



第七届中国国际进口博览会

投资中国步伐从未停歇

本报记者 郭子源 孙昌岳

高水
进博新语

在第七届中国国际进口博览会上,有一个主题备受关注,那就是“投资中国”。越来越多的外资企业扎根中国市场,深耕中国市场,不仅把中国作为出口目的地,也作为重要的投资地、创业地。

7年来,进博会的溢出效应日渐显现,“投资中国、惠及全球”的双向循环、良性互动逐步形成,中国市场成为联结外资企业、国际市场的重要纽带。外资企业投资中国、加码中国、深耕中国的步伐从未停歇。

看好中国前景

走进今年的国家会展中心(上海),可以在很多地方看到这样一个指示标——“贸易投资对接会”。自11月5日起,“投资中国”自贸试验区专场推介活动、第七届中国国际进口博览会贸易投资对接会、临沂市投资贸易专场推介会、北京大兴国际机场临空经济区投资环境推介会等一系列活动相继举办,吸引了大量外资企业参与。

一场场投资洽谈的背后,传递出外资企业看好中国市场前景的信号。近年来,中国持续推进高水平对外开放,稳步扩大制度型开放,优化营商环境,帮助企业解决实际问题,为各国企业带来贸易拓展、投资兴业、创新应用的发展新空间。

以中国(江苏)自由贸易试验区苏州片区为例。目前该片区已形成制度创新案例190多项,并于2021年获得科技部批复,建设全国生物医药领域首个国家技术创新中心。“中国自贸试验区优化了营商环境,鼓励创新并促进工业增长,成为推动中国经济转型的有力工具,其取得的成就令人印象深刻。”联合国工业发展组织总干事代表塞西莉亚·乌加兹·埃斯特拉达表示。

“中国持续优化营商环境,推进高水平对外开放,为德莎的创新发展提供了厚植土壤。”德莎大中华区区域总裁何斯夫说,作为胶粘解决方案制造商,德莎深耕中国25年,始终将中国作为全球最重要的战略市场之一,不断扩大在华业务布局。2005年德莎在苏州建立了亚太地区首家工厂,并于2022年扩建客户解决方案中心。

因营商环境优化而长期看好中国市场的还有乐高集团。目前该集团的浙江嘉兴工厂产能扩建项目即将完成,体现了其持续深耕中国市场的信心。

扩大在华投资

统计显示,前六届进博会已有1000多家外资企业赴中国各地开展精准对接,越来越多的参展商在中国开出新门店、新工厂、新研发中心。多家外资企业表示,接下来将进一步扩大在华投资。

一方面,约定好的投资承诺稳步落地。“第六届进博会期间,卡尔史托斯宣布将在上海松江建设亚太地区首个本土化制造基地。今年上海松江制造基地落成,本届进博会期间也首次展出了本土生产的首批样机。”卡尔史托斯中国区总经理阮琮说,目前该批样机已递交产品注册申请。

同样持续推进“中国中心”战略,不断加大在华投资的还有施耐德电气。施耐德电气

副总裁、公司事务及可持续发展中国区负责人夏学英介绍,2023年11月底,施耐德电气无锡绿色智慧产业园破土动工;今年4月份,公司旗下全球最大中压生产基地落地厦门;9月份,中国电力实验楼二期项目在上海金山区落地。

另一方面,新签约的投资计划稳步推进。在太古集团的展台可以看到,太古地产“港币一十亿元投资计划”中的中国内地项目、港机集团单笔最大投资——厦门太古翔安国际机场维修基地的时间表已明确。

进博会“七年全勤生”德国卡赫集团2024年再度加码在华投资。自2018年参加首届进博会以来,德国卡赫已累计在中国投资超20亿元。其中,该集团2019年投资3.8亿元,在江苏常熟成立卡赫中国总部,逐步完

善品牌在中国的发展运营;2023年投资1亿元,在苏州工业园区打造全球研发中心。

形成双向循环

随着进博会的溢出效应不断显现,除了展品变商品、展商变投资商,“投资中国、惠及全球”的双向循环、良性互动也逐步形成。

瓦里安医疗的投资、出口之路颇具代表性。作为最早进入中国的跨国公司之一,40多年来,瓦里安医疗立足中国发展、持续扩大投资。目前,北京基地已成为瓦里安全球最重要的生产和研发基地之一,82%的产品均销往海外市场,覆盖全球90个国家和地区,其中大多数为共建“一带一路”国家。

“金光集团APP旗下的宁波亚浆于2020年开始‘零塑纸’研发进程。2023年12月份,

宁波亚浆实现了首批产品的量产交付,目前‘零塑纸’已被销往欧美多个国家。”金光集团APP(中国)副总裁翟京丽说。

与传统的投资建厂模式不同,近年来的一个显著变化是,外资企业逐步将中国作为重要的研发基地。亲自感受到进博会溢出效应后,医科达愈发坚定了深耕中国市场的信心。其于2018年在上海设立区域总部,成立医科达(中国)投资有限公司,随后又投资成立医科达(上海)科技有限公司,目前有140余名研发人员参与医疗软件的研发与维护,产品辐射120多个国家和地区。

“我们始终坚信,投资中国就是投资未来。”欧莱雅集团董事长安巩表示,欧莱雅集团对中国市场充满信心,这份信心源于中国式现代化的宏伟前景,来自中国消费者,来自在中长期拥有无限潜力的中国市场。



图① 在第七届进博会中国馆,观众在观看山东青岛自动化集装箱码头模型。相较于往届,本届中国馆新展品的互动性更强,趣味性更足,凸显了新质生产力在推动高质量发展中的重要作用。

图② 11月7日,观众在进博会汽车展区丰田展台参观。本届进博会汽车展区汇聚了众多全球知名整车企业,带来汽车产业最新产品、技术及解决方案。

图③ 11月8日,观众在进博会消费品展区宜家展台参观。 本报记者 赵晶摄

跨国公司说

□ 本报记者 禹洋

必和必拓集团首席商务官邬睿格:

为深化伙伴关系提供平台

在第七届中国国际进口博览会必和必拓集团展台正中央,一座沙盘立体呈现了其位于智利的全球在产最大铜矿——埃斯康迪达铜矿。展台介绍了铜在可再生能源和电动汽车产业发展中的重要作用,传递公司实现绿色脱碳减排的愿景。必和必拓集团首席商务官邬睿格表示,进博会不仅为企业提供了拓展市场的优质平台,更以合作共赢推动产业发展,为实现绿色低碳和创新发展注入动力。

今年是必和必拓第7年参加进博会。“中国已成为必和必拓的最大市场,更成为商品和服务的重要供应国。我们有超过一半的产品销往中国,每年的进博会都是我们与客户和合作伙伴交流洽谈的好机会。”邬睿格表示,本届进博会无论是展览规模还是展商数量均创历史新高,中国在以实际行动展示推动全球产业发展和培育开放市场的决心。

近年来,中国不断完善高水平对外开放体制机制,推出了一系列便利外商投资的举措。“从20多年前第一次来中国到现在,我见证了中国发展的包容性。中国对各类外资企业、各种经营模式秉持开放的态度。同时,中国生产的高质量产品,在全球市场得到了广泛认可。”邬睿格说。

今年进博会上,新质生产力备受瞩目。邬睿格表示,发展新质生产力将持续推动对矿产资源的需

求。必和必拓每年供应中国的铜精矿达数百万吨,这对必和必拓意味着巨大的机遇。“铜是全球能源和交通运输系统电气化必不可少的矿产原材料。我们预计,到2050年,全球铜需求将增加约70%,超过每年5000万吨。近年来,中国可再生能源、电动汽车和锂电池产业飞速发展,这些都是中国未来发展的新动力,也是必和必拓希望拓展的领域。”邬睿格说。

在本届进博会上,必和必拓分享了最新发布的2024《气候转型行动计划》。在邬睿格看来,未来几十年世界的发展离不开矿产资源,必和必拓一直和中国合作伙伴一起探索可持续的新型生产方式和贸易模式,满足未来几十年全球对重要矿产资源的新需求。同时,世界经济向绿色低碳转型也离不开资源产品开发生产过程中的节能减排,助力相关产业链上下游实现减排目标,这也是必和必拓和中国企业合作的重点。

“如果用一个词来形容在进博会上的收获,我认为是伙伴关系。”邬睿格表示,进博会让必和必拓与合作伙伴的关系更加紧密。必和必拓计划加大对可再生能源、绿色技术和可持续产业发展的投资,未来将与中国合作伙伴一起,依托先进AI技术创新,提升供应链的绿色效能,为推动可持续发展、应对气候变化贡献力量。

本版编辑 韩叙 赵阳 美编 高妍

人文搭台唱好经贸大戏

本报记者 韦佳琪

身着华丽汉服的长安舞蹈团演员随音乐起舞,身后灯箱呈现出复原盛唐长安街景的插画——在第七届中国国际进口博览会人文交流活动陕西“老字号步行街”展区,“盛世霓裳”表演吸引了众多中外观众驻足观看。

“四叶草”馆中,这样的人文交流活动让人目不暇接:本届进博会的人文交流活动展示面积超过3.2万平方米,为历届之最。进博会期间,会有200余场精彩纷呈的中外文艺表演在中央广场人文舞台呈现,别具特色的舞蹈、乐曲在各国国家馆内上演。除文艺演出外,虹桥国际城市“会客厅”展示区连同中华老字号、非物质文化遗产、国家级步行街、中国旅游四大展示专区,向八方来客展现中国丰富的人文经贸、城市故事和乡土人情。

现场中外观众纷纷拿出手机拍照录像、分享亲朋。

在本届进博会人文交流活动四大展区,许多地方展馆创新运用数字化展示技术,以全息投影、人工智能数字人讲解等形式,打造沉浸式体验、互动参与、展销交流于一体的空间,让观展人得以直观认识根植于地域文化特色的产品、产业。另有不少展馆的企业展示区集中推介本土非遗老字号产品,借助进博会带来的巨大线下流量,触达更加多元化的潜在消费群体。

随着扩大免签“朋友圈”等一系列便利外国人来华政策落地实施,“China Travel(中国旅游)”话题在海外社交平台热度高涨。进博会作为高水平开放平台,人文交流活动展区

也成为来访者快速了解各地自然风光和人文风情的窗口。通过设置拍照打卡点、趣味展台,陈列精美可爱的文创产品,展商让地域文化变得更加可亲,拉近了与来客的心理距离,吸引其日后实地探访。

本届进博会上为何要搭建如此大规模的人文交流舞台?人文交流展区爆棚的人气就是答案。进博会交易的是商品与服务,交流的是文化与理念。人文交流有助于观展人在沉浸式体验中感受商品背后的文化底蕴和价值内涵,以轻松的方式增进对各地文化的理解和认知。在这其乐融融、美美与共的氛围中,中国以经贸“硬实力”和文化“软实力”向世界展现可信、可爱、可敬的形象,以一如既往的开放姿态迎接四海宾朋。