



规模更大、质量更高、服务更优、成效更好——

第二届进博会将带来更多商机



进博会举办场地国家会展中心

本报记者 徐程 摄

特派记者 毛丽君

“规模更大、质量更高、服务更优、成效更好”，商务部部长钟山说起第二届中国国际进口博览会的筹备工作时用了四个“更”字。如何加快提升通关便利化水平？如何让老百姓更好地享受进博会的红利？如何进一步扩大进博会的溢出效应？全国两会的会场上，上海团代表们从切身体会出发，从各自的优势着手，给出了自己的建议。



全国人大代表就第二届进博会如何办得更好建言献策 特派记者 刘歆 摄

展望

更多商机更有获得感

“首届进博会取得了圆满成功，这个成功不是口头说的，是有依据的。”9日上午，钟山在记者会上对首届进博会取得的成效作了梳理。经过两次扩大规模，首届进博会展览面积达到30万平方米，却仍

“一展难求”。172个国家、地区和国际组织参加；参展的世界500强和行业龙头企业达220多家；展览期间300多个新产品、新技术首次亮相，首次发布；参展商、采购商等80多万人到会；工业品、农产品、服务等七大板块成交额达578亿美元……每个数字的背后都有精彩的故事。

“我听一个参展商讲，他们把直升机送来参展，当时根本没有想到

能成交，结果有15架直升机成交，喜出望外。还有一些医疗器械也是一样，比如最小的心脏起搏器，参展过程中就有很多医院表示非常愿意引进。现在这个小的心脏起搏器已经进入中国医院了，这也是厂商没想到的。”钟山说，首届进博会展览效果好，在全球产生了广泛影响，得到了国内外高度赞誉。

习近平总书记在首届进博会上

强调，“中国国际进口博览会不仅要年年办下去，而且要办出水平、办出成效、越办越好”。今年即将迎来的第二届进博会筹备情况如何？“规模更大、质量更高、服务更优、成效更好”，对此，钟山用了四个“更”。

据他介绍，今年展览面积计划是33万平方米，将会有更多的新产品、新技术、新服务，展览内容、形式也将更加丰富。“从报名的情况看，

估计会有更多国家、更多企业参加。昨天晚上进口博览局的同志告诉我，有些展位已经报满了，比如健康板块，现在都已经百分之百满了，还有一些板块的报名进展也非常快。”

第二届进博会成果更好是可以预期的。“第二届进博会会有更多的商机，更多的成交，消费者也会有更多的选择。我们的目的是让参会的各方都有更大的获得感。”钟山说。

保障

推广协作期待常态化

全国人大代表章伟民是东浩兰生集团上海外贸商务展览有限公司副总经理，东浩兰生集团在首届进博会会展和贸易板块的相关工作方面都有参与。

“首届进博会，我们主要负责智能及高端装备展区和宝玉石馆的招展工作，去年的明星产品——重

200吨的龙门铣大家应该都还记得。”章伟民说，在办好首届进博会，促进贸易便利化上，国家各有关部门出台了各类文件与措施，比如“2018年首届中国国际进口博览会海关通关须知”“海关支持2018年首届中国国际进口博览会便利措施”等，“在制度上做了安排，提供了保障，也在实践中探索了‘加快提升通关便利化水平’。”

“我在调研中发现，还有很多需要改进的地方。”章伟民举例说，比

如，进博会在海外招展推广过程中，需要派出诸多人员赴全球各地开展招展工作，虽然后续衔接跟进工作及时有效，但还是缺乏近距离、常态化的运作机制。比如，进博会的举办，涉及海关、检验检疫等行政部门，目前的工作手段多以联络协调、定期会议的方式开展，没有集中联合办公的高效机制。另外，首届进博会许多人员是临时性派出，缺乏常态化、经验化的队伍力量等。

进博会要“越办越好、办出水

平、办出成效”，需要一个关键词——常态化。“一个是制度措施常态化。”章伟民建议，诸如“海关通关须知”的八项内容、各级政府单位的二十几条便利措施等一些“一事一议”的临时性措施要常态化，“并在原有成功经验的基础上，进一步加大制度创新力度。”

在推广网络常态化方面，他说，作为全球首创的创新型展会，需要构建全球网络与宣传体系。他建议，结合我驻外机构，设立境外进博会

专门办事部门，“近距离、高频次地开展各项推广宣传工作”。

同时，协作团队也要常态化。“要研究落实进博会各行政部门联合办公的方式，通过人才引进、社会招募等市场化手段，形成一支强有力的常态化队伍。”章伟民说，要把进博会打造成市场需求的风向标、制度创新的试验田、国家战略的检验地，“做到这三点，进博会将真正成为面向全球、服务全国的开放式创新示范场和集散地。”

惠民

家门口盛宴人人享受

进博会的话题，是全国人大代表王伟持续关注的话题，去年的全国两会上她就曾提出过相关的建议。王伟所在的东方集团是去年首届进博会采购商联盟的发起单位，全程参与其中的她对这个话题有了更直观和深入的了解。“进博会为上海、为我们企业提供了一个难得的开放平台，各个国家的参展企业都希望把最好的产品和技术带到进博

会上来提前抢占商机，抢占中国市场。”王伟说。

王伟说，一方面，她真切地感受到了各部委共同努力推进贸易便利化政策突破、措施落地，对展品进境、展中管理及展后溢出效应发挥等方面带来的好处；另一方面，在实际的操作过程中，她发现，在加大便利化力度方面，企业和展商都有极为强烈的呼声。

“我们集团去年2月在进博会招展期间就引进了一款非常好的有机乳粉，引进同时我们就着手申请乳粉的配方注册，展会期间也和展

商签订了2亿美元的意向采购协议。因为乳粉的配方注册有3个步骤：技术参数、工厂认证和实地考察，到目前为止，前两个步骤都已完成，但实地考察至今尚未完成，也没有时间表，由于没有完成乳粉的配方注册导致我们在进博会中的签约意向也不能有效落地，直接影响到我们与国外供应商的履约信用。”王伟举例说，保健品、乳制品、医疗器械等商品的进口许可批件、注册或备案管轄部门在国家各部委，审批时间较长，手续较为繁琐，完成整套进口资质审批流程的时间也难以预

期，而这也导致了进博会的战略意义有所减弱。

对此她建议，对进口产品资质的审批逐步简政放权，以促进进口博览会相关合同的执行和落地。“相关进口商品的许可批件、注册或备案等的进口审批权，可以逐步下放到地方，降低产品进入中国市场的制度性成本，让更多的老百姓享受到贸易便利化带来的红利。”

要让老百姓享受到“家门口的盛宴”，还有一件事很重要。“很多展商在展会期间除了正常的贸易销售外，已经与一些‘365’平台进行对

接，希望把展品在展会结束后留到‘365’平台做延展。”王伟说，由于进博会期间是由国家会展中心统一对进口展品进行担保，所以展会中的展品必须离境或进保税区后才能进行核销，不允许直接把展会展品平移到“365”常年展。

王伟建议，通过政策桥梁或者制度性安排，打通6天展会和“365”平台之间的“闭环”，使常年展的概念落到实处；同时保持进博会便利化政策的延续性，让全球好货尽快从“展品”变为“商品”，让更多的人民群众享受到“家门口的盛宴”。

红利

进一步扩大溢出效应

会展业的发展给一个城市和国家带来的并不仅是展会本身。展会期间相关人员的住宿、观光、购物等所带动的酒店、旅游、消费等的发展更是一个非常可观的收益，这也就是大家常说的溢出效应。

“德国是会展业比较发达的国家，溢出效应在1:9左右。”作为专业的会展人，章伟民说，具体到进博会的溢出效应主要是两方面，一方面是“365”常年展，另一方面就是对周边经济发展的带动作用。

“相关审批部门，比如海关、检验检疫局等，能否考虑在虹桥常年保税商品展示交易中心开设综合性窗口，为进口商品通关落地提供一

站式服务，简化手续，加快审批，好让商品能够尽快在常年保税商品展示交易中心落地。”进博会“6+365天”常年展示交易主平台——常年保税展示交易场所落户在闵行虹桥，借着“地利”，全国人大代表、上海市闵行区委书记朱芝松建议。

“探索在南京路、淮海路等商业街展示或销售进博会展出的优质商品，让国内外游客同步享受进博会

红利。”全国人大代表、上海市黄浦区委书记杲云认为，进博会在拉动消费方面可以发挥更大作用，使更多进口商品更便捷地进入中国市场。

“很多企业都有意向落户上海西北物流保税园区，进博会举办前后，我们抓住机遇与企业洽谈，目前已有一家世界500强企业入驻。”全国人大代表、上海市普陀区委书记曹立强说，区域在承接进博会溢出

效应时，可以注重发挥自身区域优势，通过进博会加大引进外资力度。

如何进一步扩大进博会的溢出效应？章伟民说，这是一个“系统工程”。“城市环境、营商环境、消费环境等各方面都可以助力扩大溢出效应。”因此他建议，从精细化管理、营商环境建设、食品安全保障、城市安全保障、交通等各方面优化城市环境，吸引更多的人参与其中。