



11月6日,观众在第七届进博会技术装备展区观看一款人型机器人跳舞。  
正在上海举行的第七届中国国际进口博览会技术装备展区汇聚高端装备,展示前沿技术,搭建促进新材料领域创新发展的国际交流平台。  
□新华社记者 张 铨摄



这是11月6日在第七届进博会汽车展区拍摄的在亚洲首次亮相的米其林月球探测车轮胎。  
正在上海举行的第七届中国国际进口博览会上,众多首发首展的新科技、新成果、新展品亮相。  
□新华社发 (陈浩明摄)



11月6日,在第七届进博会食品及农产品展区,上海康养集团首次展示“肌少症膳食营养处方”。  
□新华社记者 张建松摄



11月5日在法国馆拍摄的艺术品和酒。  
11月5日至10日,第七届中国国际进口博览会在上海举办。本届进博会国家展继续为各国展示综合形象和贸易投资领域机遇搭建重要平台,有77个国家和国际组织参展。法国、马来西亚、尼加拉瓜、沙特阿拉伯、坦桑尼亚、乌兹别克斯坦担任主宾国。  
□新华社记者 殷刚摄

作为世界上首个以进口为主题的国家级展会,进博会自2018年启幕以来,年年超过100个国家和地区的参展商云集。第七届进博会上,企业展参展国别(地区)数和企业数都超过上届——

## 进博魅力何处来

□新华社记者 刘红霞

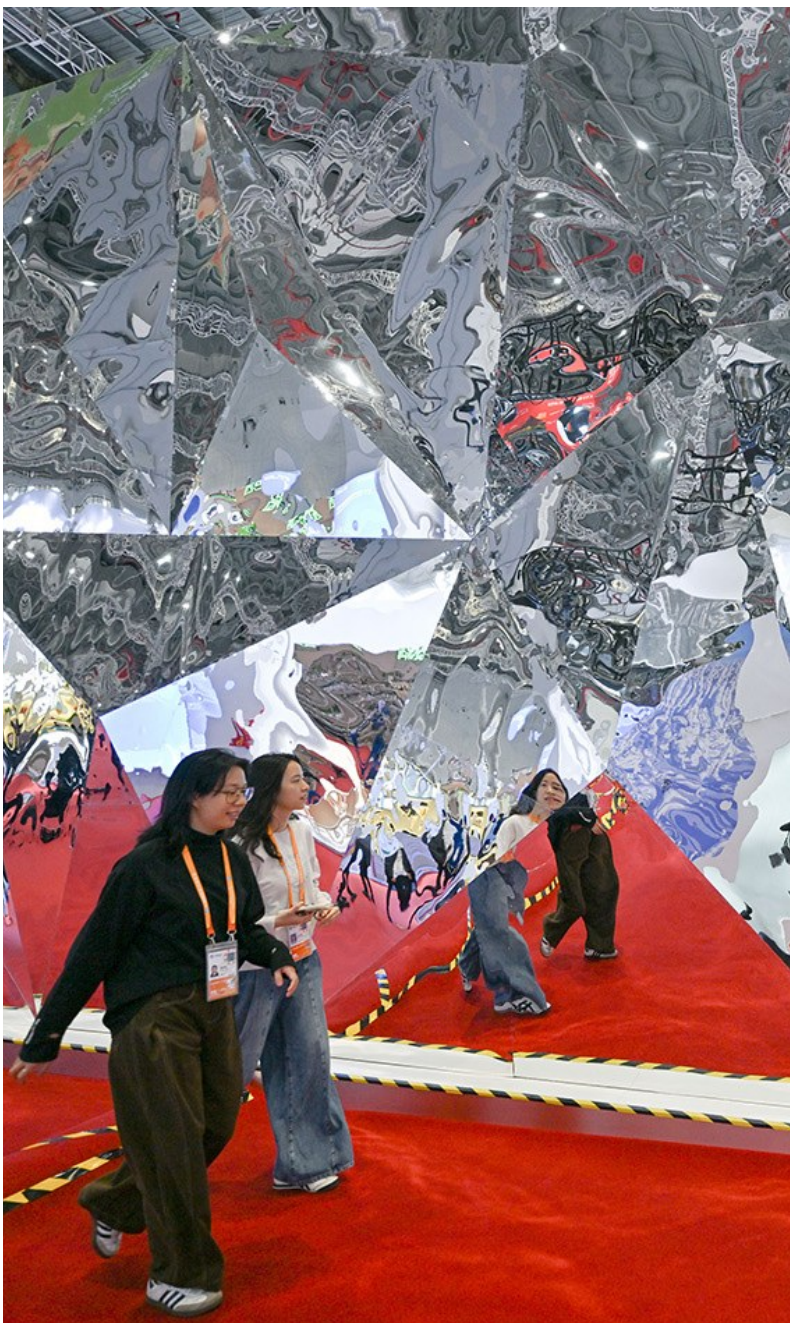
时过立冬,寒意渐浓。在被称作“四叶草”的上海国家会展中心,进博会的热潮持续涌动。  
自打2018年起,这一世界上首个以进口为主题的国家级展会,就一年不落地在上海举办。正在举行的第七届进博会上,又看到许多“老朋友”。七届“全勤”的企业和机构,就有186家。在3496家参展商里,“新面孔”就更多了。  
市场大、机遇多。对世界来说,中国是巨大而开放的大市场。进博订单可以从一个侧面佐证——前六届进博会,中外企业累计意向成交额超过4200亿美元。  
今年情况依然可观。蔡司医疗市场传播高级经理冯云分享了一个细节,仅6号一天,蔡司就有9场签约,从早忙到晚,嘉宾上台签约和致辞前,工作人员会为他们别上定制胸花,“光胸花就用掉了100多份”。  
这样的场景不是个例。行走在企业展区,施耐德、罗克韦尔、三星等展位,访客一批接一批。热络的洽谈签约背后,是中国大市场向世界敞开怀抱。  
吸引大家赴约的,不只是订单。进博会是行业技术“风向标”。拿楼宇建筑智能化来说,西门子、江森自控等头部企业这次都拿出压箱底的本事,时不时相互串个门,有的还拉起了微信群……相互学习、彼此成就,来了就会有收获。  
进博的魅力,也在于搭起全球合作“彩虹桥”。一位白俄罗斯企业负责人兴奋地说,通过进博会这个开放平台,不仅进入了中国市场,还顺势打开了南美、中东市场,有了意外惊喜。  
登录今年进博会官方网站,可以清晰看到多语种商务匹配专区,“我有什么”“你要什么”等信息滚动更新匹配,让各国参展商和采购商可以在“面对面”和“屏对屏”之间顺滑切换。进博会进一步打开世界之门,这是鲜活写照。  
本届进博会上,欧莱雅、飞利浦等多家跨国企业宣布在华继续投资计划,要么对生产工厂提质升级,要么聚焦携手本土伙伴推进研发创新,不仅瞄准中国市场需求,也立足中国面向更为广阔的全球市场。把中国作为出口地,也作为投资地、创业地,成为越来越多跨国企业的选择。  
如果说,首届进博会是中国向世界发出的单向邀约,之后的每一届便是中国和世界双向奔赴的共同约定。  
这个共同约定里,不只有发达经济体,也有广大全球南方国家,一展汇世界,一展惠全球。在叙利亚国家馆,第一次来中国的大马玫瑰酒店客房部经理布什拉·哈桑忙着接待来客。“早就听说进博会能带来幸运,这次来大开眼界,希望能借进博会给我们带来更多客流和订单。”  
就在6号,80家企业和机构集体签约了第八届进博会,进博会的“朋友圈”,还在扩大。  
进博魅力何处来?或许,这就是答案。  
(新华社上海11月9日电)



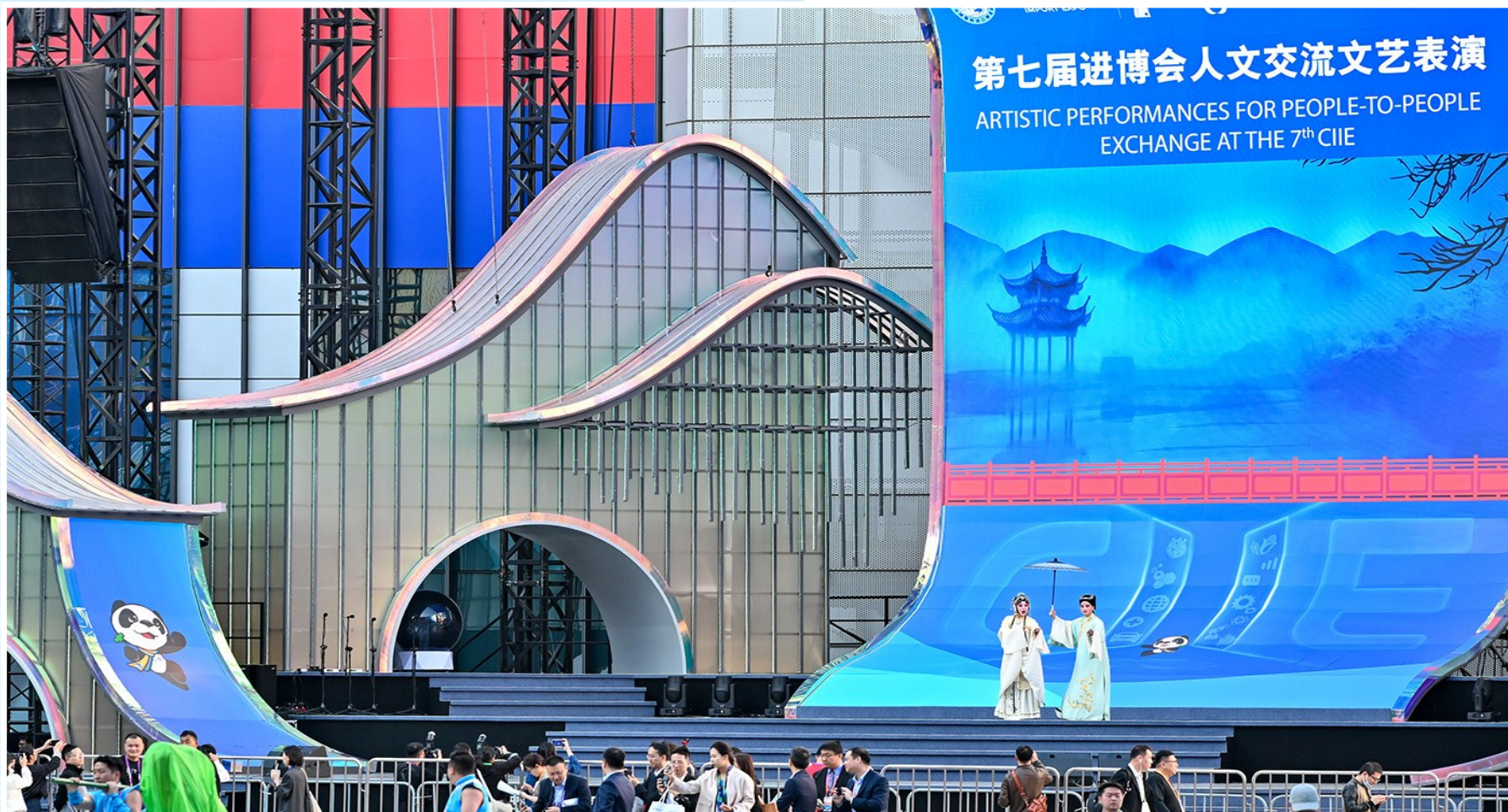
11月5日,参会者在第七届进博会汽车展区体验时的科技E20 eVTOL电动垂直起降飞行器。  
□新华社记者 张 铨摄



11月6日在第七届进博会消费品展区拍摄的捷克欧若拉水晶在本届进博会上全球首发的朱鹮主题水晶系列产品。  
□新华社记者 刘颖摄



11月5日,参会者在第七届进博会国家展上从塞尔维亚馆旁走过。  
当日,第七届中国国际进口博览会在国家会展中心(上海)开幕。本届进博会整体展览展示面积超过42万平方米,297家世界500强和行业龙头企业、来自多近800个采购团体参展与会,数量创历届新高。  
□新华社记者 辛悦卫摄



11月5日,演员在第七届进博会中央广场表演昆曲《拜月记·踏伞》。  
正在上海举行的第七届中国国际进口博览会推出丰富的人文交流活动,通过非遗展示、文艺表演等方式促进中外交流。  
□新华社记者 张 铨摄