。

“连续参加8届进博会，每一次都有新的感受。”李国清感慨。

他列举了一组数据：本届进博会上，全球4108家企业参展，其中全球500强和龙头企业290家，囊括全球前十汽车整车企业、全球前十电气工业行业企业、全球三大矿业公司等；事业部负责人以上高管有100多位出席……

“这是国际社会对中国市场投下集体信任票的表现，他们愿意对中国市场作出长期承诺。”李国清说。

当前，国际经贸形势不确定性上升，进博会何以有如此大的吸引力？“稀缺的东西总是具有巨大的魅力，当今世界最稀缺的是市场。”王文说，中国发展的确定性、开放的确定性让中国大市场成为世界经济发展的宝贵机遇。

在他看来，当前，一些国家单边主义、贸易保护主义抬头，逆全球化暗流涌动，中国高举自由贸易的大旗，实际是对全球经济发展不确定性的有力对冲。进博会是迄今世界上唯一一个以进口为主题的规模如此巨大的国家级展会，为各国企业提供了共享机遇、深化合作的重要平台。

第八届进博会又一次向世界传递出中国高水平对外开放的“确定性”信号，让全球客商深耕中国的底气更足了。

“连续8年参展进博会，我们引入了500多款创新产品，首发首秀有70多款，很多产品现在通过国家政策加速落地，已经成功上市，使中国临床患者受益，我们特别有自豪感。”曹珊说，通过参与进博会能够深刻感受到中国开放包容的信心和决心，真切感受到营商环境在持续优化。

“如果按购买力平价来讲，中国的消费市场已经超越美国。超大规模市场优势就是进博会最大的魅力所在。”王文说，中国现有14亿多人口，未来十多年中等收入群体将超过8亿人，市场潜力巨大。

“中国这么大的市场规模优势，进博会能做什么呢？我们在现场推动它转化为现实的购买力。”李国清说，2018年以来，来自各方面的40多个交易团、700多个交易分团，实现了每年大约800亿美元意向成交金额，累计意向成交金额5000多亿美元。

一展汇世界，一展惠全球！“进博会现场就是展示中国强大购买力的生动窗口。”李国清说。

创新开放合作 为构建新发展格局注入新动力

“美敦力今年参展面积是历届最大的，带来的展品也是最多的。”曹珊说。

基于对中国市场的坚定看好，美敦力今年带来100多个创新产品，包括一个全球首展、一个亚太首展，以及5个中国首展。截至目前，美敦力已有33款在进博会首秀的“明星展品”转化为“中国商品”。

越来越多企业像美敦力一样，奔赴中国大市场这片全球创新的试验场、应用场、利润场。本届进博会上，全球企业带

来461项新产品、新技术、新服务，初步估算，其中有200多项是全球首发。

“进博会带动了中国一个非常重要的经济名词就是‘首发经济’。”在王文看来，进博会展示和引进的新品代表了世界各国的最新技术、创新水平、审美标准，有助于满足老百姓对美好生活的需求，同时促进中国市场经济更好的制度与服务供给，催生带动更多新的服务和业态，进而吸引更多人才聚集中国，这就是创新驱动。

在全球经济复苏缓慢、贸易环境复杂多变的当下，各国都在寻找新动能，创新的意义不言而喻。

“新赛道的产生，离不开资本、离不开技术、离不开市场，中国在这三方面都有独特的优势，对接中国的资本、中国的市场，进博会是一个最好的切入点。”李国清说。

不久前，美敦力在华首个数字化医疗创新基地在北京落地。“北京在人工智能和数字化领域的发展全球领先，同时拥有大量的人才和最顶尖的三甲医院，这一项目的落地可以说是应运而生。”曹珊说，非常期待通过加强同中国本土的创新力量合作，助力美敦力成为整个行业的全球引领者。

汇天下之物流，创科技之新潮，促商贸之流通。进博会不仅是展示新产品、新技术、新服务的“大舞台”，也是进一步融入中国市场的“加速器”，还是观察行业趋势的“望远镜”。

“三星连续8年参加进博会，8年里累计对华新增投资达270亿美元”“主营生活污水处理设备的汉斯希公司，跟着‘进博会走进地方’活动，去到一个地方就落地一个项目”……李国清讲述着一个又一个“展商变投资商”的故事。

这份由进博会带来的机遇，不仅属于“四叶草”，也在全国各地播种开花。

李国清介绍，进博会每年会安排2场左右“走进地方”的大型贸易对接活动，下半年还有约30场路演，邀请全球展商走进中国不同城市，与相关部门、企业洽谈，共话合作共赢。

汇聚商品、企业、资源，统筹出口和进口，打通生产和消费，联动投资和招商……进博会日益成为产业相融、创新相促、规则相联的重要窗口，助力国内国际两个市场两种资源联动增强，全球经贸网络更加通畅。

“进博会，与世界同行，与时代同行，与每一个人分享中国的开放发展红利和机遇。”王文说。

用好进博平台 以开放之姿共创美好未来

“首届进博会后，卢旺达发展委员会与中国某新零售商超签署了合作备忘录，被称为‘卢旺达老干妈’的辣椒酱迅速在中国市场走红，带动卢旺达的青年返乡种辣椒，收入增长四至五倍。”李国清说，进博会帮助发展中国家产业发展、改善民生，这样的故事比比皆是。

首设亚非产品专区；为来自37个最不发达国家的展商提供支持；与全球60多个国家和地区的80多个贸易促进机构和商协会紧密合作，服务外国中小企业开拓中国市场；虹桥国际经济论坛首次围绕“增强全球南方经济韧性”和“全球南方农业可持续发展”展开研讨……

让中国之需与世界之盼同频共振，进博会国家展、企业展，同期举办的虹桥论坛，每一项都彰显鲜明的开放包容特色。

“推进高质量发展、扩大高水平对外开放体现了新时代中国的自信。”王文说，进博会推动中国和世界各国提升标准对接、优化开放生态，是加强贸易强国建设的重要动力。

越办越好，源于与天下同利。通过进博会平台，中国持续推动贸易投资便利化、知识产权保护等开放创新，打造“投资中国”“购在中国”“出口中国”等品牌，为“展品变商品、展商变投资商”提供稳定、透明、可预期的营商环境。

“我们期待借助进博会的平台，能够共享创新，共创生态，共赴健康、美好的未来！”曹珊说，美敦力是中国改革开放的参与者、受益者，未来希望在中国的开放进程中，持续加强创新能力，构建更具韧性的供应链体系，进一步提升美敦力的全球竞争力。

站在进博会这个“大海口”，见证百川入海，感受动能澎湃。

“进博会走出了具有特色的开放足迹，那就是以开放促改革，以改革促发展，以发展促共享。”李国清说。

(新华社上海11月9日电 记者 谢希瑶 邹多为 黄铭韬 周蕊)

从进博会热门爆款 看未来生活新图景

家庭陪伴机器人“主动”发起交流，扫码沉浸式体验“打飞的”，无方向盘和踏板的汽车自己“开”……第八届进博会上，461项新产品、新技术、新服务集中展示，人形机器人等未来产业最新成果集中呈现。一个个爆款展品、热门展区，勾勒出未来生活新图景。

首发首秀引领消费新风尚

本届进博会上，首发首展首秀“大军”持续壮大，涵盖消费、装备、食品等多个领域。

“全勤生”欧莱雅首发阵容多达26项，为历届最强；瑞士空气净化品牌艾可尔 Atem X 珉琅臻彩系列全球首发；美敦力闭环可充电脊髓神经刺激系统 Inceptiv 亚太首展……

汇聚“高精尖”，进博会200余项新品近半数为全球首发，清晰显示未来产业趋势。天翎科推出全球首架全尺寸倾转涵道翼“空中专车”INFLYN C L600，最大航程600公里，可搭载1名驾驶员与5名乘客；照明科技企业昕诺飞全球首发飞利浦AI悦光伴系列解决方案，提供个性化的家居智能照明体验；碧迪医疗发布福玛密闭式防针刺伤型静脉留置针，一次穿刺实现采血输液两项功能，有效降低就医穿刺频率。

“回头客”立邦围绕好房子等主题，中国首展主打绿色节能降耗的辐射致冷涂料。“以上海今年夏天的气温为例，使用辐射致冷涂料后，一个1万平方米的工厂屋顶每月可以节省72000度电，减少约40吨碳排放。”立邦相关负责人说。

众多参展商选择在进博会发布新产品新技术，背后是进博会的强大溢出效应，助力企业在中国市场跑出“加速度”。“初入进博会时，汉斯希尔只是一个家用净水品牌，如今已成为跨楼宇、工业等多领域的水处理解决方案提供商，从参展商变为投资商。”汉斯希尔中国公司副总经理兼首席质量官唐鹏说。

“人工智能+”打造消费新场景

跳舞、格斗、拳击，语音交互迎宾，跟随人的动作抓取物品、叠衣服……本届进博会上，人形机器人参与工作、生活的各种新奇场景，吸引大批观众围观。

在多个展台，“人工智能+”产品都占据“C位”。汉斯希尔展台内，一款家用双罐中央软水机在最显眼位置展示。据介绍，这款新品软水机创新使用AI技术，可自主学习用户的用水习惯，预判用户用水趋势，精准设置出水硬度。

三星中国首展人工智能家庭解决方案AI Home，轻触AI智控大屏，轻松管理家庭日程、食材清单、洗衣进度等；当发生厨房漏水、燃气泄漏等异常情况，系统会向手机等设备同步警报。

记者注意到，多家医疗企业在展台设立AI专区，推出从诊断到治疗、从慢病管理到健康筛查的全链条解决方案。盈康一生以“AI in Care”为主题，展示“AI+智慧科研”“AI+医疗服务”等场景，推出数字乳腺机等创新产品。

GE医疗展台上，充满科技感的ORIDEX Spine脊柱手术机器人吸引了许多目光。这台设备可通过多模态影像提前规划手术路径，以七轴灵敏机械臂精准实时导航，达到亚毫米级定位精度，让手术更精准、安全、微创。

宇树科技携多款机器人、机器狗参展。公司创始人兼首席执行官王兴兴在虹桥国际经济论坛上表示，希望未来一两年，处于完全陌生的场景时，机器人能够通过语音或文字指令完成约80%的任务，“那将是极具突破性的时刻”。

健康产品呼应消费新理念

今年，国家卫生健康委等部门持续推进“体重管理年”行动。本届进博会上，健康管理成为高频词，多家知名企业通过新品首发、技术演示等形式，将全球领先的健康管理成果引入中国市场。

波士顿科学带来Orbera365内镜引导胃减容球囊系统，通过占据部分胃容积，减少进食量、延迟胃排空、增强饱腹感。在诺和诺德展台的沉浸式体验空间“轻盈小屋”，参观者能够“遇见”变胖的自己，直观感受肥胖带来的危害。

“体重管理不仅关注体重秤上的数字，还有长期的健康。”诺和诺德全球高级副总裁兼大中国区总裁周霞萍说，科学减重才能健康轻盈，将致力于提升公众对肥胖症的认知，推动肥胖症的科学防治。

本届进博会健康营养专区首次推出“主动健康”理念，助推大众健康从“被动应对”向“主动管理”转变。在农食产品展区，记者发现，低脂、低GI、高蛋白、无添加等成为热销标签。

嘉吉首发的新一代液态煎炸油融佳清炸油和清蒸低饱和乳基底专用油，实现零反式脂肪酸。在益海嘉里金龙鱼展台，工作人员一边引导观众试饮植物甾醇蛋白乳，一边解释：“这不是普通饮品，而是专为需要控制胆固醇的人群设计的功能性食品。”

呼应体育消费新热点，今年消费品展区内创新打造“进博体育公园”，将乒乓球、篮球等运动融入观展体验。

跳绳、转呼啦圈、深蹲、仰卧起坐……乔山健康科技的展台前，不少参与体能挑战的观众挥汗如雨。“我们不只卖健身器材，而是提供一套‘AI+物联网家庭健身生态’。”展台工作人员说，用户可以通过体测设备获取身体数据，生成个性化训练计划和时间，并在运动后推荐恢复方案与健康餐食。

情绪价值满足消费新需求

当下，以情感需求为主导的消费趋势日渐凸显。本届进博会上，一系列承载自我表达、传递内心情绪的商品备受追捧。

越来越多“Z世代”消费者选择“为情绪买单”。无新品发布、无现场售卖，纯展示的泡泡玛特展台依然人流涌动；国际潮流生活方式品牌亮子特玩首次参加进博会，通过科技创新、联名设计、创意表达等，吸引众多年轻消费者。

奥地利糖果品牌皮礼士展台前围满了人。被称为海外版“大白兔”，其与米老鼠等众多知名IP有过合作。“IP形象与消费者的情感连接，让大家更愿意买单，今年人气更旺了。”皮礼士中国区总代理销售总监余小平说。

不止年轻人热衷情绪消费。为满足老年人情感陪护、安全监护等需求，可立克魔科由带来专为老年人开发的一款家庭陪伴机器人。“相较于传统的由用户唤醒的AI模型，这款机器人会观察环境空间和人物信息，主动寻找用户并发起会话。”公司首席执行官来晨说，观察到老人久坐，它会进行提示，老人若有跌倒等意外情况，还能远程联系子女。

宠物经济与情绪消费、陪伴经济息息相关。第八届进博会首次设立宠物主题展示区，汇聚全球26家知名宠物品牌，覆盖宠物食品、智能设备、服饰出行等品类。在现场，很多观众驻足拍照，不少宠物人士咨询挑选产品。

进博会期间，毕马威发布的《2025年中国宠物行业市场报告》显示，宠物角色从功能性伴侣向家庭成员转变，预计中国宠物市场规模2025年突破8114亿元。“消费不再是简单的交易，而是自我表达、文化认同与情感连接的载体。”商务部研究院流通与消费研究所所长董超说。

(新华社上海11月9日电 新华社“新华视点”记者 宋佳 杨有宗 周蕊)



在创新孵化专区 感受科创脉动

11月9日，工作人员(左)在向参观者介绍一款外骨骼产品。

本届进博会创新孵化专区以“在中国，切入新赛道”为主题，为参会全球初创企业和人才共同探索开拓中国市场提供科技创新资源与合作机遇。

新华社记者 方喆 摄

从八届进博会看中国经济大海浩荡奔涌

黄浦江畔，一年一度的“东方之约”步入第八个年头。

此刻的中国，历史刚刚翻开新的篇章。半个多月前，党的二十届四中全会胜利召开，“十五五”发展蓝图着墨起笔。一个多月后，海南自由贸易港即将启动全岛封关，中国高水平对外开放又将掀起新的高潮。

“中国经济是一片大海，而不是一个小池塘。”2018年，习近平总书记在首届中国国际进口博览会开幕式上发表主旨演讲，以大海为喻，深刻阐释中国经济。

八届盛会，在这里，世界见证中国经济大海波澜壮阔、浩荡奔涌。

前七届进博会累计吸引境外参展商2.3万家次，意向成交额超5000亿美元。今年进博会上，4108家境外企业参展，展览面积超过43万平方米，均创历史新高。

数据背后，是中国大市场不断增长、持续升级。

2024年，我国社会消费品零售总额超过48万亿元，今年有望突破50万亿元。2021年至2024年，内需对中国经济增长平均贡献率达86.8%，其中最终消费支出平均贡献率为59.9%。未来五年，中国居民消费率将明显提高，内需拉动经济增长主动力作用持续增强。

“中国市场足够大、足够开放，是我们充满信心要深耕的市场。”从农牧食品，到供应链管理、食品加工技术，总部位于泰国的正大集团展示了其在中国市场的成长与创新。

热闹的直播间里，来自全球的参展商与中国消费者直接对话，碰出火花；展位上、论坛间，企业与政府代表、客户、上下游产业链合作伙伴沟通、洽谈，感知市场脉动、检验创新成果。

服务贸易展区，太古集团带来“太古里”等品牌商业地产项目。今年前三季度，太古在中国内地主要物业项目零售销售额均实现正增长。“这与中国文旅兴旺密不可分。”

农食产品展区，鑫森集团海外公司带来的“一带一路”共建国家特色鲜果全球首发亮相。“把全球优质鲜果引入中国市场，不断满足中国消费者越来越丰富的需求。”

八届盛会，在这里，世界见证中国经济大海动能澎湃、活力充沛。

新质生产力、双碳目标、未来产业……中国高质量发展进程中的重要趋势、重大部署，在进博会平台上生长出宝贵市场机遇。

“我们的创新与中国产业升级需求紧密相连。”总部位于美国的英格索兰集团

对中国市场潜力充满信心，“这里有绿色转型的‘刚需’机遇、产业升级的‘新质’机遇，以及中国企业‘出海’的‘协同’机遇。”

阿斯利康在2018年首届进博会上首发的产品，中国市场累计进口额已超1亿美元。去年中国首展7款创新产品，今年已有一款在罕见病治疗领域获批。今年3月，阿斯利康宣布投资25亿美元，在北京建立第六个全球战略研发中心。

复星医药带来多项首发新品。八届参展的“网红”展品达芬奇手术机器人已累计在中国内地及港澳地区370多家医院落户，服务患者超81万人。

超大规模市场带来的丰富应用场景优势和规模优势，吸引全球创新力量在这里汇聚。进博会期间，中国发布《关于加快场景培育和开放推动新场景大规模应用的实施意见》，将加快人工智能领域、全空间无人体系等22类场景培育并推动场景资源开放。

创新与应用、技术与产业、消费与投资、供给与需求，在进博会这个平台上，交融互动，为畅通国内大循环、国内国际双循环注入源源动力。

八届盛会，在这里，世界见证中国经济大海开放包容、海纳百川。

人类文明的发展，往往镌刻着“越山海而相赴”的开放印记。

作为世界上第一个以进口为主题的国家级展会，进博会诞生于全球化遭遇逆流，闯过世纪疫情的风浪，经历世界经济艰难复苏、地缘政治影响上升，始终以“中国开放的大门不会关闭，只会越开越大”的承诺，向世界展示开放的中国、发展的中国，以中国大市场创造世界大机遇。

八届进博会，世界见证中国外商投资准入负面清单越来越短，制度型开放稳步扩大，服务业扩大开放综合试点示范建设不断推进，见证世界各国企业与中国高质量发展同步成长，见证卢旺达的辣椒、阿富汗的手工羊毛地毯、叙利亚的古皂为当地百姓带来就业、收入和更好的生活。

下一个五年的发展画卷即将展开。中华大地上，再次奏响高质量发展、高水平开放的强音。

“经历了无数次狂风骤雨，大海依旧在那儿！经历了5000多年的艰难困苦，中国依旧在这儿！面向未来，中国将永远在这儿！”一个不断走向现代化的中国，必将为世界注入更多稳定性和正能量。

(新华社上海11月9日电 新华社记者 安蓓 张晓洁 王默玲)