

进博世界风

释放“开放”最强音

——第四届进博会展现全球经济治理的中国方案

宋微 尹浩然

在首届进博会开幕式上,习近平主席指出:“中国国际进口博览会不仅要年年办下去,而且要办出水平、办出成效、越办越好。”时至今日,进博会已连续举办了四届,在“越办越好”的理念引领下,本届进博会更是超越往届,办展水平以及各方参与度上进一步得以提升,异彩纷呈、亮点不断,引发世界各地媒体和参展商“将进博好景,归去风地夸”。

展现出鲜明的年度特色。在中国持续推动“双循环”战略、开启新发展格局的机遇下,第四届进博会对展区结构进一步调整,以更好地推进展商和展品与中国新的发展战略和市场需求有效对接。例如,为配合国家的“双碳战略”,第四届进博会期间,在节能环保专区内打造新的能源低碳及环保展区。大量的展商为配合中国的“双碳”目标,抓住中国新的消费大势,在展区中密集展示其新的零碳、低碳产品与绿色发展方案,“绿色低碳”“可持续发展”等关键词在各展区展台台显得格外亮眼。此外,为迎接2022年北京冬奥会,满足中国人民对冬季体育用品的需求,在第四届进博会专门设立了北京冬奥会冰雪推广专区,通过打造“冰雪嘉年华”,助力冬奥宣传。而为抓住冬奥会的风口,发掘中国冰雪运动的潜力,各参展商亦是将其最新最潮的体育用品搬至体育用品及赛事

专区之中。迪卡侬公司甚至将雪山和滑雪场搬到了展区,通过打造沉浸式的空间体验,使观众可以不出展区便可进行滑雪体验。

新产品、新服务的亮相更为密集。“让展品变商品”不仅是举办进博会的应有之意,更是各参展商的心中所盼。因此,在第四届进博会,面对同类企业的竞争,参展企业为进一步抢占中国市场,纷纷拿出其核心竞争力。许多参展企业不仅抢先首发,而且还带来了许多概念化产品,通过在进博会上“秀肌肉”来抢占热度、彰显实力。大批的新产品、新技术、新服务在第四届进博会上实现“全球首发、中国首展”。据统计,在第四届进博会上,来自全球62家参展企业集中发布100多件新产品、前沿技术及创新服务。其中,约一半的产品是全球首发,约40件是亚洲和中国首发。如,德国卡赫在第四届进博会期间全球首发了具有“中国特色”的全新AI智能清洁机器人,卡瓦集团在本届进博会上带来X-Guide三维动态种植导航仪的亚洲首秀,强生集团更是携70款首秀产品来参加第四届进博会。大量的“全球首发”彰显了第四届进博会的高规格,凸显出中国市场的激烈竞争。

推进“人文交流”的作用进一步凸显。进博会不仅是商品交易的国际展会,更是文化交流的世界平台、文明互鉴的多彩舞台。

在第四届进博会上,中外文化的传播与交流随处可见,“国家展”“地方展”汇聚了全球及中国各地独具特色的文化。考虑疫情防控的需要,本届进博会进一步完善了线上线下融合的“云展览”新模式,并通过采用3D建模等技术为参展国打造数字标准化展厅。在进博会的官网上,人们可以看到来自58个国家和3个国际组织的线上展厅,了解其各具特色的文化与风土人情。在本届进博会的“人文交流活动”中,除意大利外,还有中国香港以及国内30个省区市前来参展,展台数量已超过上一届,展示面积达到三万多平方米,比上一届增加了一万多平方米。在这之中,山东省通过设置山东老字号暨非遗文化体验馆和至诚山东·博山国家文化出口基地两大展区,向世界各地的观众多维度地展现了齐鲁文化。此外,在本届进博会上,文化公益演出舞台呈现了70场歌舞、戏剧类文艺表演,展现中国各地独具特色的文化魅力。

“开放合作”的平台效应更加突出。在本届进博会中,作为进博会重要支柱的虹桥国际经济论坛紧紧围绕“百年变局下的世界经济:后疫情时代全球经济合作”为主题,举办了主论坛和十多场分论坛。其中,“气候变化背景下的绿色发展与全球经贸新格局”“绿色金融助力可持续发展”等分论坛紧扣当今国际社会的普遍关注,一系列官产学研

的领军人物共同探讨气候变化、绿色发展等带来的机遇和挑战,积极为构建开放型世界经济建言献策。值得注意的是,在本届虹桥论坛中,特别举办了《世界开放报告2021》的发布暨国际研讨会,在报告中创新性的编制了“世界开放指数”并评估了世界129个经济体自2008年以来的开放度。此报告一经发布,便引发了国内外的普遍关注,激发了社会各界对扩大开放的重视,引发对当今开放发展难点的思考。而自此之后,一年一度的《世界开放报告》也必将成为中国为推进世界共同开放所打造的新的公共产品,推进经济全球化的正向演进。

在第四届中国国际进口博览会开幕式上,习近平主席明确指出:“中国扩大高水平开放的决心不会变,同世界分享发展机遇的决心不会变,推动经济全球化朝着更加开放、包容、普惠、平衡、共赢方向发展的决心不会变。”三个“不会变”彰显出中国持续推进高水平对外开放以及致力于促进世界经济复苏的决心与魄力,展现出中国致力于推动共同发展的大国担当。在这其中,进博会作为推进世界开放合作的重要公共产品,将为世界开放合作持续注入新动能,引领最大公约数。

(作者系商务部国际贸易经济合作研究院虹桥国际经济论坛研究中心执行副主任、研究员;外交学院国际关系研究所硕士研究生)

虹言无忌

美国通过万亿美元基建法案

本报记者 路虹

10月5日,美国以228对206票通过了1.2万亿美元的两党基础设施法案,该法案接下来将由总统拜登签署成为法律,在未来5年投入1.2万亿美元,用于完善基础设施。美国参议院早前公布支出约1万亿美元的两党基础设施法案——《基础设施投资和就业法案》,拜登承诺将创造就业机会并提高美国的竞争力。

虽然1.2万亿美元比之前拜登希望推出的3.5万亿美元缩水很多,但依然是美国自二战以来最大规模的基建计划,并在很大程度上效仿中国的新基建政策,计划将美国道路、桥梁等基础设施建设与数字化、智能化等建设结合起来,以长期推动美国的经济增长。受该计划消息的影响,大多数国际大宗商品市场转跌为涨,其中钢材、铁矿石、铜、铝等基建中需求最受益的品种涨幅明显。从全球供需平衡表来看,美国基建投资增强,对大宗商品价格的边际影响排序为有色金属、能源、黑色金属、农产品。从另一角度看,拜登“新基建”计划落地实行的话,将进一步加大对大宗商品的需求量,并推高大宗商品价格,从而将影响美国及全球今后一段时期的通胀率。

美国目前以世界第一强国的经济地位而言,确实面临基建设施陈旧的问题。当前美国基础设施人均规模居世界前列,却面临众多基础设施老化和年久失修问题。拜登坦言,“美国是世界上最富有的国家,但就基础设施的总体质量而言排名第13位。经过几十年的投资缩减,我们的道路、桥梁和供水系统正在崩溃。我们的电网容易发生灾难性的停电”。例如,今年2月,美国得克萨斯州因为寒潮和暴雪,导致超430万户家庭断电,近400万人陷入到饥寒交迫的状态;今年5月,美国管道运输公司遭遇网络攻击,被迫关闭相关设备,美国17个州进入“紧急状态”。美国能源部发布最新的《光伏未来研究》报告称,要达成电力系统脱碳目标,美国光伏每年的新增装机容量需在当前基础上翻三倍以上,到2035年,光伏装机需要达到10亿千瓦以上。然而,截至2020年底,美国光伏累计装机容量仅有7600万千瓦,远不及目标所需。所以,加强基础设施建设,也是美国发展经济和创造就业的迫切所需。

《基础设施投资和就业法案》规定,美国基建建设中将创造无法外包的高薪工作,包括对客运和货运铁路、公路、桥梁、港口、机场和公共交通的最重大投资,这些工作不仅将改变美国的运输系统,也将会给美国带来更多的就业机会,增加就业岗位。当下美国经济复苏仍具有很多不确定性,美国商务部11月初公布的首次预估数据显示,受新冠疫情持续、供应瓶颈限制和通胀高企等因素影响,今年第三季度美国实际国内生产总值按年率计算增长2%,增幅远不及第二季度的6.7%。为重返疫情之前的状态,拜登希望通过加大基建建设,制造有效需求来刺激经济活动,从而实现经济和社会的稳定。

另外,通过基建投资重振美国制造业也是拜登的一个设想。自拜登上台以后,曾在多个场合提及前总统富兰克林·罗斯福,并声称将采取与上世纪30年代美国经济“大萧条”时期“罗斯福新政”相似的“重建美好”计划,通过大力修建公共基础设施来缓解危机,刺激美国制造业苏醒。拜登还强调,该法案将在应对气候危机方面取得历史性的重大进展。该法案将在全国建立有史以来第一个全国性的电动汽车充电网络,将让美国在制造太阳能电池板、风电场、电池和电动汽车方面取得进步,以发展这些供应链,奖励支付高薪和从美国采购材料的公司,并允许出口这些产品和技术走向世界。

不过当前美国本土制造业空心化很严重,基础设施建设如果没有制造业的配合,充分就业和刺激经济发展也只能是暂时现象。所以,《基础设施投资和就业法案》规定美国基建建设中很多工种无法外包,以及下一步美国是否会借助这种新基建来塑造新的市场准入门槛将成为人们关注的问题之一。

45家新加坡企业参展进博会

新中企业密切商业合作

本报记者 阎密

“尽管受到疫情影响,新加坡企业仍然对参加进博会十分热情。今年一共有45家新加坡企业突破出行障碍到上海参展,表明中国仍是新加坡企业十分看重的市场。”11月6日,在新中经贸与投资论坛上,新加坡工商联合会主席林明彦表示。

以“新中合璧,共拓商机”为主题的新中经贸与投资论坛由新加坡工商联合会主办,新加坡企业发展局支持,采用线上与线下相结合的方式,吸引了500余名来自新中两国的政府和企业代表参加。

论坛期间,来自新加坡与中国的企业共签署五份合作谅解备忘录,这是新中两国密切合作的又一例证。备忘录内容包括:

12家新加坡企业与中石油昆仑好客有限公司、中国石油技术开发有限公司新加坡子公司达成合作协议。该协议将允许这12家新加坡企业与中石油昆仑好客加油站零售系统展开全面合作,借助中石油昆仑好客

零售体系线上线下推广、销售新加坡企业的产品,进而有机会接触到大量的中国消费者。新加坡天然生物技术有限公司作为12家新加坡企业的代表在论坛上完成了协议的签署。

总部位于新加坡的全新国际私人有限公司与上海来伊份股份有限公司达成战略合作协议。在此合作谅解备忘录框架下,双方在过去两年友好合作的基础上达成进一步合作意向,预计在2022年合作规模能达到300万美元。其合作也充分体现了新加坡企业与中国企业资源共享、协同进步的良好合作关系。同时,新加坡企业能利用地理及市场优势,帮助中国企业优化区域产业链及采购成本,提升采购效率和产品质量。

新加坡家喻户晓的食品和饮料品牌杨协成与纽交所上市公司洋葱集团签署协议,成功结成战略同盟。未来两家作为各自行业的领军企业将围绕传统品牌复潮进行深度合作,携手打造中国市场年轻健康的食品

饮料品牌,让杨协成这个百年老字号焕发青春活力,与洋葱集团开拓中国年轻消费者市场,引领健康时尚风。

全球首个按需使用服务的办公空间平台Switch易启办公与恒基兆业旗下的Be-ing Cospace联合办公公司达成合作。这是Switch易启办公在中国首次与联合办公品牌进行合作。该合作将帮助新加坡和中国公司利用这一创新网络为员工赋能,实现无缝跨境工作。

新加坡零售领域的人工智能公司易美智能微超与武汉传为佳话信息技术有限公司达成战略合作,以相互促进创新、技术研究和智能制造。该协议包含了在领先的智能零售解决方案技术Sharing Box 2.0方面的技术合作。

此外,新中经贸与投资论坛为参展企业提供了定制化商业推介会的增值服务。包括新宝甯、GeTS、新加坡卓越智诚等12个新加坡知名本土品牌的高级代表来到现场,向中国的专业买家团、采购商、分销商及潜

在合作伙伴介绍其独具特色的产品服务。

今年,新加坡工商联合会首次为新中经贸与投资论坛设立了虚拟平台,为新加坡参展商、中国采购商和客户提供配套商务服务。该线上平台将最大限度地为新加坡参展商提供机会,帮助企业在进博会之外建立联系,同时这也为中国的参展观众提供了与新加坡参展商互动的便利。

新加坡工商联合会执行总裁蓝一洋表示:“对于不断寻求增长的新加坡企业来说,国际化合作是十分关键的战略。新加坡工商联合会将继续通过组织新中经贸与投资论坛等方式,助力新加坡企业实现其国际化目标,帮助这些企业在保持现有合作的情况下,与更多潜在客户及供应商、分销商建立联系,将业务拓展到新加坡以外的国家。”

环球视线

进博会汇集天下企业好产品

本报记者 张日

11月5日至10日,第四届中国国际进口博览会在上海举行,吸引来自127个国家和地区的近3000家参展商,各路优质产品云集展台。

展商频推拳头产品

作为有50多年历史的瑞士健康管理专业品牌,Kingnature萃瑞宝今年再次受邀参加进博会。在全球疫情的冲击下,健康需求呈井喷式爆发,大健康行业将迎来重大转折和发展机遇。与此同时,消费者已经不满足于简单的补充保健品,而是期待更为专业、全面的健康管理方案。

对此,瑞士Kingnature萃瑞宝中国区总经理王瀚川表示,萃瑞宝敏锐地察觉到这

一趋势,今年将Wise Medicine健康管理中心模式引入中国,为消费者提供个性化营养补充方案,深耕中国健康产业消费升级的广阔市场。

这次,萃瑞宝带着几种拳头产品参展进博会。在瑞士的一项临床调查中发现,约70%的人存在肠漏问题。针对肠漏患者,萃瑞宝研发了营养补充剂“新维他肠漏修复液”,在有效修复肠漏的同时补充体内所需要的关键营养。

通用电气(GE)以“驱动可持续高效未来”为主题,再度以双展台参展第四届进博会。以“未来航空,精准医疗,能源转型”为展展理念,GE带来“三款首展”行业解决方案:融合行业领先能源解决方案以及本地的供应链,在中国特色的城市群实现定制化电力解决方案的GE能源转型;GE为重塑未来航空而打造革命性创新技术RISB技术验证项目;建立深度集成人工智能技术,提升诊疗效率和精准性的妇产超声诊断系统Voluson SWIFT。

GE全球副总裁、GE中国总裁向伟明表示,“中国是经济全球化的重要倡导者和参与者,也是全球可持续发展理念的推动者和实践者。在我看来,中国就像一个巨大的磁场,吸引着全球的创新企业和合作伙伴。我们期待借助进博会这个平台,把GE的全

球好货源源不断地带到中国,创造驱动中国可持续发展的引擎。”

今年进博会,雅诗兰黛集团以“至美初衷,至臻未来”为参展主题,携旗下在华销售的14个品牌和一些尚未进入中国市场的护发、护肤、彩妆品牌集体亮相。

“从最近到明年年初,雅诗兰黛集团旗下品牌将推出百余款新品与中国消费者见面,包括雅诗兰黛典藏香水、海蓝之谜沁润修护精萃水、魅可水漾唇膏和城市限定系列,以及倩碧智慧专研修护精华等。”雅诗兰黛集团中国区总裁樊嘉煜表示,未来还将持续引进世界知名品牌与优质产品,为中国消费者提供更多选择。

进博会平台屡获肯定

谈及进博会对中国健康产业和公司业务发展的影响,王瀚川说:“再次参加进博会,对萃瑞宝而言是进一步深耕中国市场的重大契机。”他表示,通过进博会这个广阔的平台,让外企看到中国市场自由、开放的生机和活力,“我们期望能借助这个舞台展示品牌与产品的魅力,让更多的消费者认识我们,了解我们;也希望通过萃瑞宝精心研发的健康产品和打造的健康理念,为推动中国营养产业的健康发展略尽绵薄之力。”

在开展首日,GE就斩获了若干重要订单,包括GE航空与中国东方航空公司签署了“TrueChoiceTM”发动机长期小时包修协议;GE医疗与国内多家三甲医院达成了医疗影像设备、超声设备、生命支持设备的采购协议;GE燃气发电与江苏大唐国际金坛热电有限责任公司签订了长期服务协议等。

自2018年以展商联盟主席身份参加首届进博会以来,GE始终重视进博会所发挥的资源集聚和平台溢出效应,已签约确认参展第五届进博会。通过历年参展,GE不仅全面展示了契合中国发展需要的创新解决方案,还推进了关键项目的合作和落地。

“雅诗兰黛集团非常荣幸连续第三年参加进博盛会。今年是雅诗兰黛集团成立75周年,进入中国近30年。在集团的发展过程中,中国始终是我们最重要的市场之一,而且重要性有日俱增。”雅诗兰黛集团总裁兼首席执行官傅懿德表示,“中国是世界上最令人振奋的高端美妆市场之一,我们对中国的承诺是长期而坚定的。中国是雅诗兰黛集团最大的国际市场,同时对产品包装和原料采购的全球供应链至关重要。”