

市场·开放·合作

三大关键词透视第五届进博会

新华社上海11月9日电(记者周蕊、侯雪静、邹多为、严赋憬)又是一个金秋,位于上海西郊的国家会展中心(上海),世界上第一个以进口为主题的国家级展会——中国国际进口博览会,现场热潮涌动。

五年来,年年见、年年办、越办越好的进博会,成为世界了解中国、分享机遇的“风向标”。通过进博会,全球展商看到,中国大市场机遇无限,制度型开放机遇不断升级,国际合作机遇进一步彰显。

中国大市场生机勃勃

走秀、表演、活动、研讨,进博会上不少展馆人声鼎沸,“吆喝”声不断。

新面孔、新产品、新潮流,进博会为全球企业提供了共享中国大市场的机遇。

力拓、蒂森克虏伯、仲量联行……第五届进博会吸引了不少新的参展商。力拓集团首席商务官、中国区主席白睿明说,过去几年,力拓以各种形式积极对接进博会,在这一过程中加深了对进博会的了解,感受到中国大市场的潜力,因此选择在五周年之际正式成为参展商。

日本食品巨头明治也是本届进博会上的新面孔。“我们将中国定位为全球最重要的市场。”明治(中国)投资有限公司总经理松井说,中国人口规模巨大、经济稳健增长,消费升级潜能无限,“这样的市场在全球绝无仅有,正在为我们带来新机遇。”

发新品!这是不少企业的“必选动作”。“我们每年都带新品来。”法国食品集团SAVENCIA展台负责人范昊德说,今年,企业带来了旗下“新锐纯牧”品牌的中国首发,“这两天客商络绎不绝,新锐纯牧有望在明年春节前后进入餐饮渠道。”

绿色低碳、尖端科技、数字赋能……在进博会的舞台上,全球企业还带来了面向未来的“剧透”,希望成为引领消费市场风向的“弄潮儿”。

6日一大早,在进博会的新品发布区,松下首发了冷热电三联供氢能示范项目。松下控股全球副总裁本间哲朗说,近年来,绿色发展理念成为全社会的共识和行动准则,希望能通过进博会,助力“双碳”目标早日实现。

在德州仪器展台的“黄金位置”,放着一辆中国自主品牌智己的汽车。使用了德州仪器芯片的这辆汽车,前后车灯会通过显示不同图案“表达”车主心情,以此展示企业在汽车电子板块的雄厚实力。德州仪器公司副总裁、中国区总裁姜寒说,德州仪器成都制造基地内的扩建工程即将结束,有望在明年初



▲11月9日,在第五届进博会食品及农产品展区,一处展台的工作人员在冰滴咖啡壶旁与参观者交流。

在第五届中国国际进口博览会的食品及农产品展区,汇聚了世界各地的特色物产和美食,令人目不暇接。

新华社记者 戴天放摄

投产,“我们希望深耕中国市场。”

展商主动出击,采购商也颇为大手笔。上海虹桥国际进口商品展销有限公司副总经理朱菁带着20家采购商“抱团前来”。“这一次,我们的主要目标是咖啡,希望能通过与巴西等国家的深入合作,推动虹桥国际咖啡港建设。”她说。

制度型开放拾级而上

图片、视频、模型……在第五届进博会上,首次设立了“中国这十年——对外开放成就展”综合展示区,吸引了公众的目光。

在这里,新时代非凡十年高水平开放的一幕幕场景被“还原”出来。从2013年推出自贸试验区第一张外商投资准入负面清单,到2021年在海南推出第一张跨境服务贸易负面清单,再到多次修订《鼓励外商投资产业目录》,在放宽市场准入上“做减法”,在优惠政策上“做加法”,包括规则、规制、管理、标准在内的制度型开放水平不断提高。

自贸区是中国制度型开放的重要载体,与进博会处于上海城市东西两翼的上海自贸区,是观察制度型开放的“温度计”。

诺和诺德是首家落户上海自贸区临港新片区的跨国制药巨头。6日在进博会上,

诺和诺德宣布投资4亿元在上海自贸区临港新片区成立投资公司,升级全产业链布局。诺和诺德全球高级副总裁兼大中国区总裁周霞萍说,诺和诺德是中国持续对外开放和整体营商环境不断优化的见证者和受益者,参展进博会五年间,诺和诺德已经五次投资中国,投资总额将超过25亿元。

相隔数千公里,海南自贸港与进博会正在共同绘制开放的新篇章。

武田制药全球高级副总裁、武田中国总裁单国洪说,自2018年首届进博会以来,武田制药已有9款创新产品在华获批、8款创新药品纳入海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区特许目录。从进博会连续举办中窥见机遇,今年6月,武田制药将武田研发亚太总部落户上海浦东。

国际合作潜能无限

新时代,共享未来。在经济全球化遭遇“逆流”的今天,进博会全球瞩目,不仅因其展示了中国市场的魅力与开放的决心,更因为在这里,世界再次收获了相向而行、国际合作的信心。

本届进博会上客商云集,吸引145个国家、地区和国际组织参展。其中,284家

世界500强和行业龙头参加企业商业展,数量超过上届,回头率近90%。

美中贸易全国委员会会长克雷格·艾伦表示,美国企业对于近年来参加进博会的成果非常满意,期待与进博会一起成长。“约200家美国公司参加第五届进博会,大家都想扩大参展面积。”

无论是消费升级的大潮中,还是经济高质量发展的过程中,都涌动着国际合作推动协同创新的动能。

与中国大唐签署战略合作框架协议、与中国石油天然气集团签订采购意向书……这几天,西门子能源的展台有点忙,几乎每天都有签约。西门子能源全球高级副总裁姚振国说,技术创新和国际合作是能源转型的关键要素,希望继续推动包括中国在内的绿色转型和高质量发展。

本届进博会上,来自丹麦的丹佛斯联手马士基、曼恩能源等多家公司集体现身“中丹绿色合作馆”。丹佛斯中国区总裁徐阳说,丹佛斯这几天已经同辽宁省朝阳市、中建五局等中国地方政府和多家大型国企签订战略合作协议,“我们在中国看到巨大的绿色机遇,愿与中国合作伙伴携手共赴零碳未来。”

跨国公司何以对中国情有独钟

本届进博会,新西兰乳业企业纽仕兰迎来了比往届更多的意向采购商。仅两天就与数十家企业签约。

“主动打开国门的中国,为世界注入强劲动力,这给我们这样的外企吃了‘定心丸’。”纽仕兰亚太区首席执行官盛文灏说,公司对中国新一轮高水平开放充满信心。

外资巨头积极布局中国的背后,是中国对外开放水平的不断提高。

普华永道亚太及中国主席赵柏基说,五年来,中国不断激发进口潜力,持续放宽市场准入、努力营造国际一流的营商环境、打造对外开放新高地、推动多边和双边合作深入发展,持续用实际行动兑现着扩大开放的承诺。

本届进博会举办期间发布的“世界开放指数”和《世界开放报告2022》,聚焦全球开放发展的新趋势。指数显示,2008至2020年,中国开放排名上升了23位。

总部位于美国的全球营养品公司康宝莱全球高级副总裁、中国区总裁郭木说,进博会作为中国持续推进高水平对外开放的窗口,一直坚持如期举办,凸显中国与世界共享发展红利的真诚意愿。

营商环境不断完善

6日,本届进博会技术装备展区,3M与西域智慧供应链(上海)股份公司完成订单签约。3M全球资深副总裁兼中国总裁丁泓宇说:“不断优化的营商环境吸引越来越多的跨国企业在中国扎根。”

无论全球形势怎样变化,进博会不仅年年举办,并且越办越好,这正是中国经济社会稳定、营商环境值得信赖的重要见证。

西门子医疗大中华区总裁王皓说,疫情时期,跨国企业在中国得到当地政府的大力支持,从助力解决物流难题,到支持复工复产,“我们体会到了当地政府对于发展经济的决心和信心”。

“中国市场充满韧性,复原力强,很有

潜力,产业链也非常完整,有良好的营商环境,这些都是福迪威看中中国市场的因素。”福迪威企业传播总监张晔说。

稳外贸、稳外资,紧盯跨国企业关心关注的问题,持续推进外贸领域“放管服”改革,加大知识产权保护力度,为跨国企业提供更加便利的产业配套和生活环境……近年来,中国出台一系列优化营商环境的举措,为全球企业共享中国机遇创造良好条件。

德勤中国主席蒋颖表示,随着经济发展模式的创新,中国各类制度层面的开放与治理与时俱进,“无纸化通关”“跨境贸易管理大数据平台”等数字贸易制度,对于优化电商运营环境、简化海外品牌入华路径,提供了强有力的支持。

尽管世界经济受到新冠疫情反复、供应链梗阻、能源价格上涨等不利因素影响,跨国企业在中国销售涨势强劲、投资稳步推进、业务迅速拓展。

“积极的营商环境、经济发展带动的消费升级、二三线城市发展带来的商机……这些因素的叠加让我们认为中国未来的发展潜力非常巨大。”全球知名玩具制造厂商乐高集团高级副总裁、中国区总经理黄国强说。

市场前景十分光明

参展的跨国企业和行业龙头负责人普遍认为,中国市场潜力巨大,供应链优势显著,扩大开放步伐坚定,是经济全球化不可或缺的重要组成部分,“与中国脱钩”不可行。

美中贸易全国委员会会长克雷格·艾伦说,美国公司在进博会上投入非常大,约200家美国公司参加第五届进博会,大家都想扩大展览面积。他认为,美国和中国两国的经济总量占世界GDP的40%,两国需要在更多领域开展更有成效的交流。

中国美国商会今年5月发布的2022年度《美国企业在中国白皮书》显示,中国仍然是美国企业的首选市场,83%的受访企业不考虑将生产或采购转移到中国以外的地区。会员企业认为,中美经济“脱钩”不符合双方的经济利益。

中国海关总署数据显示,今年前三季度,中美贸易总值为3.8万亿元,比去年同期增长8%。

中国英国商会的一项调查结果显示,英国企业普遍对中国市场持乐观态度。

基于对中国市场的信心,许多跨国企业不断扩大投资规模。

今年以来,宝马在沈阳的第三座整车工厂华晨宝马里达工厂正式开业;奥迪一汽新能源汽车有限公司举办奠基仪式;大众旗下公司斥巨资与中国企业在自动驾驶领域开展芯片设计等合作,驱动中国业务转型……伴随中国汽车市场不断升级,越来越多的国际汽车品牌将中国视为全球最重要的市场和创新中心。

法国美妆巨头欧莱雅更加看好中国市场新需求。欧莱雅北亚总裁兼中国首席执行官费博瑞说,中国持续推动高质量发展,为此,外企需要不断创新,这也是外企不断投资研发和创新中心的原因。

超14亿人口、中等收入群体超过4亿人,连续多年成为全球第一大网络零售市场,每年进口商品和服务约2.5万亿美元……作为全球第一大货物贸易国、第二大消费市场,中国是众多跨国企业的兴业沃土,被认为“可能是世界上最成熟的消费国”“潜力巨大的市场”。

跨国企业看好中国市场前景。早在第五届进博会开幕前50天,松下、蔡司、斯凯奇、德国海外商会等数十家企业和机构就率先签约,预订了下一届进博会的“入场券”。

“中国为世界带来了大海一样的市场机遇。”盛文灏说。

(参与记者:周蕊、卜多门、丁英华)

进博会上,又见故人来。

熙熙攘攘的展馆里,我们看到很多熟悉的身影——从最初的参展商,变成了投资者;从“回头客”,变成了“常驻客”……连续五年参展,他们是进博会的“铁粉”,让新品好物、新机遇大市场“双向奔赴”的故事越来越精彩。这是属于进博会的故事,也是中国与世界的故事。

奥克森:举家从丹麦定居上海

11月6日下午,进博会中央企业交易团集中签约活动现场。“你看,这是我的两个孩子,他们也很喜欢上海。”即将参加集中签约的奥克森心情不错,指着手机里的照片对记者说。

奥克森是跨国公司格兰富的商用建筑业务全球产品高级总监。3个月前,他举家从丹麦定居上海。

格兰富是进博会的“老铁”,不仅连续五年参展,还是进博会场馆“四叶草”的设备供应商。随着在中国的销售比重逐渐提升,2021年初,格兰富将全球商用建筑业务的集团总部从丹麦转移到上海。

当时,奥克森也做出一个重大人生决定:全家定居上海。“来中国发展对企业和我个人而言,都是一个重大机遇。”

他说,从经济增长、固定资产投资增速来看,中国的商用建筑市场空间巨大。定居中国,就有更多和客户直接互动交流的机会,让产品更加贴近市场。

为了定居数千里外的上海,奥克森的妻子辞掉工作专心做各项准备,一家人也与亲友一一辞别。无奈全球疫情状况急转直下,定居中国计划只好被暂时搁置。

今年6月,来中国的时机渐渐成熟。他的妻子再度辞职,他先后准备了6套行李方案,但怎料,就在他出租了丹麦的住宅、带着家人和足足12件行李准备出发之际,航空公司发生罢工事件,他们的航班被临时取消。此时,房子已经出租,一家人只好住在比较偏僻的度假屋里,一等又是两周多。

7月25日,他们终于正式踏上定居中国之路,8月初抵达上海。“中国有句话叫‘好事多磨’,只要前景可期,一切都值得。”奥克森说。

数千公里历时一年半的定居之路,是格兰富公司乃至很多外商进入中国市场决心的缩影。中国已连续13年稳居全球第二大进口国。开放的中国,正为世界提供更大机遇,充满了强大“磁力”。

艾周平:干脆在中国建个新厂

进博会上,艾周平很忙。

作为德国科技集团贺利氏的大中华区总裁,短短几天,艾周平就与多地政府代表团进行座谈交流。

与此同时,千里之外的辽宁沈阳,贺利氏的一座新工厂正在抓紧施工。去年进博会上,贺利氏展示的一款芯片晶圆加工所需的高纯石英材料引发关注,多地表达了合作意愿。经过会后进一步谈判考察,集团总部决定在沈阳投资建设新厂,总投资5亿元。就在今年进博会开幕前夕,新工厂开工动土,计划两年建成投产。

“随着中国半导体行业兴起,这款产品处于供不应求的状态,订单排到了未来几年。”艾周平说,沈阳新工厂的产能,是我们现有工厂产能的3倍。

不到一年时间从展品到落地建厂,这是外资企业不断融入中国经济的一个缩影。他们把产品技术带进中国市场,他们自己也成为中国产业生态、创新生态的组成部分。

类似的故事不断上演。今年前三季度,中国实际使用外资金额10037.6亿元人民币,按可比口径同比增长15.6%,其中高技术产业实际使用外资增长32.3%。

在艾周平看来,贺利氏的发展与进博会息息相关。“首届进博会时,我们公司只有四个事业部参与;现在,我们已经是近十个事业部参展的‘投资商’。”艾周平说,五年来,在进博会这个平台上,他们会见了各地政要数百人,接待客户中高层上千名,签署合作协议数十个,并有机会了解行业最新技术趋势……这些都为企业发展带来更多动力。

11月8日下午,贺利氏在展位上举行了一个小小的仪式,庆祝参展五周年。切完蛋糕后,艾周平感慨说:“对于外企而言,每年看到进博会如期举行,就等于看到了中国继续开放、扩大开放的风向标。”

盛文灏:难忘72小时“进博速度”

纽仕兰,这位来自新西兰的“老铁”,又一次感受到了“进博速度”。11月5日,新西兰乳业企业纽仕兰在进博会上发布了一款牛奶新品。首批38个集装箱货量,在新品发布现场直接被互联网平台商一订而空。

这不是纽仕兰第一次在“进博速度”中受益。

72小时之内,鲜奶可以从新西兰牧场出发、“坐飞机”抵达中国百姓的餐桌。这是纽仕兰参加首届进博会的最大收获。纽仕兰亚太区CEO盛文灏回忆,清关检验一度是进口鲜奶的“瓶颈”,15天的保质期在路上就要被耽误8天,让产品市场竞争大打折扣。

“进博速度”,让纽仕兰跨入中国市场。在首届进博会上,纽仕兰受益于贸易便利化政策,实现了72小时进口鲜奶,销量因此从参加进博会前的每周3000瓶,扩大每周3万瓶。

盛文灏说,进博会的专业采购商越来越多,这几年通过进博会,纽仕兰与多家平台商合作推出定制产品,商业模式从满足大众化需求,拓展到满足平台个性化、多元化、专业化需求。

从跨入中国市场,到商业模式实现迭代,纽仕兰在中国的故事,是进博会持续赋能外资企业的一个缩影,也是进博会强大魅力的一个例证。

第五届进博会还在进行中,纽仕兰就与约60家企业、机构一道,在2022中国国际进口博览会参展商联盟大会上签约第六届进博会。

进博会上,“老铁”们的故事还有很多:因进博会而生的秘鲁玩偶品牌“温暖驼”,今年推出了羊驼毛制作的火烈鸟、凡几鸟,在进博会上让秘鲁与世界有更多温暖相遇;哈萨克斯坦企业“金骆驼”将骆驼乳粉带进首届进博会,五年来又通过进博会将产品卖往更多国家……

五年进博,十分精彩。进博会“老铁”们的精彩故事,还将继续……(记者刘夏村、严赋憬)新华社上海11月9日电