

开放的大门只会越开越大

身处世界百年未有之大变局，中国不仅在理念上举起维护世界多边机制和自由贸易体系的大旗，更以实际行动推动经济全球化大趋势

越开放，越发展；越发展，越需要进一步开放。中国的对外开放，既有量的增长，更有质的提升

刚刚过去的这个春节，很多家庭有了新的节日“打开方式”。一边是，泰国大米、阿根廷牛排、法国葡萄酒等全球美味越来越多地“飞入寻常百姓家”，登上普通家庭的年夜饭餐桌，人们坐在家里就能品尝世界风味；另一边则是，出国过年成为新时尚，在国外看舞龙舞狮、逛春节庙会、观春节灯光秀，浓浓的年味被传递到世界各地。既有“引进来”，又有“走出去”，这既丰富着传统节日的内容，也从一个侧面折射着，一个更加开放的中国正大踏步走向世界。

对于每一个民族、每一个国家而言，开放始终都是发展的重要条件。然而，过去一段时间，经济全球化进程遭遇了少有的“逆风”，单边主义、保护主义等“逆全球化”思潮涌动。世界将走向何方，是更加开放多元，还是更加封闭单一？人类再次站在了十字路口。

身处世界百年未有之大变局，中国在不断为推动经济全球化作出努力。中国不仅在理念上举起维护世界多边机制和自由贸易体系的大旗，更以推动共建“一带一路”、举办首届中国国际进口博览会、启动建设海南自由贸易试验区等扩大开放的实际行动，推动经济全球化大趋势。数据是最客观的说明，在去年全球跨国直接投资同比下降19%、降至多年新低的情况下，中国吸引的外资总量逆势增长3%；在世界贸易扩张势头进一步放缓的背景下，中国的进出口总额、出口额和进口额均创历史新纪录，货物贸易增速快于美国、德国、日本等贸易大国和主要经济体平均增速。正如国际货币

基金组织总裁拉加德所言，中国扩大开放“为当今世界增加了确定性和希望”。

越开放，越发展；越发展，越需要进一步开放。前不久，有外媒文章观察到，春节期间，出境游的中国游客对“爆买”少了几分热情。文章站在当地百货商场的角度作出判断，“中国游客把钱包攥得更紧了”。这样的判断，可能只是个误解。一方面，中国关税总水平去年从9.8%降至7.5%，通过电商实现全球购，对于大多数中国人而言，早已不是什么稀罕事。在家门口就能买到国外的好产品，何必舟车劳顿、不远万里从国外把物品“背”回来？另一方面，也正是因为开放，让中国企业看到了差距，找到了消费需求，进而促使中国企业苦练内功，提供更加优质的产品，让中国老百姓有了更多的选择。既能满足人民群众对美好生活的需要，又能促使企业提升自身实力，中国没有理由不继续扩大对外开放。

如果说“买全球、卖全球”的规模曾是衡量一个国家对外开放水平的主要指标，时至今日，对外开放不仅要看总量，更要看质量。“推动由商品和要素流动型开放向规则等制度型开放转变”，中央经济工作会议提出的这一要求，既是中国对外开放提质增效的未来方向，也是让蓝图一步步变为现实的具体努力。从各个自贸区纷纷对接高标准国际经贸规则，形成一大批可复制可推广的制度创新成果；到国家发改委、商务部发布《外商投资准入特别管理措施（负面清单）（2018年版）》，清单外所有市场主体“非禁即入”；再到各地对标国际一流，狠抓营商环境，一系列规则制度层面的创新突破，让中国构建起了强大的开放“磁场”。特斯拉在上海建设集研发、制造、销售于一体的电动汽车超级工厂，宝马在沈阳投资新建第三工厂，首家外资控股证券公司、首家外资保险控股公司相继诞生。可以说，中国的对外开放，既有量的增长，更有质的提升。

中国改革的脚步不会停滞，开放的大门只会越开越大，世界将继续看到改革开放的中国加速度，将继续看到将改革开放进行到底的中国决心。而这，也必将推动中国经济巨轮驶向更开阔的水域。