

中国承诺·中国机遇·中国信心

第四届中国国际进口博览会迎来倒计时 100 天



新华社上海 7 月 27 日电(记者周蕊、魏玉坤)中国国际进口博览会,是迄今为止世界上第一个以进口为主题的国家级展会。今年 11 月 5 日,跟往年同样的日子,第四届进博会将在俗称“四叶草”的国家会展中心(上海)如期举办。

履约举办进博会,全球企业共享东方机遇。第四届进博会将再次成为履行中国承诺、挖掘中国机遇、注入中国信心的“大舞台”。

承诺: 100 天后,相约上海

尽管有疫情等因素影响,第四届进博会筹备正酣。

中国国际进口博览局副局长孙成海介绍,第四届进博会签约展览面积已达 36 万平方米的预期目标,工作重心已转向组展招商。其中,国家展将首次采用虚拟现实、三维建模等技术手段,并设置互动功能,目前已有 50 多个国家确认参加国家展。

以“百年变局下的世界经济:后疫情时代全球经济合作”为主题的本届虹桥国际经济论坛的筹备同样正在提速。全球化智库理事长、国务院参事王辉耀在第四届虹桥国际经济论坛解读会上说,疫情对全球经济造成巨大影响,我们仍然处在疫情之中,需要加快研究和采取应对措施,虹桥国际经济论坛提供了一个很好的交流平台。

上海市人民政府副秘书长、进博会城市服务保障领导小组办公室主任顾洪辉说,第四届进博会城市服务保障将重点围绕“五个更”,实现疫情防控更精准、服务保障更精细、城市运行更平稳、溢出效应更显著、进博品牌更响亮。

早对接,早洽谈,早出意向成果。举办展区宣介会、招商路演,进博会投资促进活动、供需对接会,提前“动起来”的招展招商活动正在提升进博效能。

7 月 26 日,在第四届进博会食品及农产品展区、医疗器械及医药保健展区展前供需对接会上,远在新西兰的乳业企业纽仕兰研发总经理罗伊·范登克通过视频跨洋连线了洽谈现场,成为全场焦点。去年 11 月,范登克不惜来回隔离 28 天来参加第三届进博会,还首次尝试了直播带货这种全新的销售模式。他说,跨洋直播为企业带来更多机遇,今年第一季度企业线上销售额同比增长 145%。“我们计划将 100 万罐青草草饲 4.0 牛奶通过直播形式售卖,让‘进博同款’产品快速进入中国居民的家中。”

上海商业“航母”百联集团在第三届进博会期间与展商签订了总价值高达 1.32 亿美元的采购合同,相比往年的采购金额增长近七成。百联集团相关负责人介绍,企业已经提前与意向企业进行对接洽谈。

前来参加洽谈会的国中康健集团有限公司供应链负责人周复亮说,企业有意采购一批全球领先的医疗设备,进博会搭建了中国企业与外国供应商互联互通、共享



这是国家会展中心(上海)(2020 年 11 月 3 日摄)。新华社发(吴恺摄)

机遇的平台,能帮助企业降低采购成本,获得更多市场机遇。

机遇:新朋老友“用脚投票”

中国“进博之约”热情拳拳,全球企业积极回应。新朋老友纷纷前来,展商联盟不断扩容,进博会的“朋友圈”越来越大。

“第四届进博会签约参展的世界 500 强和行业龙头企业数量超过上届,回头率超 80%,有 30 多家为首次参展。”孙成海说。

7 月 27 日,进博会的“老友”米其林、恒天然、欧莱雅、资生堂、纽仕兰等知名企业再次许下“进博之约”,签约参展第五届进博会。

“这次签约意味着恒天然将连续 5 年参加进博会,这是公司践行对中国长期承诺和对中国市场信心的见证。”恒天然大中华区首席财务官阿克沙伊·阿加瓦尔说。

全球领先的口腔设备企业卡瓦集团将首次亮相第四届进博会。企业中国区高级市场经理花樱说,企业将在进博会上实现多款基于数字化创新科技的“亚洲首发”,比如,被称为“种植牙手术机器人”的 X Guide 口腔种植手术导航系统,能在手术阶段实时导航种植体的计划位置与种植深度。

法国百年品牌耶尔铂也将首次亮相进博会。耶尔铂大中华区负责人赵麟表示,希望能搭乘进博快车,加快拓展中国渠道。

以进博会为舞台,一系列新产品、新科技、新服务将全球首秀、亚洲首发、中国首展。

德龙集团将“全球首发”搭载物联网技术的智能咖啡机,冠城钟表珠宝集团将带来多款手表的“全球首发”,博西家用电器将带来专为宠物家庭设计的电动软刷强力吸毛器和多功能厨师机等多款全球首发新品……

资生堂中国首席战略官长谷直子介绍,在第四届进博会上,资生堂将在中国大陆线

下首秀高端护肤品牌“醉象”,还将全球首秀专为亚洲“Z 世代”男性设计的“新奢”男士护肤品牌。

携手合作,挖掘市场新潜力,进博会将为世界经济复苏和增长注入动力。

7 月 26 日,中国国际进口博览会参展商联盟医疗器械专业委员会正式成立,这也是继能源低碳及环保技术、汽车创新发展、公共卫生防疫等之后的又一专委会。

进口博览会参展商联盟医疗器械专委会副会长单位雅培核心诊断业务副总裁陈健忠说,进博会强大的溢出效应使雅培享受到更多的发展机遇,雅培将借助专委会这一平台,携手行业伙伴,助力医疗器械产业的智慧升级与可持续发展,将更多尖端科技和创新成果引入中国。

信心:进博撬动大投资

以上海为“跳板”进入中国更多城市,进博展品的加速落地,让全球企业在中国深耕的脚步更为坚定。

百年南京路上,“进博商品集市”里人头攒动,游客们忙着在这一进博主题消费新业态里感受来自“四叶草”的热情。

绿地集团总裁助理、绿地贸易港集团总经理薛迎杰说,“展品变商品、展商变投资商、采购商变贸易商”的良性生态圈正日渐形成。集纳了进博会展商的绿地贸易港,在上海获得成功后,进军哈尔滨、宁波、重庆等地,进博商品从“四叶草”出发驶向全国。

上海市商务委副主任周岚介绍,遍布上海的 56 个进口博览会“6 天+365 天”常年展示交易服务平台,累计引入进博会展品近 18 万种,涉及展商共 1390 家,累计进口商品达到 1464.7 亿元。扩大产能、追加投资、“升级”总部,进博会正在成为越来越多全球企业 365 天加码投资的“催化剂”。“进博同款”产品落地跑出加速度,让进博企业更有奔头。

第三届进博会“全球首发”的 6 恒气候

站,第二届进博会同款的快眠系统,电动分离床……7 月 19 日,位于江苏宜兴的雅达·松下社区正式亮相,1100 多套面向中国居民健康和养老需求的未来住宅里,有不少“进博同款”产品的身影。

“三届进博会的效应,让我们对中国市场充满信心。疫情期间,我们在中国设立了新公司,在广东、江苏、浙江扩建了 4 家新工厂,在 11 月的第四届进博会还将带来助力消费生活升级和助力环保的产品、技术和解决方案。”松下电器中国东北亚公司总裁本间哲朗说。

透视进博“窗口”看开放,外资企业加速在华深耕投资。

“进博会为企业带来‘大商机’,折射出中国开放大门越来越大的承诺。”瓦里安全球资深副总裁兼大中华区总裁张晓说,乘着进博会的东风,瓦里安在疫情下不仅推进了高能测试间扩产项目,实现产能翻倍,还积极投建“瓦里安中国创新中心”。张晓说,瓦里安中国北京研发和生产基地超越硅谷总部,成为拥有最全产品线的研发和生产基地,实现了中国智造服务全球。

欧莱雅集团首席执行官叶鸿慕说,欧莱雅已经连续 3 届参展进博会,这一平台带来的机遇非常振奋人心,不仅能展示企业的创新成果,还是企业感受中国“双循环”新发展格局脉动的窗口。在进博效应的促动下,企业近期将位于上海的中国区总部“升级”为北亚区总部,未来中国将成为北亚区的核心。“在第四届进博会上我们将带来不少亚洲首秀、中国首发。”

不断优化的营商环境正为全球企业搭乘“中国快车”保驾护航。今年,上海将进一步优化前三届进博会量身定制的支持政策,支持浦东新区在进博会期间试行更大力度的人员出入境等配套政策,并推动常态化、制度化。

上海海关副关长叶建介绍,海关将创新展品查验模式,避免企业在海关查验和布展环节两次开箱作业,切实提高参展商品通关效率,便利服务全球企业。

新华社北京 7 月 27 日电(记者王优玲)随着城镇化进程加速,我国出现规模庞大的租房群体。如何补齐住房保障体系的明显短板?如何打破新市民、青年人买不起房又租不好房的困局?住房和城乡建设部 27 日邀请相关专家学者就加快发展保障性租赁住房 and 进一步做好房地产市场调控工作回答了社会关心的热点问题。

国务院近日召开加快发展保障性租赁住房 and 进一步做好房地产市场调控工作电视电话会议,对此,浙江工业大学副校长虞晓芬认为,此举就是要打破新市民、青年人等住房困难群体买不起房又租不好房的困局。

“通过政府给政策,充分发挥市场机制的作用,引导多主体投资,多渠道供给,大幅增加与新市民、青年人需求相适应的小户型低租金的房源,有效缓解量大面广的新市民、青年人阶段性住房困难,让新市民、青年人在城市里留得下,住得体的。”虞晓芬说。

虞晓芬表示,全国已累计建设各类保障性住房和棚改安置住房 8000 多万套,惠及 2 亿多住房困难群体,有效改善了城镇户籍困难群众住房条件。但长期以来我国房地产市场供给侧重售轻租,对规模庞大的租赁市场长期无专门的政策支持,导致租购市场结构严重失衡,造成新市民、青年人买不起房也租不好房的问题相当突出。

第七次人口普查结果显示,2020 年全国流动人口为 3.76 亿人,10 年间增长了将近 70%。数据显示,北京、上海、广州、深圳、杭州等城市的租房人口占常住人口比例已达到 40% 以上,如何租到房、租好房成为了许多人最关心的问题之一。

国务院办公厅日前印发《关于加快发展保障性租赁住房的意见》。上海市房地产科学研究院院长严荣说,意见是健全我国住房保障体系的指导文件,回应了当前我国住房发展面临的一些突出问题,补齐了住房保障体系的明显短板,也提出了几条过去想明确而没有明确的政策。

“一是降低成本,主要以不花钱或者少花钱为导向降低租赁住房的用地成本,使租赁住房转起来;二是建立闭环审批机制,使审批走得通,解决行业中一直存在的痛点;三是创新性地提出了项目认定书,由城市政府的保障性租赁住房工作领导小组或授权牵头部门出具保障性租赁住房项目的认定书,使税收优惠政策和民水民电民气价格都能够落实;四是财政、金融等一系列扶持政策,给市场主体提供相对稳定的发展预期。”严荣说。

专家表示,全面落实这些含金量比较高的政策措施,以人口净流入城市为重点发展保障性租赁住房,城市政府应形成“我要做”的责任担当,多方位探索地方法方法和经验;策略上要因地制宜,对本市住房发展状况开展评估,了解和掌握真实需求,坚持目标导向和问题导向;要形成可持续发展机制,加强土地、财政、税收、金融等部门以及水电气等专业机构的政策协调。

对于进一步做好房地产市场调控工作,清华大学房地产研究所所长刘洪玉指出,今年以来,受多种因素影响,部分城市房地产市场升温,个别城市出现过热苗头,需要因城施策、精准施策,进一步加大房地产市场调控和监管力度。

我国加强房地产金融管理,完善“三线四档”融资管理规则,“对金融机构提出的房地产适度度管理的政策,从金融方面参与房地产调控的效果是非常明显的。”刘洪玉说,实践证明,我国关于房地产市场长效机制的决策部署,符合中国国情,符合房地产市场发展规律,是精准有效的。

读懂海南跨境服贸负面清单的开放意义

■记者观察

中国扩大开放迈出新步伐——海南跨境服务贸易负面清单 26 日对外公布,成为我国跨境服贸领域的首张负面清单。“首张”是模式创新,也是开放力度和开放水平的刷新。

“首张”首在模式突破和创新。此前,在跨境服贸领域,我国加入世贸组织以及签署的所有自贸协定,都是采用正面清单模式作出承诺。海南这份清单是国家层面推出的跨境服贸领域负面清单“第一单”,从“正”到“负”一字之差,从明确进入到非禁即入,是服务贸易管理模式的重突破。

“首张”也首在开放力度更大。比如在空运支持服务方面,我国在“入世”和区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)中均未作承诺,清单则取消了境外服务提供者不得从事航空气象服务的限制;再比如,清单取消了建筑、规划、资产评估等职业资格考试限制,以前境外自然人在国内干的行业,如今在海南自贸港可以了。从无到有,从有到优,开放力度可见一斑。

“首张”首在开放水平之高。在我国加入世贸组织承诺开放的 100 个服务部门里,负面清单有 70 多个部门开放度超过当时承诺;与 RCEP 相比,清单在 110 多个服务部门的开放水平更高。且清单引入当地存在、金融服务跨境贸易等国际经贸协定中的新规则,成为制度型开放的典范。

“首张”出台,带来的将是多赢结果。放宽开放领域门槛,境外企业将能在海南寻到更多商机;引入境外高端服务,百姓能享受更多元优质服务,竞争也将对国内企业行业产生积极促进作用,提升我国服务业发展水平;加大压力测试,有利于我们强筋健骨、练好内功,提升综合竞争力和参与国际经贸规则制定的影响力。

“首个”“首单”“首笔”“首张”……承担先行先试任务、为全国探路的海南自贸港见证中国在制度型开放道路上不断迈进。透过海南这扇窗口观察,可以相信中国开放的步伐将更快更大,世界将因此收获更多惊喜。

(记者于佳欣)新华社北京 7 月 27 日电

补齐短板 形成合力

专家学者谈我国保障性租赁住房发展

北京多策建设国际消费中心城市

新华社北京 7 月 27 日电(记者吉宁)半年落地首店超 400 家,22 个商圈改造有序推进,上半年市场总消费额同比增长 22.1% …… 2021 年上半年,北京在消费领域交出亮眼成绩单。

商务部 7 月 19 日宣布:经国务院批准,北京等 5 个城市列入首批国际消费中心城市培育建设名单,这给北京发展带来新机遇。

聚焦首店经济 加大扶持力度

中英联合打造的曼联梦剧场、德国品牌徕卡等在北京各大商圈相继推出全球旗舰店或全新概念店,潮流时尚的生活方式吸引众人目光。西单更新场、龙湖丽泽天街等新的商业综合体运营,一系列国内外原创品牌、年轻潮牌接连亮相。

现在,北京已经成为各大品牌争相进入的重要地区。相关数据显示,今年上半年,共有 434 家首店、旗舰店落地北京,已超出去年全年首店入驻数量。

首店经济的持续升级,离不开北京对品牌首店落户的大力支持。北京市近年连续出台多项首店支持政策。近日,北京市商务局出台《关于 2021 年度鼓励发展商业品牌首店项目申报指南的补充通知》升级支持力度,对于在京新设的首店、旗舰店提供更多更全面更高额度的资金支持。

FAO 玩具店亚洲旗舰店近期拿到一笔首店补助,该店负责人李明洁表示,受疫情波及,门店销售额受到不小影响,这笔补助就是“及时雨”,感到非常振奋。

打造消费地标 提升品牌吸引力

3 月,地处公主坟的老牌商场翠微百货闭店改造,作为北京市商务局首批“一店一策”升级改造试点单位和公主坟商圈改造提升重点单位,调改升级后,翠微百货翠微店将实现业态组合、品牌集合、环境体验、空间动线、硬件设施、运营管理等转型升级。

北京市商务局副局长蔡小军表示,为培育建设国际消费中心城市,北京实施消费新地标打造行动,加快推进商务领域城市更新,持续推动传统商圈、“一店一策”传统商场改造升级,着力打造优势互补、特色凸显的消费地标,进一步提升“北京消费”的全球吸引力。

记者了解到,按照“一区(圈)一策,分批推进”工作原则,北京重点推动 22 个商圈的改造提升。目前,王府井、方庄、通州万达等 9 个商圈已基本完成改造任务,公主坟、祥云小镇等 5 个商圈已完成 90% 以上,其余商圈正加大力度推进。

商圈在更新,商场更在蝶变。北京于 2019 年确定王府井百货、西单商场等首批 10 家“一店一策”试点企业,2020 年新增西城区菜市口百货等 5 家试点企业,2021 年探索将购物中心、专业专卖店纳入试点范围。目前 15 家试点企业中,长安商场、甘家口大厦、王府井百货大楼等 8 家试点企业基本完成升级改造。

打造自主品牌 培育消费新动能

引进来的同时,注重本土孵化。蔡小军介绍,北京在新消费品牌孵化聚焦“国际”,力争打造一批具有国际影响力的本土自主品牌;同时紧扣“消费”,顺应消费者对国货的新期待,着力培育新消费新动能。

3 月底,东城区南阳共享际、王府井 19 号府、红桥市场和朝阳区郎园 station 等 4 个新消费品牌孵化试点基地挂牌运营。朝阳区郎园 station 聚焦国际时尚和文化创意类品牌,连续开展艺术节、创意市集等活动。其中,持续一个月的森林城市艺术节,举办 40 余项文化艺术活动,累计接待游客近 15 万人次。

新品牌层出不穷,老字号也不甘示弱,北京老字号是国际消费中心城市建设品牌矩阵中的重要内容。记者了解到,目前七成以上的北京老字号企业实现触网销售,约五成的北京老字号企业开展线上直播。