
依托进博会平台强化上海 对外开放枢纽门户功能

杨勇¹

(华东师范大学 上海 200062)

【摘要】：上海要充分认识中央赋予进博会的任务、使命、功能和职责，按照政府主导的运作模式，结合市场机制的协调作用，统筹考虑和综合运用国内国际两个市场、国内国际两种资源，在市场、产业、要素等方面多维度增强“双循环”中的战略链接功能，积极打造连接全球、融通全球、覆盖全球、影响全球的对外开放枢纽门户，推动更多的新产品、新技术、新服务在上海“全球首发、中国首展”，为世界各国搭建贸易平台。

【关键词】：进博会 开放枢纽门户 智慧会展 长三角一体化

【中图分类号】：F127.51 **【文献标识码】**：A **【文章编号】**：1005-1309(2021)10-0049-009

高水平的对外开放枢纽门户，是在一国或一个区域实行对外开放的战略导向下，依托具有高水平竞争力的交通、信息、金融等枢纽，承担各类要素流通和集聚的门户城市或门户区域，是现代化和全球化进程中形成的高层级城市。但是，与纽约、伦敦、东京等全球城市相比，上海在资源集聚能力、制度创新水平、营商环境打造等方面仍存在一定差距。与此同时，上海也面临全球价值链凸显、贸易保护主义升级、生产要素成本上升、国内环境变化、数字技术发展的对外开放新格局。

面向未来，上海亟须对照高水平对外开放枢纽门户的基本特征，率先突破逆全球化思潮的影响，统筹考虑和综合运用国内国际两个市场、国内国际两种资源，积极打造连接全球、融通全球、覆盖全球、影响全球的对外开放枢纽门户。进博会提高了上海、长三角地区与全国产业发展的吸引力、交流沟通力、品牌形象力、产业与技术升级的集聚能力、平台展示交易力、服务配套力和竞争力，有效增强了上海开放枢纽门户功能。

一、进博会强化上海开放枢纽门户功能的进展与成效

(一) 制度创新，进博会成为双循环的关键链接

进博会由于展览时间集中，对海关通关效率以及商检安全保障的要求较高。上海以及有关职能部门积极革新监管模式，从制度上保障进博会通关智能化、数字化、便利化。例如，在海关与商检方面，上海海关设立了保障进博会的专门机构——上海会展中心海关，统筹国际会展监管资源，随时响应进博会需求；提出 5 项通关便利化措施和 3 项创新性举措，大大提高了通关效率。在税款担保方面，对进博会暂时入境的展览品由上海国际会展中心统一提供税款总担保，减轻境外参展企业的负担。在金融服务方面，各银行和保险企业进行各项服务创新，为境内采购商、境外参展商、参展个人提供境内外、本外币、全方位、一体化的全功能综合性金融解决方案。

¹作者简介：杨勇，经济学博士，教授、博士生导师，华东师范大学工商管理学院副院长。

基金项目：上海市决策咨询研究重点课题(编号 2020-A-008-A)

(二)助力服务贸易发展，打造开放枢纽门户新引擎

进博会优化调整展品结构，重点引进物流及供应咨询服务及文化授权服务，全面支撑货物贸易展区的贸易服务需求，与货物贸易展区形成互为展商与买家的生态链。第三届进博会服务贸易展区涉及金融、物流、咨询、物业管理、供应链管理、零售和文化旅游等领域。聚焦“创新连接价值”的主题，重点展示前沿科技与尖端技术在服务行业的创新成果。咨询服务、法律服务、检验检测服务及供应链管理等领域的专业机构将提供国际贸易支持、国际仲裁、多国标准认证等一站式解决方案，揭示未来办公、数字化转型、智慧企业管理的无限可能，助力企业把握发展机遇。

(三)助推形成全球综合价值链，打造有效产业链接

进博会为完善全球价值链提供了“中国方案”，助推上海融入全球体系。从数据可以看出，“越办越好”的进博会正在释放着全球贸易的正能量：第二届进博会共有155个国家和地区、26个国际组织参加，来自全球各国的3893家企业参加企业展。这证明中国依然是全球最具吸引力的投资热土，能以实打实的交流合作推动全球价值链、供应链更加完善，共同培育市场需求，共享发展机会。

(四)推动高端要素聚集，不断增强上海资源配置功能

进博会不仅让世界各地的企业和民众了解新技术，而且加快了对新技术的应用和传播，推动全球价值链扩展。从前两届进博会现场看，经销商和采购商聚焦新技术、新产品成为主流趋势。进博会企业商业展包括货物贸易和服务贸易两部分，呈现展览规模大、国别分布广、企业数量多质量优、新产品新技术多、展览展示水平高等突出特点。

(五)长三角区域联动，辐射带动效应不断增强

进博会成为上海虹桥商务区发展的引擎，带动了周边地区旅游发展和住宿供给。

一是进博会明星展品进驻“虹桥品汇”等平台，吸引数万市民前往参观或购买商品。进博会国家馆延展期间，绿地全球商品贸易港吸引游客20万人次和国内外专业采购商310余组，零售总额超过600万元，总采购订单金额超2000万元。

二是推动长三角区域一体化战略持续发力，促进上海在长三角地区的定位由“领头”向“枢纽”转变。G60科创走廊联合上海、嘉兴、杭州、金华、苏州、湖州、宣城、芜湖、合肥9个城市，组建进博会采购商联盟，以期更高效地承接进博会的溢出效应，深化产业集群布局，为长三角区域一体化的更快更高质量发展注入动力。

二、进博会强化上海开放枢纽门户功能的问题与不足

(一)全球客源市场有待拓展，形成更为宽广的市场共享体系

一是进博会客源市场范围较为局限。进博会参展企业以“一带一路”沿线国家和发展中国家为主，在欧美发达国家中的影响力不够突出，这制约了进博会对全球市场的溢出效应。从两届主宾国的情况看，第一届主宾国共12个，其中“一带一路”沿线国家7个，超过50%。第二届主宾国共15个，其中“一带一路”沿线国家11个，超过70%。在进博会国家综合展的参展国家中表现出发展中国家占大多数、发达国家屈指可数的特征。

二是海外企业需求得不到充分满足。一方面，外商对综合展的参展意愿不高。由于细分市场的观众更为专业，外商更加青睐垂直细分领域的专业展，以获得更为精准的客户和信息。另一方面，进博会准入门槛较高，制约了外商参展热情。从参展的

企业方面看，对外商有较高准入要求，如要求企业、产品“双境外”，但是外商想要获取的长期享受通关便利等要求普遍没有得到满足。

(二)“保展商互转”不够通畅，市民消费需求未得到充分满足

一是“展品变商品”环节有待完善，释放进博会溢出效应仍缺少关键一环。当前，进博会展品通关便利基本实现，“保展互转”较为顺利，但是，“展品变商品”依然不够流畅。调研发现，市民购买需求强烈，但是展品不能销售(保税)，进博会“展品变商品”的供给体系不畅，市民购买需求得不到满足。进博会的延展功能及形式仍需进一步完善。从数量和规模上看，进驻虹桥进口商品展示交易中心的参展品牌不多，与实际参加进博会的品牌数量相距甚远。

二是缺乏有效渠道，国内市场需求未能得到及时充分满足。进博会有几十万种商品参展，市民希望能享受红利，购买价廉物美、有高附加值的高科技进口商品，但是进博会有的品牌只展不销，进博会结束后市场后续的同款商品依然不多。

(三)进博会等平台高端要素聚集有待加强，仍须增强要素支配能力

一是进博会投融资促进功能不够完善。进博会为全国各地供应商提供一个产品展示平台，但其功能不能仅局限于商品展示这一单一功能。2020年3月，商务部指出要发挥好进博会等重大展会平台的投资促进作用，支持地方、行业组织、贸促机构为企业提供必要的法律和信息服务等措施稳外资。但是，目前进博会的投资促进功能不够完善，有待进一步加强。

二是人才发展环境亟须优化提升，高层次人才有待进一步聚集。一方面，具有国际背景和视野的人才不足，熟悉国际经贸规则且具有强烈创新意识的顶尖人才严重短缺。调研发现，外籍人士来沪工作签证办理手续较为复杂，工作许可证、签证等办理环节时间和信息衔接不够流畅，这大大增加了外籍人士来沪工作的程序成本。另一方面，对人才生活环境营造的关注度不够。由于语言障碍，外籍在沪工作人士普遍存在社交问题，对上海的归属感、融入感不强。

三是进博会信息基础设施建设有待加强，5G服务优势尚未得到充分展现。第二届进博会的一大亮点是5G服务的出现，但是，在调研中发现，一方面，参展商对5G服务并不敏感，许多参展商表示对5G服务不了解，或者5G速度还不够快，服务优势并不明显。另一方面，参展观众也普遍对5G的感知度较低，部分参展观众表示，并不了解5G技术或是没有真正体验到5G技术。

(四)进博会区域联动机制有待优化，尚未形成有效的区域联动体系

一是缺少统一规划，空间布局合理性有待提升。进博会场馆所在的青浦区，尚未围绕进博会形成资源配置合理、供需匹配的状态，这制约了进博会效能的发挥。

二是区域性产业联动不够充分，协同发展力度不够。长三角地区信息基础设施建设和信息化应用的内部差异不断缩小，但在推动区域政务数据开放共享，形成社会民生、航运交通、城市安全等重要领域信息化应用全面对接方面亟待进一步提升水平。

三、依托进博会进一步强化上海开放枢纽门户功能的总体思路和主要原则

(一)总体思路

一是强化行政协调与统领。充分认识中央赋予上海进博会的任务、使命、功能和职责，按照政府主导的运作模式，结合和市场机制的协调作用，发挥进博会与长三角地区各相关政府部门、行业协会、企业、领事馆、办事处等的联动作用，实现行政机制和市场机制的有机融合。

二是优化空间格局，多维度支撑上海开放门户枢纽建设。着眼于探索“国内大循环”，深耕“国内国际双循环”，推动更多的新产品、新技术、新服务在上海“全球首发、中国首展”，为世界各国搭建贸易平台。加快打造西虹桥商圈，将其建设成国际消费中心城市的重要载体、长三角区域一体化的重要平台，进博会增强上海开放枢纽门户功能的重要支撑。

(二)主要原则

1. 发挥市场潜能，培育对外开放的双循环动能

一是充分发挥进博会与商旅文行业的联动效应，加快形成国内大循环。要把握进博会举办期间及持续周期性举办的“人流红利”，挖掘来沪消费者的需求，整合上海各区文化和旅游资源，推出一批个性化都市旅游路线来满足高品质商客需求。

二是进一步在大虹桥地区集聚一批具有全球影响力的顶级会展和活动，促进大型展会与大型活动、国际会议、节庆赛事互动融合，打造国际一流的会展与活动标杆区，引进一批具有国际竞争力的组展商、展览专业服务机构，培育一批专业化程度高的会展活动，带动消费增长。

2. 建设高能级平台，强化生产要素配置功能

一是在资本要素方面，抓住进博会世界 500 强和龙头企业云集的机遇，以坚持扩大内需特别是消费需求为前提，向全球开放国内市场，将吸引全球功能性机构集聚及开展全球资源配置业务作为扩大开放的重点领域，鼓励跨国公司贸易型总部在沪设立资金管理、研发、结算平台，打造亚太区供应链管理中心、资金结算中心和研发中心。

二是在信息要素方面，增强数字平台辐射力。加强进博会线上线下展示交易平台建设，通过大数据、云计算、移动互联网技术，加强供需对接，提升信息传递的准确性、针对性，从而有效深化交流互动、消除合作壁垒，在更大范围内为科技金融、现代物流、教育、医疗等行业提供开放支持。

3. 扶持龙头企业，增强对外开放的市场活力

一是提升总部经济密度。上海应抓住进博会世界 500 强的集聚机遇，将吸引全球功能性机构及开展全球资源配置业务作为扩大开放的重点领域。争取中央的扶持政策，使上海不仅成为境外跨国公司的区域总部所在地，而且成为本土跨国公司总部的集聚地。

二是着力孵化“隐形冠军”。要根据进博会举办的市场反馈情况，围绕虹桥商务区产业链、价值链、生态链，用好用足各项政策。例如，支持申请虹桥商务区专项资金，加强对其技术和创新的认定、对企业诉求进行清单式管理和协调等方式深耕细分行业“专精特新”企业，吸引成长爆发性强、技术和模式先进的独角兽企业落户上海，培育“隐形冠军”。

4. 引进优质项目，完善对外开放的产业链体系

抓住进博会机遇，开展精准招商。上海应联合有关机构加强进博会数据的精准分析，重点针对需求量大、企业积极性高的“好项目”，推动参展企业从参展商转变为贸易商，从贸易商转变为投资商。推进现代服务业开放创新先行先试，在商贸、金融、物流、旅游、文化等领域进一步扩大开放，建成一批产业联动发展的示范平台与示范项目，不断完善现代服务业产业链。

四、近期抓手和具体举措

(一)近期抓手

1. 线上线下联动，积极探索办展新模式

一是充分利用历届采购商数据，加强精准推介邀请。分析历届成交、海关、信贷等数据，精准招商路演，扩大进博会主宾国覆盖面。将采购基地、产业园区、区域消费中心城市作为重点，充分发挥进博会的辐射功能。

二是打响“线上进博会”新品牌，积极打造品牌智慧会展。紧扣抗击新冠肺炎疫情等热点，结合在线新经济，注重线上线下融合，探索“云展览”新模式，优化进博服务水平。将“云上进博会”打造成为引领全球的风向标、创新与科技带动会展品牌经营的倡导者、国内外企业市场拓展的助推器、城市形象和文化品位的载体。

三是创新中国乃至世界“云上会展经济”模式，用进博会推动机场、会展中心、商业配套、产业园、陆运、港口、海运等资源的互动与融合，打造创新的会展产业链模式。与时俱进利用好“随身进博会”“电子商务港”“营商数据库”的信息资源优势，打造“永不落幕”的进博会。

2. 多维度做精做实“6+365”平台，增强进博会溢出效应

一是积极协调进博会、广交会、服贸会之间的关系。目前进博会侧重货物进口贸易，要优化进博会展品结构，增加服务贸易比重。与聚焦服务贸易的北京服贸会、侧重货物出口贸易的广交会相辅相成，推动形成以“北、上、广”为龙头的全国会展新格局。

二是切实丰富“6天+365天”平台的内涵。依托绿地全球商品贸易港等平台，打造进博会“6天+365天”常年展示交易平台。把有关会展活动办出更具特色、更高水平、更强影响力，并转化成实实在在的合作事项、产业项目，助力进博会辐射全国，更好发挥溢出带动效应。积极扩大进博会延展范围，依托绿地集团等大企业，全面打造集展示交易、企业总部、智慧物流等功能的40万平方米产业主体平台和交易规模上千亿元的线上贸易平台，积极扩大进博会的溢出效应。

三是复制进博会成功经验及模式到其他城市，增强进博会的溢出效应。推动进博会实现跨区域发展，甚至在合适的条件下开办巡展。推动进博会的模块化发展，形成多个细分市场的专业展，在细分市场保持持续热度。与阿里巴巴、京东等国内电商平台合作，打破地域限制，进一步激发进博会对跨省跨区市场的带动效应和溢出效应。

3. 促进“保展商”互转，有效满足国内外市场需求

一是搭建贸易促进平台，构建进口政策创新试验田。虹桥进口商品展示交易中心要进一步加强和完善线上交易模式，推动国内市场需求和国外企业供给的匹配度。积极落实、设计操作方案，使展商依托保税物流中心和品汇平台，实现保展互转。以保税展示展销的模式和跨境电商模式方便地实现“展品变商品”，真正实现线上、线下、保税仓联动，实现“保展商互转”，实现进博会溢出效应最大化。

二是积极打造全球商品进口集散地首发地。以营造“绿地全球商品贸易港”为核心，建设具有国际领先水平的复合型智慧生态新城，导入海外商品采销、国际贸易、物流仓储、商业零售运营等领域的成熟运营经验和丰富产业资源。

4. 提升服务贸易水平，加快实现国际贸易平衡发展

一是积极扩大和深化进博会展品与服务范围。扩大进博会展品范围，提升与进博会有关的保险、金融、结算等服务贸易比

重，实现更大范围的开放。将进博会相关会址打造成购物旅游专线，在国家展览中心周围的进口商品交易区，以“购物+旅游”的形式，让更多经济实体参与到进博会服务体系中，满足企业与消费者双方的需求，更好地提升进博会的溢出效应。

二是提升进博会的国际公共产品的属性，积极酝酿投资促进活动，进一步提升外商投资活力。推动参展商变投资商，推动进博会参展商与本区域载体资源的有效对接，为外资进入中国、投资项目对接合作提供新平台。

三是提升服务贸易比重，优化贸易结构。当前，四大会计师事务所全部确认参展第三届进博会，要积极借助进博会契机，设计有针对性的投融资服务优化模式，助力企业转型及金融风险管理。

四是加快建设国际旅游消费中心。适应我国城乡居民消费结构升级的大趋势，以加快免税购物等为重点，加快把上海建设成为具有世界影响力的国际旅游消费中心。推动国内全面快速增长的“服务性消费”需求和国际化“消费性服务”供给的良性互动，形成国内国际双循环相互促进的新发展格局。

5. 全面提升数字平台服务能力，打造数字经济新高地

一是打造上海数字贸易国际枢纽港的重要载体，建设开放共享的国际贸易中心新平台。以建设数字贸易国际枢纽港为重要载体，推动虹桥商务区率先打造全球数字贸易港，形成数字贸易跨境服务集聚区。利用国际开放枢纽、国际化中央商务空间的流量集聚效应和进博会主场优势，重点聚焦跨境服务与功能，通过“枢纽占位、功能卡位、竞争错位”的“三步走”战略，突出跨境电商主题，提升长三角电商中心能级，打造具有全球影响力的数字贸易开放枢纽高地。

二是建设好“6+365”全天候国内外一站式服务平台。用于进博会常年展示、业务洽谈、成交手续办理，使供需双方在进博会平台上拥有多样化的自由选择权，为有意愿但无法参展的境外优秀企业提供对接机会，使企业能进入平台进行保税展示交易。同时，进一步针对参展客商和与会嘉宾的需求，加强数字平台的各项功能建设，开发金融、物流、法务等服务模块，在交易功能拓展方面加强点对点交易的撮合力度，方便我国企业与全球城市和地区在股权合作、产品互挂、市场互联、技术输出等方面展开合作。

三是推动人工智能与5G、大数据等融合发展，为新业态、新模式、新产业发展充分赋能。充分释放5G、人工智能在进博会中的应用场景，将进博会打造成为人工智能技术的最佳试验场、价值的最好实现地。大力推进人工智能在医疗、交通、制造、城市管理、公共服务、金融等领域形成更多创新应用。

6. 尊重人才规律，提升高端人才聚集水平

以进博会举办为契机，打造复合型会展人才培养平台。通过总结进博会举办的经验与不足，全面提升会展人才的综合素质。利用进博会推动高校会展人才教学和会展行业实践相结合，进而增加上海会展从业人员的技能储备，并加速长三角地区会展人才的流动与整合，实现会展人才的区域配置和资源共享。利用进博会创造更多的“准就业”机会，通过校企合作方式，既为企业考察提供机会，也为大学生提供更多就业渠道，从而推动就业市场与企业需求的有效对接。

(二) 具体举措

1. 体制机制创新，提升进博会服务能力

一是促进进博会从主场外交向“市场化的展览会”转化。组建专业化的招商团队，积极探索市场化的招展模式。疫情期间，要对国内参展企业进行补贴，吸引更多优质企业参展。培育更多的进博会体系中的进出口贸易公司、跨境电商等主体，促进跨

境贸易集团转成综合类展会平台，提升阿里巴巴等跨境电商的线上线下能力。借助、发挥经销商/贸易商的中介作用，委托、辅助完成展品的入境检验检测，顺利实现展品标准/商品标准的对接和转换，加快推动“展品变商品”。

二是优化、拉长通关便利，形成“通关+展览+销售”的闭环，打造“保展商互转”链条。打造跨境电商 B2B 出口一体化服务平台。在新冠肺炎疫情影响下，积极推动进博会同步联合跨境电商平台企业开展线上交易。创新进博会线上成交货物的通关、监管方式，实现通关便利。

三是完善进博会统计体系。目前，进博会统计口径只是签单金额，并未有效追踪交易后续情况。要强化进博会的后续统计和评估，确保进博会订单的真实有效性和落地实施效果。

四是优化制度环境，为进博会提供更好的保障。借鉴我国香港贸易发展局、新加坡经济发展局等做法，设立常设性贸易发展服务机构，专业化对接进博会，成为虹桥国际开放枢纽的重要功能性平台。推进建立共治共享企业服务改革模式。在虹桥形成国际贸易信息与服务枢纽，促进进博会溢出带动效应从商品贸易向服务贸易、技术贸易升级放大。进博会期间，展品知识产权冲突问题较为常见，部分外贸公司侵权行为严重，可借鉴广交会的经验，开设知识产权办公室，做好线上线下进博会知识产权的保护。落实“一网通办”与有关管理部门的对接和协调，实现更大范围的“一网通办”。打通参展企业、小企业与工商总局的信息系统，更为便利地服务进博会参展企业。

2. 优化空间结构，打造门户开放枢纽功能新载体

一是积极打造进博会综合功能区。依托国家会展中心，打造“进出口商品交易中心”。大虹桥区域地处长宁区、闵行区、青浦区三区交汇处，靠近虹桥枢纽交通便利。依托进博会，大虹桥区域要为国家会展中心做好配套，将虹桥商务区打造成为高端服务贸易聚集区，增强进博会的溢出效应。此外，虹桥地区设立国家进口贸易促进创新示范区，及时跟踪进博会前沿需求，探索针对性的就地创新转化服务。

二是加快打造虹桥国际开放枢纽功能平台。借鉴我国香港贸易发展局、新加坡经济发展局等做法，设立常设性贸易发展服务机构，专业化对接进博会，打造虹桥国际开放枢纽的重要功能性新平台。在虹桥地区形成国际贸易信息与服务枢纽。尤其要支持数字贸易创新发展，在虹桥地区率先建成全球数字贸易港，促进进博会溢出带动效应从商品贸易向服务贸易、技术贸易升级放大。加大以进博会为纽带服务联动长三角地区的举措力度，进一步深化“会商旅文体”常态化平台项目合作，统筹长三角地区物流枢纽布局，建设长三角地区贸易电商企业合作展销平台等。整合长三角城市群多元化旅游资源，突出各地旅游特色，借助进博会，推进“长三角会商旅文体示范区联动平台”建设，开发若干条长三角地区特色精品线路，同时开设长三角多语言旅游网站，加强活动宣传，延长进博会观众特别是国外客商的停留时间，进一步提升长三角文化的国际影响力和知名度。

三是增强区域联动，增强上海对外开放枢纽门户功能。上海应积极发挥进博会对长三角地区的辐射作用。建议联合长三角地区各级政府、行业协会及产业园区，在各个城市组织进博会后续系列论坛或交流会。相关活动应以长三角地区各个城市的进博会参展企业为主角，以当地政府部门、行业协会、产业园区等组织为纽带，促进当地参展企业与非参展企业的信息沟通与经营合作。

四是利用进博会为企业参与国际合作创造条件。上海应积极发挥进博会与“一带一路”沿线国家的贸易链接作用。利用进博会与“一带一路”沿线国家间建立起直供渠道和配套的物流体系，精准传递双边需求信息，为双方找到更多的利益连接点和价值创新点，这不仅为更多本土跨国公司提供到“一带一路”沿线国家对外投资的可能，也使“一带一路”沿线的欠发达国家和地区也能参与进博会，实现我国由面向发达国家合作转向同时面向发达国家和“一带一路”沿线国家合作的布局转变。

3. 优化营商环境，建立极简审批制度

一是促进进博会个案办理速度转化为制度化的常态、普惠版企业福利。在经贸规则、法律规范、政府服务等方面探路先行，为全国营商环境建设树立制度标杆。突出精细化，用好政务服务“一网通办”和城市运行“一网统管”，优化完善交通保障、内外宾接待、展会服务等，切实提高展商客商体验度和感受度。

二是探索建立极简审批制度。借鉴“一网通办”，通过简化办事流程、减少审批环节，做到项目审批规范化、制度化。着眼于“以企业为中心”、办成“一件事”，进行业务流程再造，加快推进“互联网+政务服务”，打造“一网速联”“一网通办”“一网统管”“一网通用”“一网赋能”服务品牌，率先探索建设全球数据港。

三是积极推动“两张网”与有关部门对接和融合，打造更具开放色彩的“两张网”。推动“一网通办”“一网统管”与人社部、商务部、海关、工信部等部门的对接，打造“两张网”升级版和扩展版，为进博会货物、人才流动和监管提供更为便捷的服务。

四是上海应在风险可控的前提下，加快特殊支持政策先行先试。在展品通关方面，建议争取支持便利通关方案延伸至其他重点展会和展览场所，设立专门窗口“一条龙”服务，做到展品随到随办。在展品处理方面，允许展中销售，延长展品入境时限，允许在展览结束后开展展品的展示与交易。对进博会参展商品中消费者反映良好、监管方式成熟的商品，在相应进口许可注册备案审批后，允许小批量先行引入虹桥进口商品展示交易中心等场所开展保税展示及小规模试销，以降低其进入中国市场的费用及时间成本。此外，在展品审批方面，可积极申请将引进医疗器械、药品等产品的审批权限下放至上海，在进博会期间为医疗新装备新药品展出提供便利化政策。

4. 促进进博会向“智慧会展”转型，形成强大的新型会展产业链格局

促进进博会实现线上线下“两条腿走路”，实现进博会向“智慧会展”转型，形成强大的新型会展产业链格局，打造“会展之都”。

一是构建“智慧会展建设产学研发展中心”，通过完善政策和集聚各方资源来推动实施。依托产业发展的大数据中心和共享平台，积极推动该平台被会展业市场化商业利用。

二是加大对智慧进博会建设的支持力度，加快会展场馆信息化建设。大力推进进博会场馆信息化建设。成立专门的信息数据中心，负责协调其他各子系统功能模块，将各部门需要收集的展览行业信息集中到一起，包括展览场馆信息、专业会展信息、参展商和厂商信息、观众信息以及展览服务商信息等，实现数字网络化管理。

三是打造进博会智慧化管理平台。努力打造进博会智慧化管理平台，积极推进进博会招展、参展等智慧化。利用智慧化信息技术及互联网模式，打造现场演示、触摸体验、信息交流、网上预约、手机上网等多个链接交换平台，实现销售一体化无缝连接，方便参展商实时掌握动态化会展信息，并有针对性地制定营销方案，实现参展企业产品与公共信息之间的有效互动。

5. 创新海关监管模式，推动跨境 B2B 电商发展

一是创新海关监管模式。依托虹桥品汇 B 型保税仓，实现仓展销一体化模式，探索、优化、实现前店后库、店库合一的模式，促进进博会“展品向商品”的转化。创新口岸通关模式，加快智慧口岸建设，压缩通关时间，为各类商品进出口打开“方便之门”。推动海关特殊监管区域和口岸、物流枢纽聚合联动发展，做强加工制造、研发设计、物流分拨、跨境电商、融资租赁等“报税+”新模式新业态，形成比较完备的国际贸易功能框架。

二是探索推动跨境电商 B2B 出口。优化监管流程，创新监管模式，通过跨境电商平台广泛对接全球企业和消费者，推动上

海企业快速融入全球产业链供应链，提升上海制造在全球产业链的影响力。突破跨境电商 B2B 出口企业的传统贸易方式申报通关，设计专门的通关方式，享受通关便利。制定更贴近企业诉求的监管服务和专属政策支持，有效降低跨境电商通关成本和运营成本。

6. 创新思路，打造国际化人才集聚新高地

转变引人、聚人的战略、发展和操作思路。突出“人才是第一资源”，优化城市配套服务，打造“近悦远来”的国际化人才集聚新高地。

一是优化相关人才政策，创新平台和机制，不仅使人才“引得来”，还要使人才“使上劲”，更要使人才“留得住”，打造世界级人才集聚高地。深化进博会的海内外人才集聚功能。通过设立论坛、主题活动等方式，为人才交流搭建桥梁纽带。支持虹桥商务区引进高层次外籍人才、华人华侨专家型人才以及海外留学人员，或邀请海外专家以短期跨境项目合作方式提供智力服务。

二是更新发展理念，形成新的城市发展逻辑。城市成功的关键，在于吸引并留住人才。上海要扎实做好人才工作，形成“环境吸引人才—人才集聚产业—产业繁荣城市”的城市发展新逻辑。在推进“放管服”改革的同时，亟须将建设宜居生活环境纳入考量范畴，通过构建更为全面的评价体系，客观分析进博会营商环境的现状与不足，从而提出有针对性的策略，进一步提升进博会区域的城市竞争力、吸引力和创造力。在虹桥商务区内，上海应在保障进博会顺利举办的同时，以“更有序、更安全、更干净”为目标优化城市公共服务体系。在对外交通方面，上海应争取国家及市政府相关部门支持，研究调整虹桥国际机场功能定位，切实增强虹桥国际机场服务长三角、联通国际的开放枢纽门户功能；在内部交通方面，上海应有针对性地完善周边配套道路建设，加强交通应急演练和大客流引导，构建高效畅通、反应灵敏的交通保障体系。

7. 协调国际合作与区域发展，促进上海更高水平开放

一是减少行政区划限制，构建资源聚合平台。上海应依托进博会，重点发挥长三角省级政府协作交流等机制，协调推动江苏、浙江、安徽等周边省份在规划布局、交通基础设施、港口整合、公共服务设施等方面做好对接。通过加快长三角区域一体化示范区建设，在形成开放型的区域一体化市场的同时，提升上海的中心集聚功能和服务辐射功能，增强上海的开放枢纽门户功能。

二是探索区域合作模式，形成开放联动机制，推动长三角地区更高水平的协同开放。结合《长三角生态绿色一体化发展示范区产业发展指导目录(2020年版)》，进行区域产业链招商，增强开放枢纽门户功能。依托进博会，强化新基建、产业园区等方面的合作，增强大型项目上下游、产业集群、生产服务、项目分包、监理等不同领域及环节中的合作。

三是以数字服务贸易平台建设为突破口，加快形成资源配置和服务功能，构建长三角城市群合作平台。浙江拥有数字服务贸易龙头企业，可以进一步发挥扩大数字服务贸易平台受众群体作用，在平台扩大效应上做足文章。江苏基于已有的工业基础，可以加快实现数字服务贸易与制造业的有机融合，尽快实现制造业数字化转型升级。可以考虑在安徽建立数据平台中转站，打造互联互通产业链，将上海的高端生产性服务业、浙江规模宏大的跨境电子商务、江苏的制造业以及安徽向内陆省份延伸的腹地经济有效地连结起来，共同打造立足于本土的全球价值链，发挥好三省一市协同创新的重要历史使命。

参考文献：

[1]国务院.长江三角洲区域一体化发展规划纲要[Z].2019-12-01.

-
- [2]黄颖.从进博会便利化措施看中国扩大进口的路径选择[J].对外经贸实务,2019(1):30-33.
- [3]雷小青.我国跨境电商借力“进博会”促进进口贸易发展——以京东集团为例[J].对外经贸实务,2018(12):29-32.
- [4]李雯博.从万博会到进博会:透视百年变迁的三重逻辑[J].红旗文稿,2019(22):30-32.
- [5]王诚.论进口博览会的政府监管体制创新[J].国际商务研究,2018(6):78-86.
- [6]习近平.共建创新包容的开放型世界经济——习近平在首届中国国际进口博览会开幕式上的主旨演讲[J].对外经贸实务,2018(12):4-6.
- [7]余淼杰.“刷透”进口博览会,经济全球化下的大国担当[J].企业观察家,2018(12):81-83.
- [8]余南平.进博会展示中国“博大胸怀”[J].中国外资,2018(23):16-19.
- [9]张娟,沈玉良.发挥国际进口博览会效应,持续扩大我国进口[J].国际贸易,2018(10):47-53.
- [10]张娟.进口博览会视角下上海国际贸易中心建设的内涵和路径[J].国际贸易,2019(5):38-46.
- [11]张晓涛.推动全球经贸发展的中国方案——首届中国国际进口博览会的意义与作用[J].人民论坛,2018(31):42-43.
- [12]钟山.新时代新平台新实践——举办中国国际进口博览会的重大意义[J].中国经贸,2017(23):17-18.