



深耕中国 外企赶搭“新国潮”这趟车

□ 本报记者 吴 力

中国风的包装、含有中国元素的产品、国潮感十足的复古设计……为了更好地开拓中国大市场,满足消费者所需,外资企业正在紧跟“新国潮”趋势,尤其是在消费品领域,将本土化营销策略和中国“新国潮”消费紧密结合,获得良好成效。

与“新国潮”共舞

颇有质感的白色表盘、银色而简约的表框、精致而典雅的表带……记者眼前的这块表,很容易让人想起上世纪八九十年代风靡中国的上海机械表。不过,这款表亮相于不久前闭幕的第四届进博会,是瑞士腕表品牌天梭展示的怀旧经典系列腕表,在致敬经典的同时,也体现出企业对国潮的重视与融入。

天梭中国区副总裁戴俊珺表示,自2019年参加进博会以来,天梭有机会更加深入地了解中国市场,了解消费潮流的走向,也在以年轻人的思维方式让品牌在

中国收获更高人气。

在奢侈品领域,泰佩思琦集团更是紧抓中国消费潮流,不仅根据冬季运动在中国越来越流行的趋势推出了冬季新款产品,而且结合年轻消费群体爱好和消费习惯推出众多融入“新国潮”的产品。

泰佩思琦亚太区总裁、蔻驰中国区总裁兼首席执行官杨葆焱表示,泰佩思琦注重抓住中国新消费群体的消费需求以及“新国潮”等的消费趋势,这也让泰佩思琦在中国市场获益甚丰。2020年7月1日—2021年6月30日财年,其中国业务实现了同比60%的增长,比疫前财年增长了40%,仅蔻驰在中国大陆就有近260家门店。

“新国潮”既与中国文化和传统基因相关,也融入了当下潮流元素,兼具复古与时尚。

“‘新国潮’不仅意味着复古,而且要全面展现当下中国人的生活方式和中国人喜欢的潮流,是一种新的时尚。”谈及对“新国潮”的理解,杨葆焱表示,一方面,中国消费市场升级意味着消费者将更加追

求品质生活,品质恰好是“国货”的一个典型特征;另一方面,“新国潮”是一种新时尚,消费品牌要以创新引领时尚。

探索更多消费机遇

“后疫情时代”,中国再度成为驱动全球时尚行业增长的动力引擎。咨询公司贝恩预计,到2025年,中国有望成为全球最大的奢侈品市场。面对中国如此庞大的消费市场,融入“新国潮”成为外资消费品企业深耕中国市场的坚定选择。

泰佩思琦旗下品牌蔻驰深耕“新国潮”已有时日。该公司今年3月31日携手东华大学启动“国潮传承”青年设计人才培养项目,其中由15个学生小组一起设计的作品亮相第四届进博会,在展示“国潮”力量的同时,也让更多人感受到中国创意设计力量走向更大的舞台。”杨葆焱说。

全球知名芳香护理和精油企业多特瑞则在通过充分运用“中国元素”探索“新

国潮”带来的更多消费机遇。在第四届进博会上,其全球首发了一款国风精油产品——“飞天瑰丽”香薰复方精油。这款产品蕴含了众多“中国元素”——从中国本土芳香植物中获得灵感,并与敦煌研究院在研制方面展开深度合作。据了解,目前多特瑞旗下融入“中国元素”的精油产品已达14种,取得了不错的销售业绩。

与“新国潮”共舞的国际消费品牌还有很多。哈根达斯在第四届进博会上推出了五大核心菜式,在今年冬季菜单中加入了锦鲤、福虎等元素。乐高以中国经典名著《西游记》为灵感推出了悟空小侠系列之太空探索套装……这些带着“中国元素”的新产品深受中国消费者喜爱。

复古回潮、时尚新生、为品质代言、展现中国元素……虽然外资企业对“新国潮”有着不同的理解,但“新国潮”无疑正在成为外企贴近中国消费者、抓住中国消费新潮流、加速开拓中国市场的一条新路径。

美联储启动缩债计划 人民币汇率波澜不惊

□ 本报记者 白舒婕

美联储缩债资产购买规模(Taper)终于靴子落地。

在11月初的会议上,美联储正式提出削减量化宽松(OE)规模,从11月开始以每个月150亿美元的速度削减当前1200亿美元/月的购债规模。OE削减将于2022年6月完成,届时美联储资产负债表体量将达到9万亿美元的峰值。

美联储正式按下Taper的按钮,市场对美联储“加息”的预期也甚嚣尘上。截至目前,美联储公开市场委员会仍将联邦基金利率目标区间维持在0-0.25%不变,但决定开始将每月资产购买的净资产规模减少150亿美元。

缩减并非即加息

“开始Taper并不意味着发出加息

信号,在加息时间上,美联储‘可以有耐心,现在还不是加息的时候’。”美联储主席鲍威尔强调说。

但市场对美联储加息的担忧并未消除。原因是受供应链堵塞、消费者需求旺盛以及长期劳动力短缺导致工资上涨的推动,美国近期的通货膨胀率一直处于30年以来的高位。

11月9日发布的美国10月PPI(生产价格指数)同比增长8.6%,核心PPI同比增长6.8%。11月10日美国劳工部的数据显示,10月CPI同比上涨6.2%,高于市场预期5.9%,连续第17个月上涨,且是1990年12月以来的最高水平。

11月15日,两位美联储前行长表示,为了控制通胀,美联储可能不得不将联邦基金利率目标提高至3%甚至更高。

但市场对美国何时加息的预期不尽相同。美国银行认为2022年有进一步加息的风险,而摩根士丹利预计加息将推到2023年及以后。

中国市场淡定应对

“从中国市场对美Taper落地的反应来看,可以说是‘波澜不惊’。”中国政策科学学会经济政策委员会副主任徐洪才对国际商报记者如是说。

这表现在人民币对美元汇率反应“平淡”上。中国外汇交易中心的数据显示,11月4日人民币对美元汇率中间价报6.3943,调升136个基点。11月17日人民币对美元汇率中间价报6.3935。

天风证券亦对国际商报记者表示,针对美联储转向,中国央行已经有针对性地布置。Taper对人民币汇率的冲击有限。中国央行“以我为主、稳字当头”的方向不会转变。回顾历史,在美联储加息的过程中,中国央行有过降息和降准的先例,美联储转向不必然制约中国央行货币政策。中国央行是否选择降息降准,更多是出于对国内基本面的考虑,“以我为主”为前提,政策的平衡点放在

“保持人民币汇率在合理均衡水平上的基本稳定”。

中国央行、国家外汇管理局此前也已多次强调,美联储货币政策转向对中国金融市场影响比较小。

国家外汇管理局副局长、新闻发言人王春英日前在国新办发布会上回应美联储货币政策转向时称,总的来看,中国的外汇市场抗风险能力比过去明显增强,本轮美联储货币政策调整不会改变中国国际收支基本平衡的格局,也不会改变人民币汇率基本稳定的态势。

徐洪才表示,尽管美国通胀创下30年来的新高,但影响中国市场的主要因素取决于中国宏观经济的基本面。总体看,中国经济增长有韧劲,有回旋余地。中国央行应继续保持货币政策独立性,以本国的经济基本面作为货币政策的决策依据。

《2021年企业“双碳”竞争力指数白皮书》发布

科技互联网、传统能源业领跑“减碳”行动

□ 本报记者 李子晨

“科技互联网行业、传统能源行业的受访企业普遍具有明确的‘碳中和’愿景与计划,领先其他行业。”近日,中经智库联合贝恩公司、《商学院》杂志发布《2021年企业“双碳”竞争力指数白皮书》。《白皮书》通过调研近100家传统能源、地产、零售、新能源、汽车、银行、科技互联网行业在内的头部企业,重点分析受访企业的“双碳”表现力、不同行业在可持续发展趋势下的耗能情况和碳排放的发展水平得出以上结论。

《白皮书》显示,在“碳中和”愿景方面,有80%的受访互联网科技行业企业在未来5-10年设置了清晰的减排目标;在减排计划方面,以2030年为目标时间,约80%的受访科技互联网公司和传统能源公司计划将会每年减少0-5%的范围一(直接温室气体排放,包括由核算企业直接控制或拥有的排放源所产生的排放)/范围二(外购电力等产生的间接温室气体排放)的碳排放。

今年“双11”期间,绿色低碳成绩单代替成交数据成为各家平台披露的重点。京东发布的数据显示,“11.11”期间,京东物流通过减量化包装、新能

源车运输、分布式光伏发电以及智能设备应用等全链路减碳措施累计减碳2.6万吨。中环联合认证中心(CEC)测算报告显示,今年“双11”,蚂蚁集团通过规模化应用“绿色计算”有效减少投入“双11”的服务器,11天省下64万千瓦时电,减少二氧化碳排放394吨。

《白皮书》指出,一方面,传统能源行业作为重点排放行业,在强监管政策的促使下积极转型。另一方面,科技互联网企业的估值较高,面临较高的ESG(环境、社会和公司治理)风险敞口和来自投资者以及民众的高期待,促使这些企业率先关注并积极投入“碳中和”。

与传统能源行业、科技互联网行业相比,本次调研显示,以银行、零售等为代表的多数以范围二、范围三(包括所有其他间接排放)排放为主导的行业在“碳中和”愿景方面需要继续努力。如在展望2030年范围一/范围二的排放密度减排计划时,有80%的受访地产企业未制定2030年碳排放密度减排计划,40%被调研零售企业未制定2030年可再生能源占比目标。

贝恩公司全球合伙人、中国区可持续发展业务主席邹娟表示,之所以会产生该差距,是因为相较于能源等以范围一排放为主的行业,目前服务

行业的碳排放以间接排放为主。但伴随监管的逐渐加强,碳交易市场适用范围的逐步扩大,越来越多的企业会被纳入“碳中和”的体系中,因此,各大行业的企业都应当逐步制定适配自身的“碳中和”愿景和计划。

制定目标箭在弦上,差距亦不可小视。调研发现,在节能现状上,现阶段,受访中国企业的碳排放水平与世界领先水平相差较大。受访传统能源企业的平均排放密度约为329.65吨二氧化碳当量/百万元人民币,是世界领先能源企业的5倍之高,后者约为65.7吨二氧化碳当量/百万元人民币;受访车企的平均排放密度约11.2吨二氧化碳当量/百万元人民币,约为世界领先车企的5倍;科技互联网和零售行业企业的平均排放密度大约是同行业世界领先企业的2倍。

面对现状,《白皮书》认为,放眼未来,实现“双碳”目标,科技互联网行业承担引领“碳中和”变革的重要角色。科技互联网企业想要率先投入“碳中和”,可以从提升可再生能源的占比着手。同时,由于科技互联网行业在国民经济体系中与众多的其他行业有着紧密的关系,其应充分发挥自身技术优势,进行技术变革,由此产生积极的影响,并通过网络效应传递到各行各业,形成良性的倍数效应。

10月18日,在2021全球智能物流峰会上,京东物流与合作伙伴发起“清流计划”新五年绿色低碳倡议,将继续投入10亿元用于加码绿色低碳的一体化供应链建设,未来5年实现自身碳效率提升35%。京东物流还将减碳目标融入企业发展与转型的战略规划,确保至2030年实现碳排放总量比2019年减少50%。

蚂蚁集团今年在推进“碳中和”上也动作频频:3月,率先承诺2030年实现净零排放;4月,公布“碳中和”路线图;9月,上线蚂蚁链“碳矩阵”企业碳中和管理SAAS平台,并应用于自身“碳中和”过程中;11月,首次在“双11”期间规模化应用“绿色计算”。

上海社会科学院互联网研究中心主任惠志斌认为,算力需求越大的地方,越需要“绿色计算”。“双11”无疑是验证“绿色计算”规模化应用的最佳试验场。“进入云计算时代,结合人工智能、大数据等多种技术,科技互联网公司可以通过技术创新进行资源优化。虽然基于云计算资源合理分配的‘绿色计算’尚未被广泛实践,但从数据中心模块化、虚拟化发展的趋势来看,分配计算资源会是云计算、边缘计算快速发展下的重要算力效率提升手段。”

北京证券交易所 为创新型中小企业逐梦添翼

(上接1版)

苏宁金融研究院高级研究员陶金在接受国际商报记者采访时分析,从宏观上看,北交所与科创板、创业板类似,均服务于国家创新驱动战略,将进一步推动中国经济转型升级。同时,在发展定位上,北交所的支持目标更下沉,能够与沪深两市形成错位发展,未来北交所也将成为中国多层次资本市场的重要枢纽。

陶金进一步表示,从微观上看,北交所很大程度上平移了新三板的融资功能,但比新三板级别更高、流动性更好,配套设施更全面,是“加强版”的新三板,对创新型中小企业的融资支持将能得到更精准的落地。

引活水滋养创新力量 推动中小企业做大做强

北交所瞄准的是“打造服务型创新型中小企业主阵地”这一战略目标,可以预见,随着其不断探索建立适应中小企业创新发展的政策体系、制度体系、服务体系等,更多专、精、特、新“小巨人”企业将会出现。

在刘向东看来,北交所的开设既与科创板、创业板等有相似之处,也有特色差异化,主要体现在三个方面。

一是北交所注重服务于创新型中小企业,并找准资本市场直接融资功能与中小企业发展融资需求的适配度,重点拓宽市场融资渠道,提升资本市场对初创中小企业的吸引力。

二是北交所着力解决中小企业普遍面临的融资难、上市难和退出难的问题,并为专、精、特、新中小企业中长期发展赋能添翼。

三是北交所帮助更多创新型中小企业聚焦主业实现做强做优,并通过转板上市功能实现与沪深交易所、区域性股权市场的联通发展,为更多中小企业全生命周期的成长提供便利的直接融资渠道。这将增强更多成长型创新型中小企业的融资能力,提升中小企业持续经营和开拓市场的竞争力。

陶金表示,中小企业是中国实体经济重要组成部分,中小企业尤其是创新型中小企业是科技和制度等创新的重要源头,其发展壮大使得国家总体创新发展更具韧性。此外,中小企业是就业的重要吸纳力量,其发展壮大可以为就业市场提供更好的缓冲,形成就业稳定器。与此同时,中小企业的发展壮大也为大企业的培育夯实了基础。基于此,北交所开市运行后将多方面提升中国多层次资本市场服务中小企业的能力和水平,进而推动中小企业做大做强。

“中国服务”加速全球落地

(上接1版)

与此同时,中医药服务“走出去”愈加受到重视。中国国际贸易促进委员会会长高燕在第四届“一带一路”中医药发展论坛上表示,中医药作为重要的国际名片和健康使者,已成为构建人类命运共同体和“一带一路”民心相通的重要内容。

“中国服务”出海多点开花局面已显。商务部发布的数据显示,今年1-9月,中国服务出口17820.9亿元,同比增长27.3%,增速比服务进口高出26.8个百分点;从对外投资来看,流向信息传输/软件和信息技术服务业62亿美元,同比增长37.2%,远远高于对外非金融类直接投资2.4%的同比增速。

多措并举助力高质量“走出去”

“我们积极推动海外合作,结合‘一带一路’倡议、联合国倡议,在东南亚、中东、北非等地区开展国际医生的系列培训与技术支持。”美宝集团董事长徐鹏在中国对外贸易合作发展论坛上表示,为与全球更多企业合作共赢,美宝集团创办了美宝购(MEBOGO)服贸平台,在引入优质服务的同时推动“中国服务”出海,以促进中国服贸企业了解出海国家的商业趋势,帮助企业制定出海发展战略,提供各类国际贸易项目的相关服务。平台作为新合作模式,得到国内外企业积极响应,目前已经引入了100余家战略合作伙伴。

9月7日,全球服务贸易联盟召开成立大会预备会。该联盟由相关国家和地区商业/行业协会、公司企业、专业机构或组织自愿结成,预计在年内正式成立,旨在促进国际服务贸易领域间的交流合作,培育服务业新模式、新业态,优化服务贸易标准和规则,推动服务业和服务贸易开放、创新、融合发展。

国家部委和各地政府也在积极采取措施,推动“中国服务”高质量发展 and 高质量“走出去”。

在文化出口方面,王志华表示,下一步,商务部将采取三大举措抓好文化出口基地建设,推动文化服务出海:一是加强对国家文化出口基地建设的支持和指导,努力把基地打造成为对外文化贸易领域的制度创新高地;二是抓好国家文化出口基地考核评价工作;三是支持国家文化出口基地联席机制发挥作用,共同推动基地高质量发展。

在金融业出海方面,中国银保监会副主席周亮在2021中国国际金融年度论坛上表示,中国将稳步推动金融业“走出去”,鼓励中资金融机构在“一带一路”沿线国家优化布局,强化服务,倡导联合授信、银团融资、共担风险、共享利益。

“十四五”时期,吉林省将加快推动吉林由中医药大省向中医药强省转变。”吉林省副省长李伟在第四届“一带一路”中医药发展论坛上表示,吉林将推动中医药海外发展,加强与“一带一路”沿线国家中医药的交流与合作,积极开展涉外中医医疗服务,扩大海外中医药服务市场,深入开展中医药文化的传播行动,推动吉林中医药产品、技术加快“走出去”。