

2023年，中国与世界市场密切互动、双向奔赴，成为世界经济的一抹亮色。

这一年，跨国公司高管陆续访华，见政府官员、见合作伙伴、见市场客户，印证了中国市场对跨国公司实行全球战略的重要作用；第六届中国国际进口博览会吸引了3486家企业参展，世界500强和行业龙头企业数量达历届之最，黄浦江畔的熙熙攘攘，进博场馆的交易火热，展现了中国市场对全球企业的巨大吸引力；肯德基中国突破1万家门店、丹佛斯全球制冷研发测试中心在天津投用、阿斯利康在青岛新建药品生产供应基地……重要外资项目接连落地，表明中国始终是外商投资兴业的沃土。

袁勇

放眼2024年，更好抓住中国市场的广阔机遇，是跨国公司的普遍期待。要让这份期待成为现实，应把握好中国经济的“不变”与“变”。

先看“不变”。中国经济长期向好的发展态势不会改变，中国的超大规模市场和内需潜力不会改变，中国扩大对外开放的决心不会改变。中国发展面临的有利条件强于不利因素，支持高质量发展的要素有利条件不断积聚增多。中国有14亿多人口、4亿以上中等收入群体构成的超大规模市场，内需潜力正在持续释放。中国坚持扩大高水平对外开放，对标国际高标准经贸规则，持续建设市场化、法治化、国际化一流营商环境。

再看“变”。人才等资源要素越来越丰富，让中国不再只是“全球市场”和“全球工厂”，而越发成为全球创新高地；新产业、新模式、新动能不断涌现，让中国经济业态越发多样化；个性化、绿色化、健康化消费加速渗透各个行业，中国消费市场正在被重新定义。

看清这一系列事实，坚定投资发展信心，是跨国公司更好地把握中国市场机遇的前提。顺应中国经济的发展趋势，调整好在华投资、经营战略，跨国公司才能更好地利用中国的资源优势、抓住中国产业发展机遇、满足中国消费者需求。

期待更多跨国公司把握好中国经济的“不变”与“变”，找到在中国发展的“金钥匙”，与中国经济一起赢在未来。



图为国家会展中心(上海)。新华社记者 刘颖摄

持续看好中国市场



朗智文 江森自控亚太区总裁

2023年，江森自控本土化战略持续深化，成果颇丰。未来，江森自控将紧抓中国经济高质量发展机遇，持续深化本土化战略，以更多创新产品服务本土产业。

江森自控通过定制化解决方案为锂电池、光伏、半导体和电子、生物制药等先进制造业提供智能化、数字化解决方案，目前在广州、无锡等地设有多个制造基地。江森自控无锡制造基地已经发展成为公司在全球供暖、通风和空调系统以及工业制冷解决方案领域的最大研发中心之一。目前，江森自控在中国销售的暖通空调和制冷产品100%在本地生产，超过96%的工程研发能力在中国本土实现。

不断深化的本土化战略，彰显了江森自控对中国市场的持续看好。中国不仅是江森自控的重要市场和重要制造基地，也是全球重要的绿色创新及可持续发展策源地。从全球范围看，中国经济增速在全球主要经济体中处于领先地位，在市场潜力、扩大开放、营商环境等方面具有较强的竞争优势。江森自控对中国未来发展前景充满信心。

放眼未来，江森自控将继续发挥自身优势，在智慧城市、智慧建筑、高端制造等业务领域持续发展，并将继续加强与本土合作伙伴的合作。

江森自控将运用自己的数字化平台和产品解决方案，助力医疗、教育、数据中心、机场、体育场和生产制造等领域实现可持续发展。公司还将积极实践“建筑有机更新”的理念，通过高效机组设备、智能化控制系统以及数字化智慧管理平台的结合，为客户提供以节能改造和智能运维为核心的建筑综合能效提升方案。

促进中泰经贸合作



许馨雄 天丝集团首席执行官

2023年，泰国天丝集团在中国进行了多笔重要投资。连续在华投资展现了天丝集团对中国经济发展前景的坚定信心，以及在中国市场长期发展的坚定决心。随着中国政府提振经济措施的陆续落地，中国经济发展态势将持续向好。

2023年7月份，天丝集团红牛饮料广西东盟经开区生产基地项目正式开工，总投资约13亿元；12月份，天丝集团红牛饮料(四川)生产基地项目正式投产，总投资20亿元。中国能量饮料行业处于快速发展期，市场增长迅猛且潜力巨大。中国消费者越来越追求高品质、个性化的产品，推动能量饮料产业持续创新和快速迭代，为天丝集团提供了更多发展机遇。天丝集团旗下拥有能量饮料、电解质饮料、功能饮料、即饮茶、果汁以及休闲食品6个类别的多元化产品组合。

未来，天丝集团将持续深化和拓展中国市场，更好地满足中国消费者的需求，将更多优质产品引入中国市场。此外，天丝集团将继续以实际行动促进中泰经贸合作和文化往来。

近年来，中泰经贸合作和文化交流显著加强，作为泰国在华投资的代表企业，天丝集团希望对此作出更大贡献。2023年8月份，在相关各方支持下，天丝集团在湖南省首次举办“泰嗨”音乐节。天丝集团计划2024年将“泰嗨”音乐节带到成都，并在未来带到中国更多地区，希望这种全新的形式能进一步推动两国经贸合作、文化交流和民间友好往来。

紧跟中国向好态势



松下控股集团全球副总裁 中国东北亚总代表 本间哲朗

2023年，松下集团在北京、顺德、广州、青岛等地的分公司相继迎来成立30周年的纪念日。这些公司现在生产的产品与成立之初相比，发生了巨大变化，而这些变化都紧紧跟着中国经济社会的发展。与此同时，公司也取得了长足进步和发展，这是非常令人高兴的事。

目前，松下集团在华业务集中在“健康智能住空间”“新能源汽车零部件”“智能制造”三大领域，并在相关领域进行投资和拓展。在第六届中国国际进口博览会期间，松下与15家外部公司签署了战略合作的谅解备忘录，也在开展新业务方面达成了一致。2023年2月份，松下首个围绕纯氢燃料电池的冷热电综合能源系统示范项目落地无锡松下电池工厂，并正式开始实证实验。“氢能是下一代新能源中呼声较高的绿色能源，这一项目也开启了松下在华探索氢燃料电池应用的新篇章。”

松下在华业务的多个价值链和决策程序都在积极推进本土化。2023年年初，松下汽车电子有限公司在上海成立，成为深耕本土市场、助力中国汽车行业高质量发展的又一重要实践。

除了研发，松下的中国本土化战略还体现在“管理层”和“人事机制”方面。近年来，松下积极提拔优秀的中国经营团队人员，2019年4月份，松下在华法人中方总经理的比例是17%，经过这几年的本土化推进，目前，我们已经将这一比例提高到近50%。

中国市场的变化速度非常快，为了能够获得更多发展机遇，继续加强本土化经营势在必行。我们看到，中国经济稳步恢复的步伐正在加强，松下也在时刻关注并准备着，新的一年，松下不能落后于中国向好的发展态势。

培养本土人才队伍



余铮 霍尼韦尔中国总裁

2023年，霍尼韦尔迎来在中国的首家合资企业——中石化—霍尼韦尔(天津)有限公司成立30周年；霍尼韦尔亚太区总部落户上海20周年；2月份，霍尼韦尔低碳智慧建筑研究院在上海成立；6月份，可持续发展数智创新中心在天津港保税区揭牌……公司在中国的业务取得了长足发展，这成为霍尼韦尔扎根中国市场、携手合作伙伴共同成长的良好见证。

霍尼韦尔不仅通过增加研发投入、与客户联合创新等方式，充分布局中国市场，而且采用积极的人才政策，在中国组建“精锐战队”，以本土创新推动中国业务增长。

中国在数字经济和低碳发展等领域的前景给霍尼韦尔带来了广阔的发展机遇。公司业务围绕自动化、未来航空和能源转型三大发展趋势，契合中国的市场需求和未来发展态势。公司尤其看好中国“双碳”目标为推动相关行业节能减排、实现可持续发展所带来的机遇。

中国市场对于绿色创新产品和低碳解决方案的需求越来越强烈，而“双碳”目标对高耗能尤其是二氧化碳排放量较大的行业，如航空、能源、化工、建筑、制造业等支柱产业带来减排挑战的同时，也为技术创新和应用孕育了发展潜力。我们期待在政府的进一步推动下，霍尼韦尔可以与更多的本土伙伴在技术创新、应用和推广方面加大合作，共同推动可持续解决方案落地，助力相关行业实现低碳化与数字化转型。

展望2024年，霍尼韦尔将进一步强化本土化研发，加速新产品的落地，强化本土人才队伍建设，与中国客户实施联合创新，推出更多面向新兴市场的产品和解决方案。

健全产品供应保障



赵传禹 亚德诺中国区副总裁

亚德诺持续深耕中国市场。2023年，公司首次亮相中国国际进口博览会，展示了半导体技术特别是智能边缘技术在产业数字化中的应用成果，并宣布与多家中国企业达成战略合作。亚德诺希望把握好每一个与中国客户进行创新技术交流的机会，深入感知客户所需，为客户提供技术专长、支持和资源，打造满足客户需求的系统方案。

人工智能正以极快的步伐向边缘端发展，亚德诺将推出更多关于智能边缘的创新和应用，并在产业层面挖掘工业、汽车、可持续能源、数字医疗和消费电子等领域的新兴增长点。在此背景下，中国市场许多领域都有可期待之处，将为亚德诺带来更多发展机遇。

中国新能源车零售渗透率超过40%，展现了长期向好的发展态势，我们的电池管理系统技术可为新能源汽车的续航里程和电池寿命保驾护航；随着新能源汽车市场与半导体产业的迅猛发展，电子测试测量市场需求呈爆发态势，亚德诺的高性能精密信号链等技术，能够帮助客户打造高质量测试方案；数据中心作为部署人工智能应用的基础设施，近5年在中国的市场规模以近30%的年均增速持续发展，亚德诺端到端数据中心解决方案包括先进电源管理、光学控制方案及传感器方案等，能够为数据中心发展提供有力支持。

展望2024年，亚德诺将紧抓中国市场机遇，坚持从各个方面健全产品在中国的供应保障，为客户提供高质量、高可靠性的产品，同时积极与本土供应链伙伴合作，全力满足客户需求。

深耕数字化低碳化



肖松 西门子全球执行副总裁，西门子中国董事长、总裁兼首席执行官

中国是全球唯一拥有联合国产业分类中全部工业门类的国家。虽然全球供应链正在重塑，但中国作为世界第二大经济体以及制造业第一大国，已与世界经济深度融合，并成为全球产业链供应链中不可或缺的一环。

2023年6月份，西门子投入11亿元人民币，对成都数字化工厂进行扩建，进一步提升公司本地研发和制造能力；同月，在深圳成立了西门子数字科技(深圳)有限公司，基于开放式数字商业平台西门子 Xcelerator，赋能更多企业快速开启数字化转型；在11月份举办的第六届中国国际进口博览会期间，西门子 Xcelerator 生态合作伙伴“繁星计划”发布，希望助力新一代数字化和低碳化转型服务商。这一系列举措是西门子持续加强本地化价值链，提升价值链韧性，支持中国经济高质量发展的积极实践。中国市场稳定高效的供应链体系也对西门子全球业务的发展起着重要的支撑作用。

中国市场的吸引力不仅仅在于拥有齐全的产业体系、极具潜力和韧性的供应链体系、完备的基础设施和巨大的市场空间，还在于持续提升的创新能力。此外，中国企业对创新技术有着积极的热情和开放的态度，这会加速创新投入转化为更多、更高质量的发展产出，从而提升整体创新能力。

目前，中国正积极推动产业数字化和绿色低碳转型，与西门子的技术优势高度契合。展望新的一年，我们将一如既往地凭借创新的技术、产品、解决方案和服务，以数字化与低碳化“双轮驱动”，挖掘中国数字经济和“双碳”战略所带来的机遇，为中国经济高质量和可持续发展注入加速度。

推进多个重大项目



艾周平 贺利氏大中华区总裁

贺利氏在中国市场持续深耕半导体、新能源、电动汽车、冶金等行业领域，为客户提供多种尖端工业材料和增值服务。2024年，贺利氏将在中国积极寻找更多新的投资机会，在强化现有业务优势的同时，形成更多增长点。

2023年，贺利氏在中国有多个重要合作项目和创新成果落地。5月份，贺利氏贵金属功能材料应用研发中心在上海落成；8月份，贺利氏电子与中车时代半导体深化战略合作，成果将用于轨道交通、智能电网、新能源汽车、新能源发电等领域。在第六届中国国际进口博览会上，贺利氏展示了一系列创新材料技术，包括应用于氢能的贵金属催化剂、高效光伏电池浆料等。目前，贺利氏在中国有5个重要项目正在建设中，涉及贵金属回收、冶金传感器技术、电动汽车专用电子材料等领域。

展望2024年，中国经济持续向好的基本面没有改变，所蕴含的需求潜力仍在增长，发展前景令人期待。中国在新能源汽车、光伏发电、高铁等高端制造领域走在世界前列，贺利氏的多种关键材料应用在其中。此外，贺利氏还依托全球业务布局，助力中国客户出海。

我们将持续推进多个重大项目，确保顺利开工、顺利完成、顺利投产，实现既定的业务目标，还将在新能源、半导体和电子、医疗板块等领域寻找更多投资机会。同时，我们将继续把加大本土创新力度作为工作重点，把贺利氏先进的技术解决方案与中国市场和客户需求紧密结合，为中国经济高质量发展贡献更多力量。

拓展品牌零售网络



黄国强 乐高集团高级副总裁 中国区总经理

从1983年首批乐高产品正式销往中国，到2014年在上海建立中国区总部，再到2016年嘉兴工厂竣工投产，乐高集团见证并参与了中国经济和发展的腾飞，中国已经成为乐高集团非常重要的战略市场。

从2016年开始在中国建立品牌零售网络以来，乐高已从最初的一个城市一家门店，发展到进入120多个城市，超过460家门店。其中，设在三线及以下城市的品牌零售店超过40%。对于乐高集团而言，中国市场的拓展空间还很大，发展机遇还有很多。

在生产环节，乐高集团已于2022年开始对嘉兴工厂进行扩容，扩建工程计划于2024年完成；在产品方面，集团持续创新，包括在产品中融入更多中国传统文化元素和故事情节；在数字化建设方面，集团在上海成立数字化人才中心，为公司储备更多本地数字化人才以打造更加灵活创新的多渠道生态系统，触达更多中国消费者。

2023年中央经济工作会议提出，要着力扩大国内需求，激发有潜能的消费。要持续建设市场化、法治化、国际化一流营商环境，打造“投资中国”品牌。在建设法治化营商环境方面，我们欣喜地看到中国不断强化知识产权行政保护，加大知识产权行政执法力度，这对于外资品牌来说，极大提振了持续在中国投资的信心。

展望新的一年，在“启迪和培养未来的建设者”这一使命驱动下，乐高集团在中国将继续拓展品牌零售店，并持续提升零售店体验，继续推进在中国的投资和发展计划。我们希望，在新的一年里，能把乐高玩乐体验带给越来越多中国的小朋友和家庭。