

进一步发挥进博会溢出效应研究¹

杜琼 张一婷

(中国宏观经济研究院 北京 100045)

【摘要】：进一步发挥进博会溢出效应主要着力点是：平台搭建更加合理高效，市场主体的积极性创造性得以有效发挥，相关配套政策的形成机制更加科学顺畅。主要突破口包括：全面扩大贸易溢出效应，强化进博会的资源集散平台功能；持续扩大投资溢出效应，加强招商市场化、投资便利化政策配套协同；逐步提升论坛国际影响力，推动虹桥国际经济论坛全球化、高端化；不断加强制度建设，构建进博会配套政策的部门行业协调机制。

【关键词】：进博会 溢出效应 贸易促进

【中图分类号】：F125 **【文献标识码】**：A **【文章编号】**：1005-1309(2023)11-0040-009

进博会举办5届以来，成效显著，但在国际影响力、展会运行机制、贸易投资促进、区域联动合作、制度先行先试等方面仍面临短板和制约，需要进一步优化进博会运作模式和机制，扩大进博会溢出效应，助力我国制度型开放。

一、进博会发挥溢出效应的主要渠道

(一)平台辐射效应：助力畅通国内国际双循环

一是进一步密切我国与世界的紧密联系。我国拥有14亿多人口，中等收入群体达4亿人以上，是全球最具潜力的大市场。密切我国与贸易伙伴的合作关系，发挥我国超大规模市场优势，扩大各国优质产品进口，有助于稳定全球贸易供应链。进博会作为一个开放平台，已吸引越来越多的国家参与，切实服务新发展格局。以2022年第五届进博会为例，共有145个国家、地区和国际组织参展，其中，既有发达国家和发展中国家，也包括一些最不发达国家；其中，来自127个国家和地区的企业参加企业商业展，66个国家和3个国际组织亮相国家综合展，数量均超过第四届；《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)成员国均有企业参展，“一带一路”沿线国家和地区、上合组织参展国数量也有所增加；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(表1)。

二是加强上海带动长三角区域以及更多城市协同开放。上海是进博会的永久会址地，是中国改革开放的前沿和窗口，是中国全面深化改革开放的排头兵和试验田。在进博会的带动下，上海持续打造国际贸易中心新平台。截至2022年末，进博会累计认定60家“6天+365天”交易服务平台，累计进口商品超过3230亿元，为展品进入中国国内市场提供对接渠道，部分平台已在全国设立分中心，建立起覆盖全国的进博商品集散网络。例如，进博会展示交易平台——“虹桥品汇”在杭州、合肥、常州、嘉兴、黄山、苏州、南京、徐州、嘉善、绍兴等城市设立分中心。进博会的会址位于上海虹桥国际中央商务区，截至目前，虹桥国际中央商务区累计引进和培育总部类企业近500家，成功创建虹桥进口贸易促进创新示范区，设立虹桥商务区保税物流中心(B型)，高标准建设虹桥进口商品展示交易中心。这对联动长三角、服务全国、辐射亚太的进口集散起到重要促进作用。

¹ **作者简介**：杜琼，国民经济学博士，中国宏观经济研究院科研管理部处长，副研究员。张一婷，经济学博士，国家发展和改革委员会对外经济研究所副研究员。

表 1 历届进博会的参与国家、地区和国际组织情况

	国家综合展	企业商业展	总计
第一届	82 个国家、3 个国际组织	130 多个国家和地区	172 个国家、地区和国际组织
第二届	64 个国家、3 个国际组织	150 多个国家和地区	181 个国家、地区和国际组织
第三届	—	—	135 个国家、地区和国际组织
第四届	58 个国家、3 个国际组织	127 国家和地区	143 个国家、地区和国际组织
第五届	66 个国家、3 个国际组织	127 国家和地区	145 个国家、地区和国际组织

资料来源：根据公开资料整理，第三届未公布细项数据。

(二)贸易促进效应：推动外贸进出口平衡发展

一是我国进出口商品数量在全球的地位与日俱增。2009 年我国超过德国，成为全球货物贸易第一大出口国。2013 年我国首次成为全球货物贸易第一大国。2022 年我国货物贸易进出口总额为 6.31 万亿美元，占全球比重 12.5%;其中，出口额为 3.59 万亿美元，占全球比重 14.4%,进口额为 2.72 万亿美元，占全球比重 10.6%。从进口产品看，近年来初级产品进口比重持续提高。2022 年，我国初级产品进口 1.09 万亿美元，占比 40.1%;工业制成品进口 1.63 万亿美元，占比 59.9%。从主要进口产品看，近年来我国大宗商品进口比重保持增长，高新技术产品进口比重不断上升。原油、机电产品、高新技术产品在我国进口额中的比重分别达到 13.5%、38.5%、28.1%。

二是为国际贸易发展提供展示平台。进博会为世界各国的企业和商品提供交流机会，有效地促进了国际贸易额的增长。一方面，参与进博会的国家可以出口具有“比较优势”的产品，进口具有“比较劣势”的产品；另一方面，通过参加进博会，各国企业可以了解全球新产品的发展趋势。进博会共设置六大展区，分别为食品及农产品展区、汽车展区、技术装备专区、消费品展区、医疗器械及医药保健展区、服务贸易展区。第五届进博会共吸引 284 家世界 500 强和行业龙头参加，回头率近 90%,展出数百项新产品、新技术、新服务。此外，进博会搭建了具有中国特色的“买全球”“卖全球”国际一流贸易基地，助力上海等相关城市充分发挥其对外连接全球网络、对内辐射区域腹地的“双向连接”作用，扩大多边开放，整合长三角经济圈乃至全国各地对世界各国商品的巨大需求，进一步开放我国超大规模市场。数据显示，5 届进口博览会累计意向成交超过 3400 亿美元，上海交易团意向成交金额连续 5 年列地方交易团首位。

(三)投资带动效应：吸引跨国企业深耕中国市场

一是吸引外资企业拓展中国市场。随着我国营商环境不断优化提升，外资企业在我国发展的信心不断增强。进博会不仅为各国商品和服务进入我国市场提供展示平台，而且也为各国企业深入考察和对接中国市场需求提供机会。以第五届进博会为例，首次设立“展商变投资商”专区，推动进口商品展示和销售向纵深方向发展，并顺应外商扩大对华投资的需要。在第五届进博会中，浙江共签约外资项目 64 个，合同外资额 101 亿美元，涉及生命健康、制造业、数字经济、生产性服务业等；山东共签约外资项目 20 个，合同外资额 8.84 亿美元，涉及高端装备、新一代信息技术、新能源、新材料、医养健康等，投资者来自日本、韩国、英国、丹麦等国家和地区。

二是助力外资企业从“到中国去”向“为中国造”转变。近年来，我国在吸引外商投资方面加大政策支持力度，推动利用外资“总量增加、结构优化”。国家发展改革委等部门印发《关于以制造业为重点促进外资扩增量稳存量提质量的若干政策措施》，支持外资加大在先进制造业和高新技术、现代服务业、节能环保等领域的投资。进博会也是外资企业拓展我国市场的“试水池”，越来越多的外贸企业以进博会为窗口，加速深耕中国市场，在中国设立研发中心，为中国市场定制研发，同时也为世界研发。例如，阿斯利康、爱德华、罗氏制药、赛诺菲等跨国药企均通过进博会展示新品。阿斯利康更是以上海为中国总部，并在北京、杭州、成都、广州、无锡、青岛设立六大区域总部。由此可以看出，我国拥有超大规模市场，外资企业不仅通过进博会平台拓展在我国市场的深度，而且正在适应我国市场，开展面向中国市场的投资。

(四)消费提振效应：丰富扩大内需的供给侧渠道

一是满足人民日益增长的美好生活需要。我国是全球第二大消费市场，消费对国民经济增长的基础性作用不断增强。近年来，我国市场规模持续扩大，2022 年我国社会消费品零售总额达到 44 万亿元。个性化、多样化、高端化、精致化的消费模式不断涌现，国内消费者对于优质商品和服务的需求不断增加。过去，我国进口数量和金额较大的主要是原材料和工业品，与人民生活需求相关的食品、农产品、化妆品、保健品、电子产品、家居用品等消费品进口相对较少，教育、医疗、养老、文化、体育等服务进口也相对不足。进博会则为优质商品和服务提供重要的展示平台，汇集来自世界各国的商品和服务，为我国消费者提供丰富的产品选择。围绕消费升级，进博会专门设置乳制品、农产品、绿色智能家电及家居、美妆及日化用品、体育用品及赛事等专区，以增加热点消费领域产品供给。在进博会的带动下，国内居民的高端消费需求不断得到满足。以上海为例，潘多拉、乐高乐园等一批高能级跨国企业地区总部和项目加速落地，满足上海、长三角乃至全国居民的消费需求。

二是引领消费升级趋势，助力消费升级。进博会已成为全球知名品牌新产品、新技术和新服务展览展示的重要平台。多个全球品牌以参展进博会为契机，开设首店、入驻跨境电商平台等方式打开中国市场。其中，第五届进博会共有 94 场发布活动，170 余件新品在进博会上发布，新品发布会举行次数较第四届增加近 50%，发布产品数量增加近 40%。同时，首发经济也带动消费趋势、激发消费潜能。首发经济提高了消费者对优质产品的认知和品位，进而塑造新的消费习惯和偏好，重塑国内消费者的消费观念。以举办进博会为契机扩大进口，可为消费者提供更多、更新的高品质消费选择，刺激相关需求增长和产业发展，引领形成新的消费热潮，带动我国消费市场及其品质的整体升级。特别是，借力进博会，上海首发经济数量和质量均居国内城市首位，全球新品首发地和高端品牌首选地功能加快升级。2022 年，上海共计引入首店 1073 家；其中，全球首店、亚洲首店 12 家，包括 IWC 万国表全球第三家概念店、亚太首店，Prada 香水美妆专门店的中国首店等。

(五)产业转型效应：赋能产业数字化绿色化发展

一是带动高新技术产业发展。历年进博会吸引大量高新技术企业参展，这有利于我国企业积极对标国际先进企业，主动补齐产业链短板，并通过进博会平台建立中长期合作关系。同时，进博会通过引入国际优质产品，对国内相关产业形成竞争态势，倒逼国内企业转型升级。具体看，历年进博会主要吸引汽车、智能及高端装备制造、医疗器械及医药保健等多个高新技术产业企业参加，促进先进技术、设备以及零部件进口，助力提高我国关键领域产业链供应链韧性。此外，进博会可通过带动外商在

我国投资布局更多创新项目和产业项目，助推企业跨国家、跨地区合作，从而实现产业链融合发展。

二是助力企业数字化绿色化发展。从数字化看，进博会贡献数字化转型应用场景和解决方案。进博会成为数字经济新产品、新技术和新方案全球首发、中国首展的重要平台，对全球经济数字化转型起到良好的示范效应。通过进博会，企业能够感受到数字化转型的最新趋势和动态。同时，进博会致力于搭建数字贸易平台，通过“线上+线下”模式有力推动数字贸易发展。截至2022年10月，上海虹桥国际中央商务区“全球数字贸易港”集聚数字企业近7000家、国际贸易企业近5000家。从绿色化看，进博会引领企业绿色化发展新方向。自第四届开始，进博会增加展示绿色能源、建筑节能、环境治理等方面的技术和方案，涉及传统能源、新能源、新材料、电力、水处理等多个领域，为企业提供清洁能源转型方面的前沿技术和可持续解决方案。

(六)制度创新效应：探索制度型开放的先行先试

一是直接带动部分商品进口关税下调。2020年，财政部印发的《关于中国国际进口博览会展期内销售的进口展品税收优惠政策的通知》，对进博会展期内销售的合理数量的进口展品免征进口关税、进口环节增值税和消费税。同时，围绕展品变商品，进博会持续促进贸易便利化。以《海关支持2022年第五届中国国际进口博览会便利措施》为例，海关为进境展览品提供报关专用窗口和查验专用通道；推进与参展国家或地区检疫准入谈判，加快风险评估进度；简化监管手续，方便特殊物品进境；简化入境手续，方便食品化妆品参展；简化出境手续，便利展品展后处置；支持保税展示展销常态化，经海关注册登记的海关特殊监管区域或保税物流中心(B型)内企业，可将保税货物提交担保后，运至区域中心外进口博览会保税展示展销场所进行展示和销售等经营活动；允许列入跨境电商零售进口商品清单的进境展品，在展览结束后进入区域中心，对符合条件的，可按照跨境电商网购保税零售进口商品模式销售等。

二是为国际社会共享中国大市场机遇、制度型开放机遇、深化国际合作机遇提供平台。近年来，我国积极推进高水平对外开放，稳步扩大规则、规制、管理、标准等制度型开放，实施好新版《鼓励外商投资产业目录》，深化国家服务业扩大开放综合示范区建设；实施自贸试验区提升战略，加快建设海南自贸港，发挥好改革开放综合试验平台作用。进博会则是我国对外宣介扩大开放措施的重要窗口，也是外资企业最直接感受我国开放政策的重要平台。

二、进博会进一步发挥溢出效应所面临的主要短板制约

(一)从国际影响力看，近年来进博会作用受国际环境变化等多重因素制约

受新冠肺炎疫情影响，2020年以来参与国家、地区和国际组织的数量处于相对低位。特别是，从高新技术企业参展情况看，近年来呈现持续下降态势，第一届为751家，第四届为603家，减少了近1/5。高新技术产业内部各个产业的参展企业数量也分布不均，汽车产业参展企业数量占高新技术产业参展企业数量的比重不足1/10。面对当前日趋复杂多变的国际政治经济环境，进博会应更好地发挥作为中国与世界各国的桥梁作用。

(二)从展会运行机制看，市场采购和销售渠道制约进博会更好地畅通国内国际市场

一是可对接的进博会展品资源有限，商品保税展示期限也存在一定限制。目前，进博会的展示交易平台主要依托附近的保税区实现保展互转，实现保展互转的商品受限于《跨境电商零售进口商品清单》。二是进博会对新兴市场的开拓不够。目前，进博会以商品“引进来”为主，但新兴市场也是全球未来重要的消费市场，进博会尚缺乏专门面向“一带一路”沿线国家和地区的商品直销平台，实现进出口相互促进。

(三)从贸易投资促进看，进博会对促进进出口平衡、吸引关键投资的作用尚待加强

从总量看，由于进博会的主要效应仍集中在6天的展期上，短期内实现“一展汇全球”的难度较大。目前设立的“6天+365

天”常年展示交易平台以跨境零售、红酒、轻奢、家居等消费品为主，对于先进技术、设备、原材料的展示则较为有限。从结构看，消费品是我国扩大进口的一个重要领域；技术、设备、原材料是我国扩大进口的另一个重要领域，并且对促进我国加工贸易、实现进口带动出口更具有支撑作用。同时，进博会与中国(上海)国际技术进出口交易会的联动不足，对我国高技术产业的拉动作用也较为有限。加大关键技术的进口，才能更好地促进我国企业转型升级和融入国际产业链供应链，进而防止“脱钩断链”。

(四)从区域联动合作看，进博会促进长三角乃至更大范围联动发展的作用尚待提升

一是进博会仍以上海为单一会址，但随着参展企业数量不断增加，单一地区或服务组织的服务能力将愈加有限，难以为跨区域各类主体提供全面支撑。二是长三角企业是国内参与企业的重要组成部分，但随着参展企业返回各自城市，由于缺乏配套的后续活动，进博会的溢出效应逐渐衰减。三是长三角地区尚未形成进博会的信息对接机制，展会达成的初步意向可能在展会后不了了之，难以转化为实际交易合同。由于长三角各地企业自身条件存在差异，如果各地政府以及行业协会相互配合不足，展会成果在实际落地中可能遇到各种各样的“本地化”问题。由此可见，进博会成果在长三角以外地区落地难度更大。

(五)从制度先行先试看，进博会许多制度创新政策未能在更大范围、更宽领域复制推广

进博会涉及货物、服务、资金、人员等多个领域跨境流动的自由便利，许多部门为参展企业和商品提供了便利化措施。相关便利化措施具有较强的先行先试作用，但尚未进行复制推广。例如，免关税免增值税免消费税政策仍只局限于进博会这一平台，但事后相关产品未实际享受进口关税减免政策。进一步切实降低进口关税，才能真正实现“展品变商品”。事实上，上海及长三角其他城市的自贸试验区均可利用进博会平台，探索展会后展品进口关税减免的压力测试。再如，对涉及检验检疫行政审批事项的进博会进境动植物及产品、动植物源性食品、中药材等，相关审批工作3个工作日内办结。如果这类政策可在更多地区开展复制推广，对我国贸易便利化将起到重要的推动作用。

三、 制约上海进博会溢出效应发挥的主要原因

总体来看，上海进博会溢出效应发挥仍不充分。这既受到世界经济和贸易投资发展态势的客观影响，也受到进博会自身在举办方式、配套活动等方面的因素影响，如国际参展商组展机制、国内采购商的组织对接机制等。另外，税收、政府采购、监管等配套政策及进博会与有关部门、省市的协调机制也会影响进博会的溢出效应。

(一)全球贸易和产业格局重塑，决定了进博会发挥作用的大气候

世界经济增长、全球化进程及产业贸易投资格局，客观上构成了我国举办进博会以及进博会发挥溢出效应的环境和条件。近年来，百年未有之大变局加速演变，各国发展失衡加大，经济全球化进程遭遇逆流，国际贸易增长动力衰减，国际投资保护主义抬头，国际投资环境的不确定性风险显著增强，客观上对进博会的溢出效应形成一定程度的制约。

短期内，外部环境的严峻态势将会持续。在经贸领域，美国积极推进“结构性脱钩”，以保障产业链供应链安全为由，依托“印太经贸框架”加快重点领域产业链脱钩；以“不公平”贸易行为为由，对我国出口产品实施大规模反补贴措施。在投资领域，随着美国等西方国家不断筑高外国直接投资的堤坝，收紧外资安全审查，我国引进和利用外部技术的渠道受阻。在科技领域，采取“小院高墙”的封锁方式，重点针对关键领域限制中美高技术合作。在规则领域，美国重点针对补贴、国有企业、数字贸易、劳工等规则对我国进行遏制。

新兴经济体对我国产业链供应链挤占效应渐显。当前，我国要素成本持续上升，低成本比较优势趋于弱化，相较之下，一些后起国家后发优势逐步显现，追赶步伐有所加快。东南亚、南亚等新兴发展中国家，如印度、越南、柬埔寨、缅甸、孟加拉国、斯里兰卡等，利用后发优势，叠加各项优惠政策，开始驱动当地制造业快速发展，一批新的世界加工制造基地正在悄然兴

起。

(二)进博会相关活动仍主要借助政府力量和渠道，影响溢出效应发挥

进博会的举办方式、内在驱动力等构成其溢出效应的内在影响因素。企业商业展是进博会的重要组成部分，自首届以来，进博会全力推动国际化策展、综合性组展、专业化办展、分行业布展，取得了丰硕成果；专业化水平进一步提高，国际化程度进一步提升，展台内容进一步丰富，贸易和投资相互促进。但从总体看，当前进博会企业参展主要仍依托政府力量和组办渠道，市场化的招商招展办展机制尚未充分形成，进而在一定程度上制约了进博会溢出效应的发挥。

一是从对接国际进口商看，当前外国企业商业展参展商的组展机构仍以政府机构为主，在保障企业参展的组织力度和高端化的同时，企业或行业协会的自发性、创新性尚显不足，这影响进博会效应的发挥。企业商业展参展商的组展机构主要有3类，其中大多数是参展国的政府部门和中国商会，如意中商会、挪威中国商会，还有少部分是两国共建机构，如瑞中经济协会。

二是从对接国内采购商看，总体上为横向地级市+纵向省直单位分别牵头，形成纵横联动、合力推进的局面，但也存在尚未充分调动市场主体力量、各省市难以有效协调的现象。尽管各省市交易团成员单位建立相应的工作机制，形成纵横联动、合力推进博览会宣传、招商等工作，但在招商引资时也往往面临特色化不明显、难以形成合力的问题。

三是从进博会配套活动看，主要是我国相关政府部门和行业协会的政策解读类活动，投资促进类活动不足，企业和行业协会参与的积极性尚未充分显现，影响进博会的溢出效应。以第五届进博会配套活动为例，从活动类型看，主要是政策解读类，对接签约、研究发布类，投资促进类和文化交流类活动不多。从参与主体看，行业协会、企业的参与程度较低，多数是政府部门、国有企业主办。从时间看，全部活动集中在6天内举办，密集扎堆影响了传播效果，未能充分发挥各类活动的资源优势。

四是虹桥国际经济论坛的机制化不足，高端思想的产生、传播受到影响。虹桥国际经济论坛活动举办方式、常态化机制和支撑等尚需完善，虹桥国际经济论坛的全球影响力、知名度和话语权有待全面提升。论坛缺乏机制性的研究支撑和全球性的专家网络，难以及时吸收和凝聚全球共识，设定议题时中国色彩较为浓重。论坛虽已发展了一批企业会员，但工商界参与主动性和积极性不足。从第五届虹桥国际经济论坛分论坛议题看，多为商务部等政府部门主办，国际机构、行业协会等的参与度显著偏低。

(三)进博会政策配套协调不足，影响溢出效应发挥

进博会的平台政策、配套政策，与贸易、投资、重大区域发展以及国内统一大市场建设等政策相协调，也是进博会发挥溢出效应的重要影响因素。

一是传统对外开放合作领域自由化便利化水平仍待提升。目前，我国关税总水平虽已降至7.4%，但工业制成品等非农产品领域的关税与发达国家相比仍有较大下调空间。在服务贸易和跨境直接投资领域，我国的整体管理体制已与发达经济体基本接轨，但整体开放水平、对外直接投资的核准或备案程序仍有较大优化空间。

二是诸多“边境后”政策规则与国际高标准规则有待进一步协调对接。我国在政府采购实体范围、政府采购方式、争端解决机制等方面，与发达经济体遵循的世界贸易组织(WTO)《政府采购协议》均存在明显差异。发达经济体相关规则在版权、商标、地理标志等传统知识产权方面的保护程度明显高于我国。进博会的贸易和投资溢出效应客观上对中国的贸易政策、市场化、法制化营商环境提出更高的要求。

三是从进博会的平台政策和配套政策看，进博会探索出诸多的政策和制度创新，但主要为贸易便利化措施，制度突破和创

新尚显不足，如“6天+365天”交易服务平台、《外商投资准入特别管理措施(负面清单)》、通关便利化措施以及《关于中国国际进口博览会展期内销售的进口展品税收优惠政策的通知》、进口医疗器械和医药上市制度的突破等，但尚需确定服务高质量发展和高水平开放的总体目标，进一步发挥进博会对消费通道的溢出效应，完善投资管理制度，推动准入后制度进一步完善。

四、进一步发挥进博会溢出效应的主要思路和对策建议

进博会越办越好的关键，不是单纯地将进博会意向成交额连年增长作为重要评估指标，而是在于进博会运作模式和机制的逐步成熟。应从政府部门主办即“政府部门搭台、企业唱戏”，转型为政府部门指导、市场力量自发推动，解决好“如何发挥超大规模市场优势吸引全球要资源”“如何发挥国内国际两个市场两种资源联动效应”“如何提升贸易投资合作的水平和质量”等问题，更好地服务我国经济社会发展的作用。进一步发挥进博会溢出效应主要有3个着力点：一是平台搭建更加合理高效；二是市场主体的积极性创造性得以有效发挥；三是相关配套政策的形成机制更加科学顺畅。主要突破口有4个方面：一是全面扩大贸易溢出效应，强化进博会的资源集散平台功能；二是持续扩大投资溢出效应，加强招商市场化、投资便利化政策配套协同；三是逐步提升论坛国际影响力，推动虹桥国际经济论坛全球化、高端化；四是不断加强制度建设，构建进博会配套政策的部门行业协调机制。

(一)全面扩大贸易溢出效应，强化进博会的资源集散平台功能

一是深化进博会“免税进口消费集聚区”在中心城区的推广复制。参照淮海新天地进口贸易功能区落地情况，在黄浦、静安两个上海首批国际消费城市示范区，依托豫园、南京东路、淮海路等世界级商圈建设，挖掘中心城区消费人群结构优势的潜力，进一步落地进博免税商品的线下消费场景。深度对接国外供给的进口促进平台，加强与外国在华商会、行业组织、进博会参展商等合作，共建若干深度对接国外供给的进口促进平台，与外部市场开展精准互动。选取中西部地区的城市，设立对接“一带一路”沿线国家和地区特色产品的进口便利平台。

二是探索推动在长三角乃至全国层面设立一站式贸易促进平台。除进博会6天会期之外，探索在全国尤其是长三角、珠三角地区，建设一批精准契合各地需求、市场潜力较大的一站式贸易促进平台，承接参展企业和商品在6天会期之外的展示交易需求。逐步探索设立全球进口贸易服务平台，从国际贸易、保税展示、贸易结算、检验认证等方面发力，由符合资质企业承接进博会相关政策，突破展品在展期结束后进入中国市场的政策瓶颈；由大型跨国检验认证机构负责产品认证；由广大社会资本参与相关产品的市场化营销推广，不同资质的机构之间合作共赢，形成优势互补。

三是推进进博会贸易便利化措施与国家进口贸易促进创新示范区政策协调配合。充分发挥国家进口贸易促进创新示范区所在城市消费市场空间广阔、货物集散流通便利的优势，鼓励试点进博会贸易便利化措施。探索“市场采购贸易+跨境电商+外贸综合服务+保税物流”叠加融合的贸易新模式，鼓励国家进口贸易促进创新示范区积极参加进博会，建立市场采购贸易商品展示展销中心、保税商品展示中心、进口商品分拨中心，鼓励建设跨境电商示范园区，集聚跨境进口电商平台、跨境金融、国际物流、综合配套龙头企业，探索试点开设跨境电商线下体验店，通过开展“前店后仓”“前店后厂”等贸易形态，以进博会为“前店”，与跨境电商、直播带货等行业相结合，促进贸易新形态新模式创新发展。

四是大力引进全球贸易总部和链主企业，加快培育更高能级的贸易主体。借助上海的物流枢纽平台、贸易平台、展会平台优势，大力引进培育全球贸易总部和链主企业，建设“一带一路”进出口商品集散中心，利用通道运力资源及进境指定监管场地功能，推动国际产能、贸易转移，提升“买全球、卖全球”能力。充分发挥国际消费中心城市优势，积极建设一流的城市营商环境，深化服务业扩大开放综合试点建设，推进自贸试验区建设提级，形成与进博会的政策配套，更好发挥进博会溢出效应，促进贸易投资提质增效。不断培育中国本土的跨国企业，借助进博会平台，加大宣传推广，扩大对外投资，更好地增强自身产业链供应链韧性。特别是，鼓励具备条件的国内企业开展对最不发达国家和发展中国家的投资，把这些国家的优质农产品、原材料等制造加工成具有高附加值的产品，销售回中国或其他国家市场，从而实现投资带动贸易的发展。

五是发挥进博会集展览、论坛、贸易和主场外交于一体的综合作用，协同扩大各类溢出效应。以扩大进博会溢出效应为契机，推动长三角区域发展，助力建设国际贸易中心、亚太消费市场、科技创新基地、长三角服务枢纽、高水平开放示范区乃至国际会展中心城市，为长三角三省一市各相关领域进一步扩大开放、深化改革提供先行试点和制度创新经验，逐步将贸易、投资、消费、产业等溢出效应转化为制度溢出效应，依托进博会探索资金、人才、数据等要素自由流动的开放政策。

(二)持续扩大投资溢出效应，加强招商市场化、投资便利化政策配套协同

一是开展链条式的高质量招商引资行动。聚焦参展的世界 500 强企业、行业龙头企业、“隐形冠军”企业，加强与境内外商会、行业协会和贸易投资促进机构的沟通协作，推动贸易商变投资商。尤其要大力推动先进制造业、现代服务业等领域领先企业的标志性大项目落地，着力吸引一批跨国公司地区总部、外资研发中心落户，加速其实现本土生产、本土研发、本土销售，深度融入我国产业生态。

二是加强重点行业、重要领域精准招商对接力度。新增一批采购商主体，增强采购商的代表性和广泛性，梳理一批重点采购商名单，加大采购和招商的对接精准度。例如，上海交易团建立“2+4+18+X”的立体交易保障，加强在工业、商业等重点行业、重要领域精准招商力度，新增上海工业品代理商采购联盟、上海民营企业采购团、上海华侨企业采购团、上海糖烟酒茶商业行业采购团等重点采购商群体。

三是主动与兄弟省市交易团开展更加紧密的合作。加强与长三角各城市的合作联动，完善进口博览会跨区域协同服务保障机制，做好招商对接、安保、口岸通关、环保、交通等服务保障工作。例如，与长三角 9 个城市共同签约长三角 G60 科创走廊企业联合采购、跨区域合作重点项目，使“科创+产业+金融”要素充分对接。

四是加快建成“边境后”领域高水平的新型规则体系。加快优化营商环境，完善国内知识产权保护体系，健全符合惩罚性赔偿制度要求的证据披露和证据妨碍排除规则，推动版权等领域与国际高标准规则接轨。积极探索实施中国特色的“竞争中立”原则，推动国内国有企业分类改革深化落地，避免对国有企业的交叉补贴。有序推动政府采购相关规则与 WTO《政府采购协议》逐步接轨，提升政府采购效率和公平性。

五是对接《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)、《中欧投资协定》等条款，不断释放进博会投资溢出效应。一方面，CPTPP 是国际高标准经贸规则的代表，2021 年 9 月我国正式提出申请加入 CPTPP,并努力全面达到 CPTPP 的规则标准；另一方面，《中欧投资协定》是迄今为止中国达成的最高标准的双边投资协定。对接 CPTPP 和《中欧投资协定》等规则，立足上海自贸试验区和临港新片区，形成相应“先行先试”政策措施。进博会将有力助推“展商”向“投资商”的进程，从而更好地践行自贸试验区开放高地的战略使命与进博会定位升级的新任务。

(三)逐步提升论坛国际影响力，推动虹桥国际经济论坛全球化、高端化

发挥智库、行业协会、企业等社会各界力量，围绕全球开放前沿热点，推动全球政、商、学界对话，将虹桥国际经济论坛打造成为国际一流高层次经济论坛。一是建立稳定的论坛研究支撑和专家网络。进一步汇聚整合国内外高端智库机构和专家学者，建立专兼结合、内外联动的智力支持网络，通过充分调动全球的资源，使论坛能够及时、全面地从全世界收集最新热点、难点问题。二是构建多层次的论坛会员与合作伙伴网络。以进博会参展企业为依托，加快构建多层次的会员与合作伙伴网络，建立论坛会员全年全程参与机制，推动工商界为支持经济全球化、反对贸易保护主义积极发声，为探索世界经济新动能建言献策。三是面向全球推出有影响、标志性的研究成果。搭建专门的“虹桥成果发布”平台，持续面向全球推出有影响、标志性的研究报告、评价指数、白皮书，打造具有全球影响力的高端思想产品策源地。

(四)不断加强制度建设，构建进博会配套政策的部门行业协调机制

一是完善上海市政府与商务部、海关总署、市场监管总局等国家有关部门的部市合作机制。加强协作联动，促进进口博览会招商招展，推动政策创新推广。对各行业具体的标准、规则问题，加强与有关部门的对接协调，针对各类细节问题进行分类施策。对人员流动、数字贸易等新兴合作领域等“边境后”领域，建立与有关部门的对接通道，针对重点问题制定系统性的开放方案，并与相关重大改革任务有机衔接。

二是构建制度型开放框架下维护国家安全的新型体制机制。以健全外商投资国家安全审查、反垄断审查、国家技术安全清单管理、不可靠实体清单等制度为重点，建设高水平经济安全体制，有效提升安全维护机制的精准性、科学性和灵活性，为各类生产要素自由流动创造良好的外部环境。立足于对接国际高标准规则，建立进博会开放压力测试及制度型开放外溢效应事前评估和事后评价制度，引导进博会配套政策、制度型开放增加正向外溢效应。

参考文献：

- [1] 上海研究院项目组. 中国国际进口博览会发展研究报告(2022版) [R].2022.
- [2] 上海研究院项目组. 中国国际进口博览会发展研究报告(2021版) [R].2021.
- [3] 朱聪. 发挥进博会的示范窗口作用[J]. 中国外资, 2023 (1) :32-35.
- [4] 王春雷. 放大溢出带动效应进博会促进更高水平开放 [J]. 中国对外贸易, 2022(7) :38-41.
- [5] 邹磊. 中国国际进口博览会：溢出效应与长效机制[J]. 太平洋学报, 2021 ,29(7) :56-66.
- [6] 贾净雪. 进博会溢出效应助力构建双循环新发展格局 [J]. 对外经贸实务, 2021(4) :92-95.
- [7] 潘辉, 胡峰. 中国国际进口博览会带动溢出效应研究 .[J]. 科技创业, 2020 ,33(7) :33-40.
- [8] 张敏. 充分发挥中国国际进口博览会的带动效应与溢出效应[J]. 科学发展, 2019(11) :36-45.
- [9] 李锋, 陆丽萍. 进一步放大进博会溢出带动效应[J]. 科学发展, 2019(8) :28-36.
- [10] 刘建颖. 多棱镜视角中的中国国际进口博览会[J]. 国际贸易, 2019(1) :18-23.
- [11] 张敏, 裘小婕. 承接放大进博会带动溢出效应[J]. 中国会展, 2019(1) :120-124.
- [12] 东艳, 刘杜若. “进博会”的溢出效应和辐射效应[J]. 人民论坛, 2018(31) :44-45.