

没有合作，没有进步

更微观地剖析进博会，它绝非“爆买”这么简单，还涉及跨国创新、营商环境改善、推动贸易投资便利化等诸多方面。

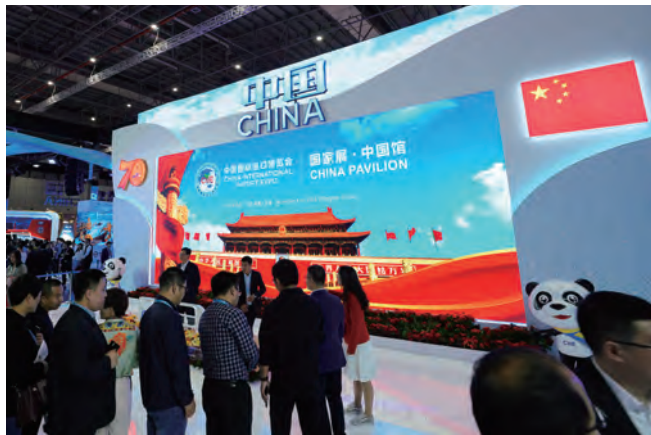
“中国在2018年首届进博会期间宣布未来15年逾40万亿美元的进口目标，其中尤以技术产品进口为主。”俄罗斯《专家》周刊主笔绍尔·马梅季亚罗夫认为，“重视技术升级，令中国商业环境更具包容性，需要全世界都能来参与，包括过去被忽视的中小企业和个人”。一个明显迹象是，中国在工业机器人和先进医疗设备领域加大开放，而两届进博会都遍布机器人身影，这些机器人有不少来自外国初创的“独角兽”企业，这些奇形怪状的机械手臂能提高生产率，降低服务“边际成本”。《日本经济新闻》特别强调，这给占据领军地位的日企带去无限商机。

德国采埃孚集团董事霍尔格·克莱因从更高层次感到，进博会传递的“开放合作”理念能够指导实践。采埃孚是欧洲有名的汽车零部件供应商，从2018年开始在中国扩张，其基地就设在上海及毗邻的苏州，以便“现场作出关键决策”。目前，采埃孚在华拥有约1500名工程师，对德国制造商和零配件供应商而言，年销量达2800万辆汽车的中国不只是为了保证销售，也是新技术研发的主阵地。克莱因告诉德国《商报》，移动数字系统和应用程序决定着中国人的数字日常生活，也让这类科研人员比比皆是，可德国大学毕业生往往不知道这些，也不会为此编程，“（中国）员工熟练地向我展示和解释他们手机上不同的应用程序和功能非常有趣，对改进产品非常有用”。他表示，采埃孚决心继续雇用1000名中国工程师，促进本地化创新。

力度比采埃孚更大的博世准备未来五年内将中国雇用的研

第二届进博会国家展中国馆展览面积约1500平方米，是面积最大的国家馆。

摄影 / 沈琳



数读进博会丰硕成果： 交易采购额比首届增长23%

人气旺

第二届进博会延续“新时代，共享未来”的主题，共有**181个国家、地区和国际组织**参会，**展览面积达36万平方米**。

3800多家企业参展，超过**50万名**境内外专业采购商到会洽谈采购，其中包括**7000多位**境外采购商，大大超过首届，采购商国际化程度进一步提高。

截至11月10日中午12时，累计进场超过**91万人次**。



经贸合作成果丰硕

与首届相比，企业商业展规模、质量、布展水平均实现了新突破。据初步统计，**全球或中国大陆首发新产品、新技术或服务391件**，高于首届。进博会正逐步成为各行业新产品、新技术发布和交易采购的首选平台。与此同时，第二届进博会期间，**共举办380多场**配套活动。

为期3天的供需对接会上
来自**103个**国家和地区的**1367家**参展商、**3258家**采购商进行了多轮“一对一”洽谈，达成成交意向**2160项**。

交易采购成果丰硕，按一年计，**累计意向成交711.3亿美元**，**比首届增长23%**。



制图 / 刘绮黎