



从进博会看双循环，如何变“世界工厂”为“世界市场”

作者：王欣蕾

电话：010-58352887

邮箱：xhcj@xinhua.org

编辑：杜少军

审核：范珊珊

官方网站：cnfic.com.cn

客服热线：400-6123115



第三届进博会正在火热进行中。疫情常态化防控的大背景下，进博会保持着强大的吸引力，世界各地专业采购商的注册人数达到40万，组建39个交易团、近600个分团。本次进博会五大亮点凸显，自上而下重振生产消费，贸易交流舒缓国际局势。

目录

一、五大亮点凸显，自上而下重振生产消费，贸易交流舒缓国际局势3

- 1. 国际层面：特殊时期国家对外开放步履不停，外贸是各国根本利益所在，进博会作为全球唯一以进口为主题的国家级展会，是深入了解中国市场的良机3
- 2. 区域层面：新设 10 个“进口贸易促进创新示范区”，兑现上届“进博承诺” ..3
- 3. 展销发生改变：“全球首发、中国首展”，展品即商品，供应与展销同步，消费端直接带动供应链运转4
- 4. 展商角色转变：展商不再只是批发商，以投资商身份深入国内产业循环 ..4
- 5. 金融服务层面，跨境金融、产业链金融、普惠金融数字化升级4

二、变“世界工厂”为“世界市场”需从三方面发力5

- 1. 提高通关便利化水平，做好服务的同时，还需探索解决制度和技术的问
题5
- 2. 遵守全球规则，以我为主整合内外资源，举全球之力促进自身产业循环 ..5
- 3. 金融机构数字化创新亟待加速，从资金端疏通贸易阻梗6

从进博会看双循环，如何变“世界工厂”为“世界市场”

第三届进博会正在火热进行中。疫情常态化防控的大背景下，进博会保持着强大的吸引力，来自世界各地专业采购商的注册人数达到40万，组建39个交易团、近600个分团。进博会五大亮点凸显，自上而下重振生产消费，贸易交流舒缓国际局势。进博会是一面镜子，反映的是“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进”的新发展格局。进博会除了进口贸易，还有一项重任就是整合全球产业资源，而真正变“世界工厂”为“世界市场”还需要从三方面发力。

一、五大亮点凸显，自上而下重振生产消费，贸易交流舒缓国际局势

1. 国际层面：特殊时期国家对外开放步履不停，外贸是各国根本利益所在，进博会作为全球唯一以进口为主题的国家级展会，是深入了解中国市场的良机

2020年第三届进博会与前两届的根本不同在于大势环境。“疫情常态化防控”下，国际贸易有序恢复，货畅其流是维护经贸秩序的基础。地缘政治因素的阶段性影响也并未构成根本性风险。各国企业参展进博会热情不减，数字化战略在特殊时期经贸交流的重要性上升。

例如，澳大利亚贸易投资委员会连续三年支持澳企参加进博会，食品及农产品、医疗器械及医疗保健、消费品仍然是澳企参展推介的重头戏。针对今年特殊情况，澳贸委推出在线商务对接平台，这也是澳贸委首次大型活动中尝试数字对接方案。韩国贸易协会携韩国72家企业现场参展，此前500家韩国企业齐聚第三届进博会“境外云招商”韩国线上推介会，“线上+线下”成为今年进博会的新亮点。

2. 区域层面：新设 10 个“进口贸易促进创新示范区”，兑现上届“进博承诺”

“进口贸易促进创新示范区”区域布局覆盖东中西部和东北老工业区，囊括海陆空港，体现国家在区域战略层面启动进口贸易的决心。在2019年第二届进博会上，国家号召“培育一批进口贸易促进创新示范区”。在2020年第三届进博会开幕前，商务部、发改委等九部门和单位共同决定，设立10个进口贸易促进创新示范区，分布在上海虹桥商务区、辽宁大连金普新区、江苏昆山、浙江义乌、安徽合肥经开区、福建厦门湖里区、山东青岛西海岸新区、广东广州南沙区、四川成都天府新区和陕西西安国际港务区。

进口贸易促进创新示范区两大功能定位是贸易促进和贸易创新。扩大进口的直接方法主要是通过压缩通关时间、降低通关成本来提高贸易便利化水平，而根本方法仍在于提高居民可支配收入，本质上是市场环境改善的问题。近年来，“无纸化通关”等措施普及，进口贸易便利化程度有所提升。进口贸易促进创新示范区更多承担国家在通关成本方面的前沿探索，先行先试，推广经验。

3. 展销发生改变：“全球首发、中国首展”，展品即商品，供应与展销同步，消费端直接带动供应链运转

入境展品可进入特殊监管区域作为跨境电商产品进行处理，也是第三届进博会的一大亮点。该举措极大程度上压缩了入境展品变为可售商品的时间，现场体验感增强，可更快决定是否复购，利好进口消费。上海海关研究推动保税展示展销与跨境电商融合发展，支持绿地全球贸易港开展跨境闪购业务，展销和海外购同步推进。具体来说，企业在商品标牌中标明保税展示展销价格和跨境电商价格，如果贸易伙伴选择按保税展示展销价格购买，即可现场提货；如果选择按跨境电商价格购买，可现场扫码下单，按跨境电商保税网购进口模式流程购买。双选择结合，加上进博会爆款商品也在超市售卖，直接带动供应链运转，放大进博会的溢出效应。

4. 展商角色转变：展商不再只是批发商，以投资商身份深入国内产业循环

在以往的各种博览会中，国外展商更多是扮演“批发商”的角色，但如今，国外展商来到中国从“找代理”变成了“找技术、找投资”。展商回头率达到70%，部分外企扎根中国市场多年，也期望深入国内产业循环。进博会上，西门子大中华区总裁兼首席执行官赫尔曼表示，西门子对中国市场的巨大潜力和韧性发展充满信心，希望有更多机会投入中国经济的国内大循环。这些现象背后深层次原因在于国外企业看到了中国在突发疫情中的治理能力，以及中国企业在保障生产供应方面的安全性和高效率。全球产业链供应链近域化趋势凸显，鉴于中国地缘中心地位，以及在区域合作中融合引领作用，国内市场对周边生产资源的聚合能力增强，这让外资看到了国内的产业发展机遇。

5. 金融服务层面，跨境金融、产业链金融、普惠金融数字化升级

国内多家银行均针对进博会提供了数字化金融服务方案。其中，交通银行上海市分行发布了《第三届进口博览会数字化金融服务方案》，推出“交银跨境e金融”和区块链金融，分别解决的是进博会参展商在跨境贸易中的“贷、汇、兑、证”需求，以及跨境资产业务中单证传递效率、数据传输安全等问题。上海农商行与纽仕兰新云（上海）电子商务有限公司签署了进博专项服务协议。纽

仕兰是进博会食品馆首家签约成功的外商。上海农商银行则将为纽仕兰提供包括进口贸易融资、国内贸易融资在内的综合性供应链融资服务。

二、变“世界工厂”为“世界市场”需从三方面发力

进博会是一面镜子，反映的是“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进”的新发展格局。进博会除了进口贸易，还有一项重任就是整合全球产业资源，展商借此平台来沟通技术交流、寻求项目合作的也不少。而要真正实现从“世界工厂”到“世界市场”的转变，还需要从三方面发力。

1. 提高通关便利化水平，做好服务的同时，还需探索解决制度和技术问题

自贸区扩容、10个进口贸易促进创新示范区都是国家对外开放的新通道，提高通关便利化，在降低通关成本方面还有许多制度性、技术性难题待解。首先，影响收费的因素较多，很难统一界定通关成本范围。而通关成本高低难以衡量，缺乏判断通关成本是否过高的基础就难以有效、公平地降低关税。以运输费为例，运输费涉及运输方式、运输距离、货价（涉及商品分级、容积、重量）、附加费。即便同样是港口运输，也有港区一级堆场和港区外转栈二级堆场之分，产生的运输费自然会有差异。是否将该项费用纳入通关成本都不一定，如果简单将其作为判断通关成本高低显然不合理。二是各地关税收费项目和收费内容之间并不统一。相同的收费内容在各地被冠以不同的收费名称；或者相同的收费名称，收费内容却不同。其他制度性难题还包括收费性质差异、计费方式差异、收费项目变化等。技术性难题主要涉及责任主体的认定以及降低成本的方法等。

2. 遵守全球规则，以我为主整合内外资源，举全球之力促进自身产业循环

整合全球资源不是单纯走出去或引进来，而是在遵守全球规则的前提下，“以我为主”地整合境内外资源，要么是同行业的资源互补，要么是产业生态圈的运营者。以复星医药为例，复星医药在美国成立了技术研究院，把临床以后的海外资源让出去，和国内研究院对接开展联合研究。这样能够将国外前沿技术和国内高质量、成本较低的研发资源结合起来。再以绿地控股的“绿地全球商品贸易港”项目为例，绿地早在2019年初就与40个国家的超过110家全球知名组织、行业协会和企业签订战略合作协议，完善在专业领域全球化采购布局。绿地为企业从海外生产到国内消费的“保姆式”服务，“绿地全球商品贸易港”相当于海外潮品在国内的集聚地和首发站。绿地是这个商贸生态圈的运营者，促进生产消费要素的流通循环。

3. 金融机构数字化创新亟待加速，从资金端疏通贸易阻梗

金融机构携产品创新和服务创新亮相进博会。做好跨境贸易，传统金融机构的数字化创新必不可少，从资金端疏通贸易阻梗。金融体系是构建“双循环”的战略重器，金融机构在企业融资、存量资金盘活和风险管控方面发挥着重要作用。进口商的跨境保理是传统金融机构接纳度没有那么高的业务，跨境进口商获得融资可能性不高的原因有两方面：一是不易厘清跨境进口企业的运作流程；二是银行评估出的利率通常比较高。这些归结起来就是数字化风险评估能力的问题。银行线下风控能力强，但线上数字化适应能力并不那么高，业务开拓受限。数字化风控能力的核心在于数字身份识别、智能风控、数据和隐私保护。部分银行区块链金融的优势在于：1) 实时预览和审查贸易融资文件；2) 透明地查看发票；3) 无需中间人，减少欺诈风险；4) 智能合约实时更新；5) 区块链提供所有权证明。

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。