



上图：第五届进博会共有 145 个国家、地区和国际组织参展，世界 500 强和行业龙头企业达 284 家，“回头率”近 90%。  
摄影 / 沈琳

的重视程度继续加深，自 1978 年开始从事中日经贸交往工作的罗和庆，于去年 4 月 1 日起亦受聘担任中日经济贸易中心上海代表处顾问。“从我个人的感受，对中日两国经贸而言，目前确实是一个进一步推动双方经贸往来，进行技术与投资交流的极好契机。”

作为进博会的永久举办地，上海青浦区同样感受到了进博会为本地新发展带来的契机。连续五年进博会，青浦年年签下“首单”，累计成交额超过 30 亿美元；2019 年以来，青浦全区新增外商直接投资额累计达 31.4 亿美元，获益良多。换言之，青浦已实实在在成为外商投资上海的新的热点区域。

记者从青浦区徐泾镇了解到，在第五届进博会开幕前，该镇进博小组专门成立了项目建设组、产业对接组等。除了服务进博会之举办以外，还积极联系辖区内企业报名注册进博会，并积极排摸进博会采购意向企业。其辖区内赛鼎生物科

技、庖丁解数科技等公司都制定了进博会采购计划。

## 打造全球共享国际公共产品

从世界大环境来说，世界百年未有之大变局加速演进，经济复苏动力不足。而中国举办进博会，单纯从中国，从进博会这一小环境来看，“朋友圈”越来越大。孙成海称，第五届进博会上：RCEP 成员国均有企业参展；“一带一路”沿线国家、上合组织参展国数量也较上届增加。此外，尼加拉瓜、吉布提、毛里塔尼亚、科摩罗、莫桑比克、刚果（金）、伊拉克、冰岛 8 国首次参与国家展。

水田贤治则向记者感慨：“2021 年日中间的贸易总额达到历史最高值。我们认为这很大程度是进博会这个平台为两国贸易牵线搭桥的功劳。”JETRO 非常希望日本国内的中小企业能够搭上中国进博会的“顺风船”，因此，除了组织 279 家日本企业参展

以外，还灵活运用线上会议系统、微信等工具，构建了买家与展商间对话的平台，JETRO 自身在中国亦开设了 6 个社交平台的账号——微信公众号、微信视频号、抖音、小红书、微博、今日头条全覆盖，通过直播、推送文章等形式，积极地输送日本商品的相关信息给中国客商。“最近很多日本企业都有了这样一种共识，那就是通过电商平台销售产品，将能最大限度减少疫情防控所带来的影响。”水田贤治说。当然，世界各国企业、机构哪怕在线上也要参与到进博会，很大程度也在为后疫情时代谋篇布局。

11 月 5 日，《世界开放报告 2022》在第五届虹桥国际经济论坛上发布，虹桥国际经济论坛研究中心理事长顾学明说：“克服全球性挑战需要真正的全球合作，中国始终坚定不移地对外开放，为国际社会提供更多公共产品与国际合作平台，为完善全球治理贡献中国智慧和方案。”如何做大“蛋糕”，又向世界分好“蛋糕”，世界瞩目中国，瞩目进博……