

2021（第四届） 中国国际进口博览会 企业商业展展后报告

2021.11.5-10

中国国际进口博览局

国家会展中心（上海）

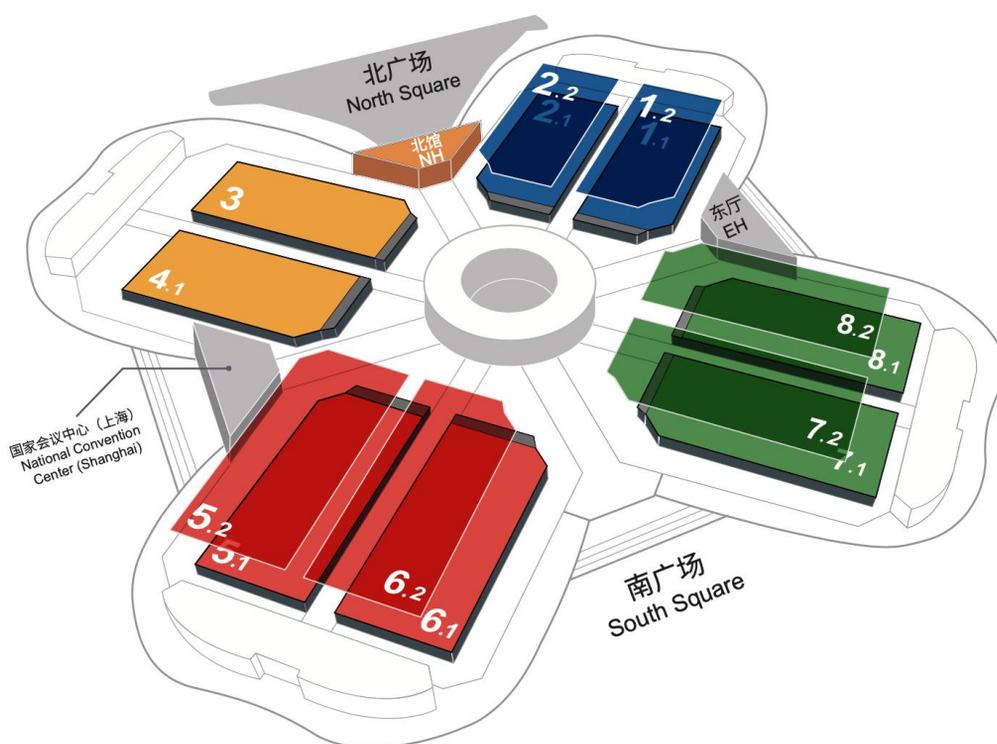
www.ciie.org

总体概况

- 2021年11月4日晚，习近平主席视频出席第四届中国国际进口博览会开幕式并发表主旨演讲。王岐山副主席出席开幕式，并在“中国加入世贸组织二十周年”高层论坛上发表致辞。
- 企业商业展共有来自**127**个国家和地区的**2900**多家企业参展。本届展览面积创下新高，达到**36.6万**平方米。超过**280**家世界500强及行业龙头企业参展。展会吸引**3000**多家中外媒体记者报名采访。现场成交成果丰硕，按一年计意向成交金额达**707.2亿**美元。
- 企业商业展展会时间：2021年11月5日至10日
- 举办地点：国家会展中心（上海）
- 主题：新时代，共享未来
- 主办单位：中华人民共和国商务部、上海市人民政府
- 合作单位：世界贸易组织、联合国开发计划署、联合国贸易和发展会议、联合国粮农组织、联合国工业发展组织、国际贸易中心
- 承办单位：中国国际进口博览局、国家会展中心（上海）有限责任公司

展区分布

- 企业商业展继续保持食品及农产品、汽车、技术装备、消费品、医疗器械及医药保健、服务贸易六大展区设置。在部分展区内部设置行业专区，进一步提升专业化水平。



食品及农产品
展区
Food and Agricultural
Products



汽车
展区
Automobile



技术装备
展区
Intelligent Industry &
Information Technology



消费品
展区
Consumer Goods



医疗器械及医药保健
展区
Medical Equipment &
Healthcare Products



服务贸易
展区
Trade in Services

- 1.1H 农产品专区
中东欧国家食品专区
- 2.1H 智慧出行专区
创新孵化专区
- 2.2H 乳制品专区

- 3H 技术装备展区
- 4H 数字工业专区
集成电路专区
创新孵化专区

- 5.1H 绿色智能家电及家居专区
- 6.1H 美妆及日化用品专区
- 5.2H 体育用品及赛事专区

- 7.1H 康复养老专区
- 8.1H 公共卫生防疫专区
- 7.2H 创新孵化专区
生物医药专区

参展国别

- **参展企业来自127个国家和地区：**
- 50个“一带一路”沿线国家的622家企业参展。
- 33个最不发达国家的90家企业参展。
- 31个非洲国家的87家企业参展。
- 13个中东欧国家的125家企业参展。
- G20相关国家的1503家企业参展。
- 上海合作组织相关国家的184家企业参展。

大洲	亚洲 含港澳台地区	欧洲	非洲	美洲	大洋洲
企业数 占比	45.0%	33.3%	3.0%	13.9%	4.8%
参展面积 占比	38.4%	36.8%	0.7%	20.3%	3.9%

知名企业

- 全球众多知名企业参展，包括274家世界500强企业和行业龙头企业。

(以下为部分参展的世界500强企业，按展区展馆号排序)



首发产品、技术和服

- 全球首发首展新品众多。第四届进博会首发代表性新产品新技术新服务422项，其中全球首发88项。亚洲首发的泰国多品种植物基仿造肉、亚洲首展的移动出行概念车、全球首款协作机器人、全球首款仅重200克的随身除菌净味仪、全球首台经支气管诊疗肺癌的数字化手术平台、全球供应链数智解决方案等悉数登场。



展商联盟

- 2021年进博会参展商联盟企业成员215家，成员企业来自美国，日本，德国，法国等26个国家，均为世界500强或行业龙头企业。



- 根据进博会专业化办展需要，2021年新成立了农产品、能源低碳及环保技术、集成电路、智慧出行及新能源、绿色智能家电家居、医疗器械、药品、可持续时尚及生活方式等8个专业委员会。目前，展盟项下共有15个专业委员会。第四届进博会期间，各专委会开展了25场政策交流会、圆桌对话、分论坛等多种形式的活动。

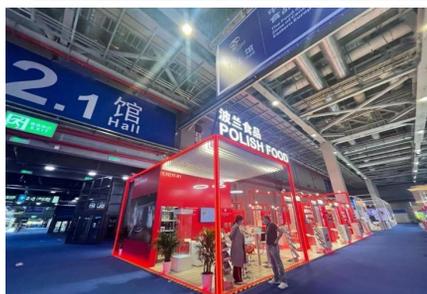


境外组展机构

- 第四届进博会共有41个国家和地区的近50家境外组展机构参展，展览面积4.3万平方米，企业1200多家，以中小企业为主，涉及行业广泛、产品种类多样。此外，进博会为近30个最不发达国家提供了免费标摊进行展示。在展前筹备阶段，进口博览局与驻外经商机构、境外组展机构、合作伙伴共同组织了21场线上推介会，包括中东欧、中东、拉美、非洲等地区专场。



- 为落实中国-中东欧国家领导人峰会经贸成果，今年特设中东欧国家食品专区，由波兰、塞尔维亚、希腊及匈牙利等国家展团带来了近60家当地特色食品企业，总展览面积近1500平方米，在食品及农产品展区形成一道新的亮丽风景线。



观众及成交概况

- 第四届进博会采购商共组建39个交易团、近600个分团，注册单位10.8万家，注册人数35万人。
- 报名注册的采购商中，年营业额10亿美元以上的达到2100多家，年进口额1亿美元以上的有1300余家。
- 从行业结构看，注册报名的采购商中，制造业、批发业零售业企业排名前两位，占比分别为27.6%、26.6%。



- 第四届进博会现场交易成果丰硕，按一年及以内计，意向成交金额为707.2亿美元。

配套活动

- 第四届进博会期间共举办政策解读、对接签约、投资促进、研究发布等6大类95场配套现场活动。
- 联合国工发组织、联合国全球契约组织、国际贸易中心、世界知识产权组织等有重要影响力的国际组织举办相应活动，促进国际交流合作。商务部、工业和信息化部、文化和旅游部、海关总署、市场监管总局、国家医保局、国家药监局、贸促会等组委会成员单位等单位，举办政策解读等类型活动，为参展商等外资企业进入中国市场、拓展中国市场提供指导。以会促展功能进一步凸显，助力进博会发挥国际采购、投资促进、人文交流、开放合作四大平台作用。



媒体关注

- 纸媒、电视等传统媒体，微博、微信、客户端、抖音等新媒体以及网络媒体，多渠道、多角度对第四届进博会进行宣传。《人民日报》、新华社、中央广播电视总台等中央级媒体积极刊发原创文章，众多其他国内媒体从多层面面对本届进博会进行报道。
- 据第三方舆情监测机构不完全统计，全年境内外有关进博会新闻报道等信息总量超过254万条，进博会期间，人民网、《人民日报》报道超2000篇，新华网、《新华每日电讯》报道超1500篇，中央广播电视总台依托多个频道对进博会追踪报道近900条。



媒体关注

- 第四届进博会共有3000多名中外媒体记者报名采访，全方位呈现了进博会盛况。
- 第四届进博会引起海外媒体广泛关注，美联社、美通社、路透社、俄塔社、意大利安莎社、俄罗斯卫星通讯社、《朝鲜日报》、韩联社、日本活力门、法新社日语版、卡塔尔通讯社、《泰国邮报》、奥地利通讯社、《马尼拉时报》、《菲律宾星报》、韩国《中央日报》、《洛杉矶时报》等多国主流媒体，积极关注第四届进博会的相关信息，助力扩大进博会在海外的影响力。



展商回声



嘉吉亚太区主席兼企业战略负责人 施孟泽 (Marcel Smits)：2021年正值嘉吉在中国运营50周年，我们怀着自豪和激动的心情，第四次参加进博会。进博会是连接中国与世界其他地区的桥梁，这正是嘉吉中国过去50年一直在做的事情。CIIE也为我们带来许多新机遇。受此鼓舞，我们将继续与中国的合作伙伴和客户共同成长，以更大的信心和决心拥抱未来50年。CIIE彰显了中国脉动的创新文化，嘉吉的创新重点不仅要顺应中国今天的需要，还要为未来可持续发展发挥更多作用。

宝马集团大中华区总裁兼首席执行官 高乐 (Jochen Goller)：进博会是全球首个以进口为主题的国家级展会，展示了中国对外开放的决心和信心，展现了中国市场的强大吸引力，它为加强国际经济合作提供了重要平台。作为中国扩大对外开放的受益者，宝马将积极响应中国政府的号召，为促进开放合作、实现互利共赢做出贡献，并继续回馈中国社会。我们在为中国消费者带来更丰富的产品、更优化的客户体验的同时，也将继续加大对中国市场的投资，坚定支持中国的低碳经济发展。



贺利氏大中华区总裁艾周平博士：贺利氏作为一家德国家族企业、世界五百强、多元化的工业材料科技集团，重视中国市场，珍惜进博会平台。从2018年首届进博会起，我们连续参展，取得了丰硕的成果，有力地推动了公司的业务发展。展望2022年，贺利氏将实现连续参展“五连冠”。在这个平台上，贺利氏秉承长期深耕中国市场的信心，将全力以赴、积极参与，带来更多新技术、新产品，尤其是一些中国急需的“黑科技”，服务好中国半导体、贵金属、新能源、环境、工业应用等领域的广大客户，携手并进，共同助推中国产业升级和高质量发展。作为进博会的一份子，我们衷心希望进博会越办越好、再创新高！

历峰中国首席执行官 顾佳琳：第四届中国国际进口博览会的举办，恰逢中国加入世界贸易组织 (WTO) 20周年。历峰集团旗下品牌受益于中国的市场开放，过去20年，可以说我们见证了整个国际精品行业在中国的稳步发展，对中国精品市场的前景我们充满信心。进博会是中国向世界展示全面扩大开放、加强国际合作的一面旗帜。历峰非常荣幸借助进博会的平台，和中国市场分享我们的品牌经典故事、匠心工艺和创新成果。历峰与进博局签订了进博史上首份展商战略合作备忘录，我们中国团队会在集团的带领和支持下，一如既往践行对中国市场支持的承诺。



展商回声



辉瑞生物制药集团中国区总裁 彭振科：第四届中国国际进口博览会的成功举办再一次展现出中国在疫情常态化下的大国担当，我们真切地感受到了中国坚定不移全面扩大开放的决心，以及同世界分享机遇、推动世界经济复苏的真诚愿望，这也为辉瑞植根中国、积极融入中国经济发展注入了一剂强心针！本届进博会，辉瑞以“新辉瑞、新征程”为参展主题，我们同众多重要客户和合作伙伴充分交流，探求科学创新惠及中国患者的解决方案，协力推动中国医疗健康体系的进一步完善。进博会是一个开放的国际化平台，我们积极推动医疗创新，融动多方资源，加速药物可及。明年，辉瑞将继续参与这一盛会，与社会各界广泛交流，践行辉瑞对于中国的不变承诺。

冯氏集团中国区总裁 冯裕津：今年是冯氏集团连续第四年参展进博会。一路走来，我们见证了进博会越办越好，也见证了中国市场营销环境越来越开放。在过去四年，冯氏集团依托进博会这一汇聚全球经贸发展机遇的开放平台，不断深化在华业务布局，并取得了显著的进展。作为供应链行业的百年老字号，今年恰逢集团成立115周年，我们将继续发挥自身在贸易服务、供应链管理、零售品牌营销等领域积累的经验优势，促进地区贸易间往来；积极把握“双循环”发展新机遇，以领先的数字化技术不断推动供应链变革，助力行业的高质量发展，以优质的产品和服务更好地满足中国内需市场的消费升级需求。



德国工商大会上海代表处首席代表、中国德国商会上海执行董事兼董事会成员 马铭博：中国国际进口博览会已逐渐成为了德国企业与同行和合作伙伴建立联系，交流与合作，推广产品和技术，进一步拓展中国市场的重要平台。德国海外商会联盟衷心感谢整个进博会团队四年来的友好合作与支持。我们期待未来进一步加强合作，并在2022年连续第五年支持德国联合馆！

韩国贸易协会上海代表处首席代表 沈準硕：非常感谢第四届进博会的承办单位中国国际进口博览局和国家会展中心（上海）有限责任公司。本届通过韩国贸易协会有逾百家韩国企业参展，收获颇丰。我们将继续积极参加进博会，也祝愿下届中国国际进口博览会可以办出水平，办出成效，越办越好！为更多中国企业与海外企业带来新的发展机遇！



第五届邀请

- 举办中国国际进口博览会，是中国推进新一轮高水平对外开放的重大决策，是中国主动向世界开放市场的重大举措。疫情防控常态化条件下进博会成功举办，充分体现了中国同世界分享市场机遇、推动世界经济复苏的真诚愿望。
- 企业商业展是进博会的重要组成部分，自首届以来，全力推动国际化策展、综合性组展、专业化办展、分行业布展，并取得丰硕成果。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。
- 中国政府诚挚邀请全球参展企业、专业采购商、专业观众等各界人士参加**2022年11月5-10日**举办的第五届中国国际进口博览会，共享发展机遇。