



2024中国国际服务贸易交易会

服贸会

9月12日至16日,2024年中国国际服务贸易交易会在北京举行。80余个国家和国际组织、400余家世界500强企业和行业龙头企业线下参展,现场举行上百场活动。大家展创新、促交流、谋合作,共谋服务贸易发展新机遇。

大“秀”创新成果

作为全球服务贸易领域规模最大的综合性展会,服贸会已成为服务贸易领域新技术、新业态、新模式的“秀场”。本届服贸会期间,100余家企业机构发布了200余项融合创新成果。

在美团展台,一款盖博特机器人引来许多观众驻足。这是一个大模型通用具身机器人,可以在消费者线上下单后及时拣出药品,未来有望与连锁药房合作,帮助其提升经营

朋友圈

效率。美团配送车也吸引了不少人的目光。美团公共事务部总经理王威介绍,美团自动驾驶车可以在社区、工业园区等室外场景进行自动配送,目前已经在北京、深圳等地测试、运营4年多。截至2023年底,完成室外全场景配送近400万单。

一些跨国公司在服贸会上展示了众多创新成果,表达了深耕中国市场的信心。

施耐德电气展示了包括“EcoConsult咨询服务”“EcoCare运维服务”和“EcoFit适配改造周服务”在内的服务体系。其中,“EcoConsult咨询服务”可为企业提供完整的配电系统全维评估咨询服务,提升配电系统的安全、韧性及效率。“EcoCare运维服务”通过为企业的新装设备、改造设备及在役设备提供运维服务,降低设备故障风险,提升运营效率。施耐德电气在服贸会上宣布成立服务业务中国中心,为中国市场量身定制更加敏捷、深入应用场景的创新服务方案。

美敦力携60余款创新展品和解决方案首次参展服贸会,覆盖心脏节律管理、心脏外科、心脏消融、骨科与神经外科以及外科等领域。美敦力全球高级副总裁及大中华区总裁顾宇韶表示:“服贸会为跨国企业提供了开放、交流、合作的宝贵机会。我们从中看到中国市场的巨大潜力,将进一步加强本土价值链布局,为中国医患提供更优质的医疗服务和解决方案。”

彰显开放活力

服贸会举办至今,已经成为中国扩大开放、深化合作的重要平台。

毕马威中国客户及业务发展主管合伙人江立勤认为:“服务贸易是中国对外开放和国际合作的重要途径。中国致力于推进更高层次的对外开放,为服务贸

易开辟了广阔的市场空间和发展前景。服贸会的举办,是中国通过扩大开放与世界共享发展机遇之举。中国推出一系列开放政策,使越来越多的国际服务产品和服务提供商进入中国市场,不仅促进了中国市场的多样化,也推进了国际化进程。”

本届服贸会形成了以峰会为内核、以“展览展示+洽谈推介+成果发布”为主体、以配套活动为补充的多层次活动框架体系。境内外商协会、重点企业代表和专家学者汇聚一堂,交流研讨,共谋开放合作新机遇。许多企业也紧抓服贸会这一宝贵平台,推动更多合作签约落地。

跨国药企阿斯利康在服贸会上分别与国药控股北京有限公司等3家公司签署购销意向协议,并与北京市医药卫生科技促进中心签署战略合作框架协议,开展与人才培养、科技合作、信息交流等有关的合作,进一步促进科技、人才与产业的紧密结合,加速专业人才培养和技术研发、科技成果转化。

来自沙特阿拉伯的阿吉兰兄弟控股集团也在服贸会上重点展示了与数十家中国企业合作的重点成果。该集团副董事长兼沙特中商理事会主席穆罕默德·艾尔·阿吉兰表示:“我们期待借助服贸会这一扩大开放、深化合作、引领创新的重要平台,与更多中国商业伙伴建立长期、富有战略意义的合作,在推动沙中合作过程中,促进先进理念、技术、产品和服务在沙特阿拉伯落地。”

全球服务贸易联盟在服贸会上专设展区,充分发挥桥梁和纽带作用,在展区构建服务贸易的创新宣介平台、供需对接平台以及前沿成果展示平台。为此,服贸会联盟邀请11家企业代表和国际组织举办宣介会、对接会、成果发布和签约活动。

展现各国风采

本届服贸会继续设立综合展国别展区,来自五大洲的参展国向观众集中介绍其在服务贸易领域的优势特色,展现各国独特风采。

首次担任服贸会主宾国的法国在本届服贸会设立国家馆,以独特的设计风格吸引了不少观众拍照打卡。法国馆复制了巴黎凯旋门等法国标志性建筑形象,展



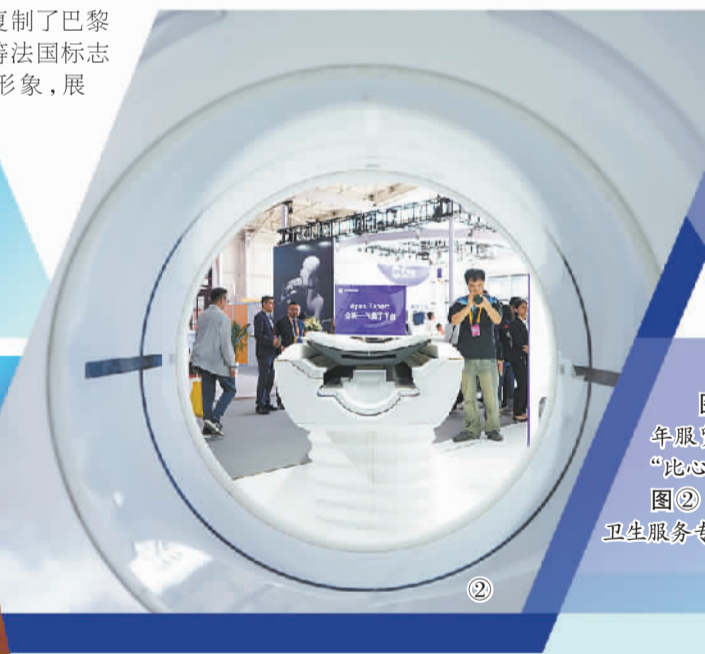
图① 一款智能机器人在2024年服贸会国家会议中心会场向观众“比心”。新华社记者 邹广萍摄

示内容包括法国文化遗产、美丽风景、重大体育赛事等。此外,10余家法国知名企业在该展馆组团亮相,展示法国经济的优势和特色。

澳大利亚共有19家院校、机构和企业参加服贸会,并组织了相关推介、交流活动,展团成员来自澳大利亚绿色经济、教育、农业和食品领域。澳大利亚驻华大使馆商务公使戴德明在接受记者采访时表示,澳大利亚很高兴能参加服贸会,以展示在实现净零排放、可持续发展、提高劳动力技能、培训年轻人等相关领域的服务贸易成果,这是澳中两国可以重点合作的领域。

挪威驻华大使馆与挪威创新署携手多家挪威企业共同参加服贸会。参展的阿克海洋生物、康士伯等企业展示了挪威在生物科技、医疗健康、数字化解决方案等方面的创新成果。为了推动中国和挪威在数字经济领域的合作,挪威方面还举办了“挪中数字经济研讨会”,邀请来自挪威和中国的行业专家、企业代表,深入探讨两国在数字经济领域的合作机会与未来发展前景。

阿联酋国家馆以该国经济多样性为重点宣介内容,介绍了以阿联酋航空和阿提哈德航空为代表的航空业,以及文化遗产和现代化景点等旅游资源。



图③ 2024年中国国际服务贸易交易会期间,全球服务贸易企业家峰会举行。新华社记者 陈钟昊摄

图④ 国家会议中心综合展区的法国国家馆。新华社记者 李鑫摄

跨境电商成外贸“加速器”

本报记者 崔国栋

“今年上半年,我国社会消费品零售总额达23.59万亿元,同比增长3.7%,消费市场规模持续扩大。电子商务对消费的促进作用明显,网络零售体现了消费市场的热点和趋势。”在9月12日举行的2024电子商务大会上,中国商业联合会会长姜明表示。

我国电子商务持续蓬勃发展,新业态新模式不断涌现,电商平台在全球的影响力持续提高。

电子商务成为助力消费升级新引擎。国家统计局数据显示,2023年全国网上零售额15.4万亿元,同比增长11.0%。以直播电商、内容电商、兴趣电商、短视频电商、社交电商、反向定制、社区电商等为代表的新电商蓬勃发展,成为推动消费升级的重要驱动力。

商务部国际贸易经济合作研究院副院长曲维玺表示,当前电子商务成为拉动外贸增长新动能。据商务部数据,过去5年,中国跨境电商贸易规模增长超过10倍。今年一季度,跨境电商进出口5776亿元,同比增长9.6%,全

国跨境电商主体已超12万家。跨境电商发展速度快、增长潜力大、带动作用强,逐渐成为我国外贸发展的有生力量。

同时,跨境电商通过构建全球供应链、物流网络以及数字化平台,打破了传统贸易的地理和时间限制,不仅使中小企业更容易进入国际市场,还使国内企业能够将高质量、高性价比的产品和服务推向国际市场。

哈萨克斯坦贸易和一体化部部长阿尔曼·沙卡利耶夫表示,近年来,哈中两国在多个领域不断加强合作,特别是在电子商务发展方面,哈萨克斯坦正借助中方合作伙伴在电商领域的丰富经验,将更多中小企业带入数字市场。

中国—上海合作组织地方经贸合作示范区党工委副书记、管委会常务副主任李刚介绍,上合示范区将持续完善设施通道、深化国际合作、强化模式创新,推动“丝路电商”持续发展。

北京市政协副主席陈军表示,北京将持续优化政策环境,强化科技引领,发挥电商平台聚集优势,通过数字赋能驱动线上线下深度融合,带动经济社会转型升级。

旅游消费潜力持续释放

本报记者 吴佳佳

当前,全球旅游业发展形势如何,怎样进一步推动旅游业持续复苏和繁荣发展?在9月12日举行的2024世界旅游合作与发展大会上,与会代表分享了自己的建议和看法。

据介绍,今年1月至8月,北京共接待游客近2.5亿人次,实现旅游收入超过4500亿元,均创历史同期新高。同时,北京共接待入境游客超230万人次,比去年同期增长2倍多。

中国国家博物馆馆长、文化和旅游部国际交流与合作局局长高政表示,经过多年努力,中国旅游发展步入快车道,形成全球最大国内旅游市场,成为国际旅游最大客源国和主要目的地。据统计,2023年中国国内出游人次48.9亿,国内游客出游总花费4.9万亿元,中国内地居民出境旅游8763万人次,入境游客8203万人次。

近年来,中国推出一系列举措,吸引更多外国人来华旅游,提升旅游体验。今年8月,中国对15国试行免签入境15天政策,新增与新加坡、泰国等6个国家互免签证,将144小时过境免签政策适用范围增至37个口岸、54个国家,推行购票中英文导

向标识、双语咨询和广播报站、网约车出行等入境游客交通便利措施。

统计显示,今年1月至7月,外籍人员来华观光达572.2万人次,同比增长403%。越来越多来华旅游的外国游客,真切感受到一个真实立体、多姿多彩的中国。

中国旅游市场加速复苏也为世界旅游消费注入了活力。会议期间公布的《世界旅游城市发展报告(2023)》显示,全球旅游产业复苏加速,2023年全球旅游的总人次同比增长超41%,恢复到2019年的87.4%;全球旅游总收入同比增长超20%,恢复到2019年的近95%。

业内人士建议,进一步挖掘中国出入境旅游市场的潜力。亚太旅游协会主席彼得·西蒙在发布《亚太旅游协会和世界旅游城市联合会绿皮书——释放中国入境旅游竞争力》时说:“目前中国市场的旅游消费主要还是来自于境内旅游,从长远来看要重点推动入境旅游市场消费。”

英国伦敦副市长、世界文化城市论坛主席贾斯汀·西蒙斯建议,文化旅游正成为全球范围内日益增长的新趋势。文化作为推动全球旅游业发展的强大动力,各个城市应当重视并且充分发挥城市文化的力量。

在开放合作中实现共赢

韩秉志

金秋时节,一年一度的中国国际服务贸易交易会如约而至。以“全球服务、互惠共享”为主题的服贸会,再次传递出开放合作、互利共赢的积极信号,持续打造全球最具影响力的服务贸易盛会,为世界经济发展注入新动能。

“开放合作”依然是本届服贸会的关键词。作为党的二十届三中全会后我国举办的首场国家级、国际性大型展会,今年服贸会的一个突出特点就是展现前沿趋势、促进开放合作。服贸会不仅引领服务消费升级换挡,也为行业深度合作、共同发展提供舞台。今年服贸会尤其加大境内外推介和招展力度,让来自全球各地的企业共聚一堂,让“看不见”的服务贸易可感可知,“老朋友”不断深化交流合作,牵手同行的“新朋友”也越来越多。

当前,全球服务贸易面临机遇,也遭遇挑战。服贸会以链接全球、跨越界限的开放精神,向世界传递出我国坚定不移扩大开放的决心,也充分证明,即便面对复杂严峻的国际环境,面对逆全球化思潮的冲击,服务贸易产业仍有巨大潜力可挖。

高水平开放,是加快形成新质生产力的重要动力。本届服贸会突出新质生产力特征,着重展示大数据和算力、零碳低碳等新技术和应用,打造“新而专”的展览展示。“科技感满满、未来感十足”是很多参观者对本届服贸会的评价。这种感受,正得益于开放型的经济环境打造的创新生态。

新成果焕发新生机,新趋势引领新动能。服贸会上首发的人工智能骨科手术机器人、元宇宙数实融合应用等新技术、新成果,将深化制造业与服务业扩大开放。参展企业也费尽心思,集中展示数字文旅、智慧教育、智能体育等新服务、新场景,突出以生

活性服务贸易激发扩大服务消费潜能,展现数字化、智能化、绿色化的行业新趋势,必将为新质生产力的创新发展开拓新空间。

服贸会既是舞台,也是机遇。用好服贸会,把握服贸会溢出效应带来的机会,成为各方期待和目标。作为全国科技创新中心,北京以高水平办好服贸会为契机,以首善标准营造新质生产力发展所需要的创新生态。今年,四川、海南首次担任主宾省,举办特色展示活动。此外,多个国家和国际组织线下独立设展。如法国首次担任主宾国,围绕中法建交60周年打造国家馆。服贸会内外,资源、要素、技术等不断“引进来、送出去”,彰显出这场盛会的强大磁场。

共赴北京之约,共享服贸成果。在开放中孕育新机,在合作中实现共赢。相信这场开放的盛会,将为全球国际服务贸易发展带来更多新机遇。

