

在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下——新时代新作为新篇章

□ 经济日报·中国经济网记者 吴凯 李治国



相约上海迎接进博会

进博会国家展新亮相国家超三分之一

展馆布置进入最后冲刺阶段

本报上海11月2日电 记者孙建华 沈则瑾报道：在2日举行的第二届中国国际进口博览会新闻发布会上，商务部部长助理任鸿斌表示，本届进博会国家展参展国中新亮相国家超过三分之一，展馆布置已经进入最后冲刺阶段。第二届进博会国家展主宾国数量从首届的12个增加到15个，参加国家展的64个参展国和3个国际组织中，有24个国家是第一次亮相。

据悉，各国家馆风格多样，特色鲜明，充分运用传统与高科技手段，着力展现本国货物贸易、服务贸易、投资旅游、人文科技、独特文化和特色优势产业。

第二届虹桥国际经济论坛主题议题和分论坛演讲与互动交流嘉宾名单均已公布。与首届相比，论坛内涵更丰富，议题设置更前沿，合作单位更多，运作机制有所创新。

企业商业展广受关注，展览面积位列前10位的国家和地区依次为美国、日本、德国、中国香港、韩国、意大利、法国、澳大利亚、瑞士和英国。

从参展企业平均展览面积看，由首届的每家74平方米提升至近90

平方米，平均特装比例达93%，较首届提高了3个百分点，充分说明参展企业的质量、实力在提升，也从一个侧面反映出企业商业展给企业带来了实效，不少企业增加了展览面积。

为支持最不发达国家参与全球化，实现包容性发展，共享中国发展机遇，第二届进博会对参加企业展的40个最不发达国家，每国提供两个免费标准展位。

第二届进博会的招商工作规模大，境内外专业观众注册超过50万，大大超过首届，在国际专业展会中也是名列前茅的。专业观众覆盖国民经济各个行业，其中来自制造业的占比23%，最受采购商关注的展区是装备、科技生活、食品及农产品等展区。

境外采购商增长快，境外专业观众报名注册已超过7000人，充分表明了进博会的国际吸引力和影响力。

在总结首届成功经验基础上，第二届进博会以需求为导向，着力全方位提升包括展商服务、交易促进服务、知识产权保护、观展引导服务、现场综合保障服务在内的一流现场服务。

不自量力的“美国重建中国论”

郭锐

最近，美国副总统彭斯在华盛顿智库威尔逊中心发表涉华演讲，再提“美国重建中国论”，称中国的经济快速增长主要得益于美国对华投资和巨大的贸易逆差。这种论调实在是不自量力，简直让人大跌眼镜、笑掉大牙。

也许是“语不惊人死不休”吧！彭斯在演讲中充斥着大量耸人听闻的言辞，说什么过去20多年里见证了“世界历史上最大的财富转移”，说什么“美国在过去25年中重建了中国”，似乎中国辜负了美国的期待。这真让人很纳闷：一个世界上最强大的美国，什么时候变得这么满腹委屈了？

其实，彭斯的表态根本不是委屈，而是十足的傲慢和虚伪，是揣着明白装糊涂的政治谎言。做生意讲究互利共赢，中美经贸往来也是一样。过去40年，美国的资本、技术和市场确实对中国的发展起了很大作用，但同时，中国庞大的市场、高素质劳动力以及完备的产业链，也同样帮助了美国的发展。中美贸易全国委员会今年8月发布调查数据显示，绝大多数美国企业在华经营实现盈利。

彭斯在演讲中将中国的发展很大一部分归功于美国的投资，严重背离事实，令人匪夷所思。数据显示，自1987年中国有外资统计以来，中国累计实际利用外资2万多亿美元，其中美国对华投资800多亿美元，仅占4.06%。2018年，中国吸收外资1349.7亿美元，美国居第8位，为34.5亿美元，占比仅有2.68%。这么少的规模，这么小的占比，彭斯居然还说什么“美国重建中国”，真够大言不惭了吧！

当然，彭斯还有另外一个所谓重要论据，就是美国对华贸易逆差超过4000亿美元，接近美国贸易赤字总额的一半。据此，他声称“美国在向中国输送财富”。但事实果真如此吗？

据美方统计，2018年对华货物贸易逆差是4192亿美元。而按中方统计，扣除美方高估和中国加工贸易环节等因素，这一数据约为2409亿美元。况且，货物贸易逆差不等同总体贸易逆差。考虑到美国对华服务贸易出口长期占据优势，美国去年实际对华总体贸易逆差约为1536亿美元，仅相当于彭斯口中巨大贸易逆差额的37%！

稍有经济常识的人都明白，中美之间的贸易不平衡事实上是由中美两国比较优势和国际分工格局决定的，完全遵循市场规律。这好比买卖双方都认为合适，生意才能成交。美国不能一边享受中国劳动者提供的质优价廉的商品，一边眼红中国的建设成就，想当然地认为中国的高楼大厦、高铁公路、技术进步都是靠美国人的钱搞起来的，这也太把自己当回事了吧！

这个世界从来就没有什么救世主，任何一个国家发展归根结底要靠自己。中国是世界人口第一大国，体量之大决定了除了中国自己，没有任何一个国家有实力“重建”她。新中国70年来取得巨大成就，从根本上靠的是万众一心的勤俭奋斗，靠的是改革开放的艰苦打拼，而不是靠什么“救世主”的恩赐。

40年的中美经贸合作实践证明：中美双方谁也没占谁便宜，谁也离不开谁。如果要用一个词描述中美经贸合作的本质，那应该是“相互成就”。奉劝彭斯之流摘下歪曲历史和现实的有色眼镜，客观理性看待中美关系和中国发展。要是再抱着所谓“重建论”不放，那只会贻笑大方，失了体面，丢了利益。

译文强撰(中经视觉)

广东装机容量最大海上风电项目并网发电



11月1日，广东省内装机容量最大海上风电项目——阳江南鹏岛珍珠湾海风场首台风电机组并网发电。该风电项目规划装机容量达40万千瓦，计划在2020年实现风机全部并网发电，项目建成后年上网电量约10.15亿千瓦时。图为阳江南鹏岛海上风电项目顺利完成首台风电机组吊装。

上海奉贤区紧抓健康产业发展契机，“东方美谷”集聚效应显现——

美丽产业在这里“绽放”

时近深秋，申城略带寒意。当记者驱车经上海虹梅路高架桥进入上海奉贤区的东方美谷时，热闹繁忙的气息扑面而来。

9月29日，这里举办了东方美谷·奥园上海启动仪式。从今年5月19日签约，到9月29日落地，中国奥园集团携手上海奉贤，百余天就在上海落地百亿元投资项目，跑出了“东方美谷速度”。

10月25日，这里举办了如新大中华创新总部园区二期动工仪式。项目开工，标志着如新将迎来“美业+智能”4.0新时代，如新中国集团公司总裁郑重不无激动：“我们看重东方美谷，就是希望促进企业、政府部门携手合作，共同推动东方美谷成长为‘世界时尚之都’。”

11月2日，这里举办2019东方美谷国际化化妆品大会，全球近20个国家和地区的化妆品领域的协会、企业、机构汇聚奉贤东方美谷，共同展开健康美丽产业的画卷。

头角。当时，奉贤敏锐地把握住健康产业的发展契机，提出“化妆品企业数量占全市25%、化妆品生产销售总量占全市比重超过40%”的产业目标，“东方美谷”这一区域产业品牌也由此横空出世。

2017年，东方美谷凭借产业集群效应荣获“中国化妆品产业之都”称号。今年1月份至6月份，东方美谷实现规模以上工业总产值168.17亿元，固定资产投资完成13.09亿元，同比增长64.9%。大批优质项目在这片希望的土壤上，以超预期的速度生根发芽。

如今，东方美谷拥有多领域产业集群，涵盖研发、生产、包装、销售、品牌、检测等产业链环节，这里化妆品企业共同构成的产业生态，与国内外美妆行业日渐细分的产业态势高度吻合。100个东方美谷研究院正加紧建设，全力打造千亿级美丽健康产业集聚区。

从服务到效能的提升

今年9月29日，东方美谷·奥园上海启动的同一天，一辆载满化妆品的快递车从上海奉贤综合保税区卡口缓缓驶出，将前往内地各消费市场分发货物。这是奉贤综保区跨境电商顺利通关的第一单，标志着奉贤跨境电商保税进口业务模式正式启动，这也是奥园集团在奉贤项目的第一单生意。

“奉贤真是一块福地，从签约到首单货物顺利通关，刚刚过去了100天。”中国奥园集团董事局主席郭梓文难掩激动，“上海为我们创造了奥园历史上重大投资项目的最快速度，我们为上海的营商环境

成果，将自贸区建设成为新时代改革开放的新高地。

一年来，海南加快探索建设中国特色自由贸易区(港)。自去年以来，海南积极开展深化服务贸易创新发展试点工作，确定并抓紧落实107项试点任务，截至目前约半数已完成，有效推动了服务贸易的发展。

在打造法治化、国际化、便利化营商环境方面，海南先试先行。今年9月，海南第一、第二涉外民商事法庭和海口知识产权法庭正式挂牌成立，这是全国首次设立的省级跨区域集中管辖涉外民商事案件的专门法庭，将为海南自贸区自贸港建设提供优质高效的纠纷解决服务。

多边和双边合作深入发展。今年4月，第二届“一带一路”国际合作高峰论坛在北京举行。来自150个国家、92个国际组织的6000余名外宾参加论坛。会议达成一系列丰富成果，形成一系列国际共识，引发热烈反响。

独行快，众行远。中国坚持奉行互利共赢的开放战略，以实际行动在世界范围内为全球企业创造良好的发展环境和合作机遇。

一年来，中国持续推动多边和

点赞。”

在奉贤，优化营商环境和服务品质的“绣花功夫”精益求精，已成为一种日常工作习惯。奉贤区依托奉贤综合保税区，复制对非特殊用途化妆品采取备案管理等自贸试验区经验，打造东方美谷跨境电商平台、保税展示交易中心和保税检测维修中心，助力长三角企业提升运营效率、降低运营成本，提供通向世界舞台的跳板。一项项创新服务推动了一个个“大跨越”。

不久前，上海自贸区临港新片区正式挂牌，这给奉贤再次带来了机遇。紧跟新形势，奉贤全面实施“东方美谷+未来空间”双引擎驱动战略，着力将“未来空间”打造成世界级前沿产业集群的新载体。记者了解到，该区要以奉贤新城、临港奉贤园区、四团镇等为发展轴线，引进5G通讯、人工智能、物联网、新能源汽车等高质量产业，创设一批“未来+”前沿应用场景，促进“生产、生活、生态”融合发展。

从品质到品牌的跨越

在东方美谷，记者看到了一款“国庆口红”。今年的国庆阅兵式上，当女兵方阵走过镜头，耀眼的颜值令全网沸腾。特别是女兵洁白的脸上那一抹红恰到好处，既显示出女性的柔美，又投射出军人的刚强。伽蓝集团公关传播总经理陈涓玲告诉记者，这支“国庆口红”，就是产自上海奉贤的国货品牌——自然堂。

“我们要打造能与国际大牌一较高下的产品。在上海这片热土，我一心想要创造属于中国人的一流化妆品、一流化妆品品牌，打造中国

双边合作深入发展，捍卫多边贸易体制；推动年内结束区域全面经济伙伴关系协定谈判；加紧打造高水平的中日韩自贸协定；推动明年如期完成中欧投资协定谈判……

2018年中非合作论坛北京峰会期间，中国推出以实施“八大行动”为核心的上百项务实合作措施。在中国和非洲各国的共同努力下，截至目前，推进“八大行动”收获了丰硕的早期成果。

今年6月，首届中国—非洲经贸博览会在湖南长沙举办。这一在中非合作论坛机制下建立的促进经贸互利合作新平台，成为中国向非洲国家开放市场，助力非洲实现可持续发展的重大举措和具体行动。

更好发挥上海等地区开放示范作用

作为新时代全国改革开放排头兵、创新发展先行者，在首届进博会上，上海迎来了属于自己的“三大任务”——增设自贸试验区新片区、在上交所设立科创板并试点注册制、推动长三角地区更高质量一体化发展。一年来，“三大任务”完成初现

人自己的世界级品牌。”回忆起来到奉贤东方美谷创业的初衷，伽蓝集团董事长郑春影感慨万千。2001年伽蓝集团落户奉贤时，当地还没有几家化妆品公司，更不用说形成完整的化妆品产业链。各个企业的自主创新能力也不强，均以代加工为主要业务。然而在近年来的发展中，奉贤的化妆品产业链逐步完善，国货品牌也尤其重视研发环节，推出了许多有自主知识产权的产品，市场占有率越来越高。如今，国货彩妆品牌玛丽黛佳，从“只有一款产品，十几个人”到现在不仅成为首个进入全球化妆品零售权威丝芙兰门店的国货品牌，还走出国门，在马来西亚、泰国和澳大利亚的化妆品店上架。

成功的不仅是伽蓝，在东方美谷，百雀羚品牌持续发力，传承经典的同时加速创新，开启了国际化、时尚化、年轻化的品牌重塑之路；雷允上在东方美谷走出中药国际化之路。越来越多具有中国传统文化内涵的品牌，正在从这里走向世界。

“预计到明年，奉贤美丽健康产业规模将突破千亿元；3年到5年内，奉贤美丽健康产业营收规模将突破千亿元；到2021年，奉贤美丽健康产业产值将突破500亿元大关。”提及未来的发展蓝图，上海市奉贤区委书记庄木弟表示，“我们要追求从‘品质’到‘品牌’的创造，着力打破‘有品质、无品牌’窘境，打响‘四大品牌’，擦亮‘中国化妆品产业之都’名片，打造美丽健康的产业生态圈，成为中国化妆品企业走向世界的首发站，世界化妆品大咖进入中国的首选地”。

成果。在中国扩大开放的进程中，上海以其突出的作用走在了前列。

今年7月，《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》正式印发，明确了长三角成为新时代改革开放的新高地。截至7月底，上海、江苏、浙江、安徽三省一市均已制定各自的实施方案。

7月22日，科创板鸣锣开市，首批25家上市公司率先试水。科创板开市运行100余天来，坚持以信息披露为核心，尊重和依靠市场的力量，多项制度创新持续显效，并在后续加强持续监管和市场淘汰机制。科创板及注册制试点平稳走好了第一步。

8月6日，《中国(上海)自由贸易试验区临港新片区总体方案》公布。新片区承载着新时期上海乃至全国进一步实施对外开放战略的使命，将在巩固投资贸易便利化的基础上，不断向投资贸易自由化突破。

一年之短，转瞬即逝；一年之长，万物变迁。

一年前的话语，正在成为现实；一年来的努力，正在创造未来。

中国开放的大门正越开越大，中国正以更加昂扬奋进的姿态求发展进步、谋互利共赢！

这些积极变化说明我国消费市场的供给侧结构性改革红利正在释放。我国消费增长的内在潜力巨大，特别是在消费结构升级的背景下，服务消费增长的速度和占比都快于商品消费。在商品消费内部，品质消费、个性消费的特点也非常突出。不过，从供给侧来看，服务供给和高品质商品供给仍存在“短板”，还难以满足消费市场不同品质、不同结构的消费需求。

针对制约消费增长的体制机制障碍，我国相继出台了《完善促进消费体制机制实施方案(2018—2020年)》《关于加快发展流通促进商业消费的意见》等政策措施，围绕巩固、增强、提升、畅通“八字方针”，消费供给方式不断创新，新兴业态快速增长，使得消费品和服务的供给能力不断增强，供给数量和质量持续提高。因此，要继续加大改革力度，促进供给结构与消费结构更加匹配，进一步激发消费增长潜力，促进消费增长动力不断释放。

从概念到产业的蝶变

您能想象吗？全国生产的面膜，每4张就有1张出自奉贤东方美谷。“就在几年前，提起‘东方美谷’，很多人还不知道是什么。”上海市奉贤区经委党委书记徐建龙告诉记者，如今很少有人再这样发问了，这些年他接待过的企业数不胜数，从最初总是要回答这样的问题，直到今天，90%的企业提问变成“怎么才能入驻东方美谷”。

从鲜为人知的概念，到市场青睐的产业品牌，奉贤区用了4年时间。早在2015年，一批精细化工企业和生物医药企业开始在这里崭露

(上接第一版)从“外资三法”到《外商投资法》，法律的逐步健全，营商环境的不断优化，推动中国成为外商投资的热土。

今年10月，《优化营商环境条例》由国务院发布。《条例》重点针对我国营商环境的突出“短板”和市场主体反映强烈的痛点难点堵点问题，对标国际先进水平，从完善体制机制的层面作出相应规定。例如，《条例》第十五条规定，国家建立知识产权侵权惩罚性赔偿制度，推动建立知识产权快速协同保护机制，健全知识产权纠纷多元化解决机制和知识产权维权援助机制，加大对知识产权的保护力度。

打造对外开放新高地

今年8月，第五批自由贸易试验区名单正式公布。山东、江苏、广西、河北、云南、黑龙江等6省区设立自贸区。

新增6个自贸区，有助于进一步优化我国区域开放布局，开展差异化改革试点，赋予自贸试验区更大改革自主权，形成更多经验

看消费动力，重在提高供给质量

本报记者 姚进

如何看待当前经济形势

国家统计局日前发布数据显示，前三季度，我国社会消费品零售总额296674亿元，同比增长8.2%，最终消费支出增长对经济增长的贡献率为60.5%。可见，消费依然是拉动经济增长的第一引擎。

消费的平稳增长与居民收入提高分不开。前三季度，全国居民人均可支配收入22882元，比上年同期名义增长8.8%；扣除价格因素，实际增长6.1%。

消费的平稳增长更与消费环境的持续改善分不开。近年来，我国陆续出台了一系列促进消费的政策文件，为挖掘消费潜力、增强消费者信心营造了良好环境。消费环境不断完善，消费者的权益得到更好保护，从而使消费者更愿意消费、敢于消费。

在农村，随着居民收入增长、线上消费渠道向乡村市场延伸以及农

村消费市场环境改善，农村市场消费潜力持续释放。前三季度，乡村消费品零售额同比增长9.0%，增速比城镇高1.0个百分点。前三季度乡村消费品零售额占社会消费品零售总额的比重为14.5%，比上年同期提高0.1个百分点，乡村市场占比稳步提升。

服务消费领域市场供给增长较快。旅游市场方面，部分热点地区国际旅游消费中心建设稳步推进，旅游消费环境日益改善，旅游消费新业态、新热点不断涌现。与之相关的住宿行业企业(单位)数量稳步增长。前三季度，限额以上住宿业单位超过2.5万家，其中旅游饭店数量超过1.3万家。

文化娱乐市场方面，我国电影院数量和院线银幕总数持续扩大。今年上半年在影院院超过1万家，保持较快增长。相关服务消费领域

投资增势较好。前三季度，文化、体育和娱乐业投资增长15.5%，教育行业投资增长18.5%，均明显快于全国固定资产投资增速。

商务大数据监测显示，前三季度具有质量和优势的B2C模式占比达78%，同比增速达23.4%，高于网络零售整体增速6.6个百分点。高性价比、智能化、个性化设计、文创产品等销售额增长迅速。智慧门店和体验式场景受到消费者广泛青睐。“十一”假期前，在线住宿预订同比增长11.2%，其中五星级酒店预订同比增长23.5%，说明消费者出游更愿意为品质买单。

电商与社交融合蓬勃发展。社交、直播、内容电商已成为电商市场重要新业态，并保持高速增长，围绕社交互动、内容分享的电商新生态模式正逐步形成。电商与社交融合推动电商市场多元化发展，不断激发消费潜力，激活中小城市和农村消费市场，已成为拉动内需的重要力量。