

# 坚定了我们扎根中国发展的信心

## ——国内外企业热议习近平主席在进博会开幕式上的致辞

本报融媒体记者 杨岚 李京 陈姝廷 刘佳政 汪凯

11月4日，上海，装点一新的“四叶草”以开放的怀抱迎五洲宾客，谋合作共赢。第五届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）在上海国家会展中心举行。国家主席习近平以视频方式出席进博会开幕式并发表题为《共创开放繁荣的美好未来》的致辞，得到了中外参展企业的广泛热议和好评。大家看到了中国主动向世界开放市场、同各国分享中国机遇的满满诚意，也对进博会的成功召开充满了期待和信心。

### 推动共享制度型开放机遇

习近平主席在开幕式上提到，“以开放纾发展之困，以开放汇合作之力，以开放聚创新之势，以开放谋共享之福。”吉利德科学全球副总裁兼中国区总经理金方千表示，习近平主席的演讲令人倍感振奋，其中开放和机遇两个关键词令他印象尤为深刻，坚定了我们继续深耕中国市场的信心和决心。

“‘共享制度型开放机遇’作为中国政府促进高质量、高水平开放的承诺，让外资企业在华投资发展吃上了‘定心丸’。”金方千介绍，一直以来，吉利德以“创造一个更健康的世界”为愿景，致力于推动药物革新，以预防和治理HIV、病毒性肝炎和癌症等可危及生命的疾病，突破曾经的“不可能”。美敦力全球高级副总裁及大中华区总裁顾宇昭表示，进博会上的一条条开放承诺，都转化为振奋人心的务实举措。中国政府实行更加积极主动的开放战略，彰显了中国政府扩大高水平开放

的决心。中国发展离不开世界，世界发展也需要中国。

默克中国医药健康董事总经理张巍对习近平主席致辞中的“中国将推动共享制度型开放机遇”这句话印象深刻。他说：“进博会已经成为全球共享的国际公共产品，是投资促进、人文交流的纽带，是前沿技术、创新科技的展台，更是中国促进经济全球化采取的一项重要举措”。他表示，中国是默克重要的战略市场，我们不断以高质量的创新药品和医疗解决方案服务中国；同时，以开放的心态和稳健的步伐，拥抱数字化时代，持续拓展医药健康的可及性。

作为五年进博会的“常驻客”，强生全球资深副总裁、中国区主席宋为群谈道，强生首秀“黑科技”，扩展“朋友圈”，提升创新成果落地“加速度”，年年满载而归，在一个开放的中国，感受到了实实在在的发展机遇。

### 让中国的大市场成为世界的大机遇

开幕式上，习近平主席再次强调了进博会在开放和共享上的重要作用。

天丝集团CEO许馨雄谈及五年变化时表示，进博会作为中国对外开放的重要窗口，让中国的大市场成为世界的大机遇，让全球企业深切感受到世界第二大经济体的市场潜力。在这里，新的产品、新的技术，通过搭乘“进博快车”，加速实现商品化落地，让展品变商品；在这里，全球企业贸易相通，中国的市场成为世界的市场，世界的展商

变成中国的投资者。作为红牛品牌及“红牛”商标的创始人和所有者，天丝集团将中国视为最重要的海外投资市场，比以往更加期待通过区域合作和扩大开放共享中国市场新机遇。

全球生物制药企业阿斯利康全球执行副总裁、国际业务及中国总裁王磊表示：“进博会已经成为中国新发展格局的窗口，推动高水平开放的平台，全球共享的公共产品。通过进博会，我深切感受到，中国政府在建设开放型世界经济，推进更广泛国际交流方面所作出的不懈努力。进博会向全球传递了积极的信号，中国的高质量发展将为全球发展带来新动能。”

从进博会的“回头客”到每年“回头客”，阿斯利康今年是连续第五年参加进博会。王磊表示，进博会溢出效应强大，多项“进博成果”在中国开花，并在世界结果。进博会已成为分享中国大市场带来的世界大机遇的重要平台，也向世界展示了中国开放市场的价值和魅力，让展商对中国未来发展充满信心。

承接进博“强磁力”，共享发展大机遇。进博会释放出的愈发强大的“溢出效应”让更多展品加速变商品，更多商品星速变爆品。瓦里安医疗全球资深副总裁兼大中华区总裁张晓博士表示：“进博会是定心丸，坚定我们扎根中国发展的信心。进博会越好越好，也为瓦里安的发展带来了加速度。未来，瓦里安医疗还将不断扩大本地产业链合作，直接物料采购金额预计每年以20%-25%的速度增长，并以中国加速度达成下一个千台里程碑。”



## 聚焦“零碳展馆”背后的绿色实践

本报记者 崔吕萍

在第五届进博会消费展区，有一片由流彩软木打造的通透空间，映衬着馆内琳琅满目的高端美妆展品。它就是雅诗兰黛集团的“金彩阁”，也是本届进博会消费展区的首个“零碳展馆”。

据我们了解，遵循绿色、低碳的可持续发展理念，“金彩阁”使用的建筑材料全部都经过了FSC®可持续森林认证，并获得中国首张FSC可持续森林项目认证证书。

资料显示，从2020财年起，该集团已经在企业自身运营领域实现了净零排放目标。在生产环节，使用

100%可再生电力，同时实现了100%工业废料零填埋。展望未来，该集团承诺，到2025年，在集团及其品牌的产品包装中，消费后再生产(PCR)材料比例将达到25%以上；到2030年，降低原生石油基塑料的使用量到50%以下。

在中国，该集团持续推进“绿色包装”，从包装设计、材料选择，到使用和废弃的整个产品生命周期过程，顺应可持续发展趋势。到2025年，其产品包装将100%使用经过FSC森林认证的纸质材料，并通过“无封箱胶带”和“去除礼盒”等方

## 由“YOYO”品中国企业“出海记”

本报记者 崔吕萍

士的动力电池产业几乎处于空白状态。

空白就是机会。路迪认为，中国、欧洲和美国都是全球新能源汽车主要生产制造集中地。从原材料供应、三电系统到整车制造，中国已经形成了全球最完善的新能源汽车产业链，而欧洲在电池、原材料等领域较为薄弱。欧洲新能源汽车市场的发展，为中国企业提供了机遇。

基于对欧洲市场痛点和消费者习惯的洞察，XEV选择以小车作为切入点，欧洲国家的主要城市中，具有悠久历史的老城特别多，而其历史建筑物的保护意识很强，所以城市内道路非常狭窄（推测这些道路原本是为马车修建）。由此路迪和他的团队认定，轴距短、车身窄的小型代步车对于欧洲消费者是刚需。与此同时，其换电业务已与当地能源巨头ENI（意

### 共同培育全球发展新动能

作为全球首个以进口为主题的国家级博览会，五年来，进博会合作成果丰硕，成为推动中国与世界市场相遇、产业相融、创意互促、规则互鉴的国际大平台。

“进博搭台，多方共舞。进博会让国内外各种资源流动起来，激发出新的势能，为企业提供了重要的市场机遇、投资机遇和增长机遇。”西门子医疗大中华区总裁王皓谈道，近年来，西门子深切感受到进博会“磁力”的不断增强。今年也恰逢西门子医疗正式开启本土研发生产30周年，将一如既往地持续加大本土化创新研发投入，携手中国产业链上下游的合作伙伴，深度赋能中国医疗行业生态系统，让创新理念和成果惠及更多中国民众。

蒙牛集团总裁卢敏放表示，作为进博会五年的忠实老友，蒙牛陪伴“越办越好”的进博会共同成长，成功跻身全球乳业七强，从“中国牛”逐步走向“世界牛”。未来，将继续走好脚下的路，以国家队的责任与担当做好中国乳业对外开放的“排头兵”，进一步增强国内国际两个市场两种资源联动效应。

“迈入第五年，规模更大、质量更高的进博会打通了国内和国际两个市场，见证了中国坚定不移走高水平开放之路的决心和魄力，也为外资企业深耕中国市场注入了更多的确定性和正能量。”进博会的“老熟人”，礼来中国总裁兼总经理季礼文表示，听完习近平主席的致辞，深受鼓舞，今年再赴“东方之约”，将聚焦糖尿病、肿瘤、免疫和神经退行性疾病等中国患者迫切需要的疾病领域，展出重磅创新成果。

5日，记者在汽车展馆看到，汽车展区首次设立商用车板块，聚焦汽车产业低碳转型，全球十五大品牌价值车企悉数参展。展馆内涵盖汽车整车产品、智能网联、新能源产品与技术、智慧交通等类别，以新产品、新技术展示了全球汽车产业的最新成果，90%的展车都是新能源汽车。

进博会举办五年来，跨国车企对中国车市越来越熟悉。展区从迷你版的车展，到全球最新车型、最尖端的科技，越来越有看头。在参展车企中，奔驰、宝马、大众等德国车企更是五届进博会全勤出席。他们在中国的发展模式也悄然变化。从多年前的投资引进，到近些年的合作开发，再到如今与中国产业链深度融合。

本报记者 田福良 摄

式简化包装。“可持续发展是雅诗兰黛集团发展战略中的重要一环，也是集团对中国长期承诺的关键组成部分。”雅诗兰黛集团中国区总裁兼首席执行官樊嘉煜表示，未来，我们将在为中国消费者带来丰富的高端美妆产品和高触感服务的同时，开展更多契合中国实际情况的可持续发展项目，与更多的合作伙伴携手，推动美妆行业的可持续发展进程，倡导绿色消费，支持“双碳”进程。

“FSC认证是全球很影响力的森林认证体系，致力于促进环境、社会和经济的平衡发展。”必维体系认证事业群总经理邵凤贤表示，雅诗兰黛集团这次成功获得FSC项目认证证书，不但凸显其在消费品行业中积极承担企业社会责任领导地位，更起到了促进消费者了解和参与环境保护的示范作用。同时，她也希望未来与更多的企业携手，投身低碳发展，绿色经营，共同守护绿色家园。

“XEV期待借助进博会这个平台，开启回归中国市场之路。”谈及为了远行的回归，路迪表示，中国新能源汽车行业具备技术和成本的双重优势，因此XEV的研发、生产、供应链均立足于中国，中国市场是基本盘，做好中国市场能让全球市场的布局事半功倍。

“未来，XEV将坚持全球化战略，追求‘中国-全球双轮驱动’：一方面，充分贴合国内消费市场的需求，将在全球范围内已被验证过的好产品、好服务返程带回中国市场；另一方面，XEV将持续与合作伙伴发挥‘协同作战’效应，共同面对激烈的市场竞争，寻求更多合作机会，打造国际品牌，助力更多‘中国智造’走出国门。”路迪这样说。

## 进博会里的“大”数据

### ——中国经济怎么看之一百零一

杨朝英

进博会已成为我国构建新发展格局的窗口。国际客商通过这个窗口，能够发现大量商机；国内消费者通过这个窗口，可以找到更多称心的商品。作为观察者，我们透过这个窗口，则可以发现更真实的经济脉络。

学者们分析经济现象，不外乎抓住两个关键点：核心指标和适当的方法工具。这次我也借用一下这个方法。核心指标是连续五届参加进博会的世界500强企业；分析工具是归纳+演绎。

笔者用了三天时间，通过查阅五届进博会参展商资料，发现国际上的大企业对中国经济发展的信心越来越足了，从第一届180多家世界500强和行业龙头企业，到第五届284家世界500强和行业龙头企业，数量在稳步增加。其中，那些扎下根来的世界500强企业，表现得尤为坚定，提前锁定下一届参展资质已成为标配。

笔者根据公开新闻报道的信息，将参加各届进博会的世界500强企业和行业龙头企业名单进行对比发现，至少有53家世界500强企业实现了“大满贯”。他们不仅五届进博会一场不落，而且参展产品、技术、服务不断迭代升级，场馆面积也在不断增长。从这些企业中，我们还能发现一些更有意思的事儿。

一是在美国政客们不断鼓噪“脱钩”之际，中美之间的经贸往来不仅没有疏远，反而更深了，只是因政治干扰而呈现宽幅波动的状态。

宏观数据已经给出了佐证。2018年，中美双边货物贸易总额6335.2亿美元，同比增长8.5%。2019年，受美国对华加征关税的影响，中美实现货物贸易额5413.8亿美元，下降14.5%。2020年，中美贸易额将近5867亿美元，同比增长了8.3%。2021年，中美贸易额达到创纪录的7500多亿美元，同比增长28.7%，远高于贸易战发生之前的数据。到了今年前三季度，因为美国政策干扰和加息导致美元升值的因素，以美元计价的中美贸易总额又出现了明显下降。

不过，从上述53家世界500强企业的表现看，大企业的目光更为长远，也更坚定。有17家美国公司连续参加五届进博会，占据近1/3份额。而且，这些大企业在中国的产业分布也比较均衡，从智能装备到消费电子，从汽车到大健康、物流，基本实现了高利润领域全覆盖。而且，中国不仅是这些大公司的消费市场，也是其创新家源地之一。正如通用电气全球副总裁、中国区总裁向伟明所说，中国作为全球第一大能源市场、第二大航空和医疗市场，对于公司来说非常重要。公司将继续加码对中国市场的布局与投资。在中国本地研发的成果不仅服务于本土客户，更惠

顾全球市场，对公司在全球战略发展起着重要支撑作用。二是中国参与国际大循环的基本盘比较稳固。统计显示，德国、日本各有9家世界500强公司连续参加了五届进博会。11月4日，在进博会召开之际，德国总理朔尔茨带着企业代表团访华的行动，正是中德合作不断巩固的缩影。据商务部消息，今年1-9月，全国实际使用外资金额10037.6亿元人民币，按可比口径同比增长15.6%，其中德国实际对华投资增长了114.3%。

中德、中日之间的经贸关系，实际上是中欧、中国与亚洲其他国家合作的缩影。2021年，中欧贸易额首次突破8000亿美元，双向投资规模累计超过了2700亿美元。今年1月至8月，中欧贸易总额为5752.2亿美元，同比增长13.1%。欧盟对华投资74.5亿美元，同比增长121.5%。

许多观察者比较关注中日、中韩关系，对东盟关注较少。实际上，东盟已经是我国最大的贸易伙伴。其次是欧盟、美国。今年1-7月，中国-东盟贸易额达到5449亿美元，同比增长13.1%，占中国外贸进出口总额比重提高到15%。中国连续13年保持东盟最大贸易伙伴。按照这个趋势，今年中国与东盟之间贸易额大概率会突破1万亿美元。

三是中国式现代化已经展现出诱人的前景。中国式现代化是14亿多人的现代化，这在人类发展史上前所未有；全体人民共同富裕的现代化，蕴含的巨大需求与激发的创造力将前所未有；物质文明和精神文明相协调的现代化，意味着中国人民既有自强不息之志，又有厚德载物、讲信修睦、亲仁善邻之情；人与自然和谐共生的现代化，将在这片土地上生活、创业的人们提供宜居、宜业的环境；走和平发展道路的现代化，意味着经济快速发展和社会长期稳定两大奇迹的新篇章将不断续写……这些前景正在生长，敏锐的国际大企业早已经通过中国经济、社会的脉动有所感知。通过梳理发现，上述53家世界500强企业，在华主业中，有14家从事智能装备研发生产和销售，14家从事汽车产业，8家从事大健康行业，6家从事食品行业，5家从事电子消费和家电，2家从事金融综合服务，其余4家分别从事日化、美容、物流和软件服务。这些公司的主业，与高质量发展这一全面建设社会主义现代化国家的首要任务相契合。

总之，以上这些分析，逻辑依然有待完善之处，样本也并不丰富，但从全球500强企业超强的前瞻布局能力和塑造趋势能力看，他们的选择，无疑对全球中小企业会产生强大的影响力。再结合宏观数据相互佐证，无论是投资人还是观察者，都应该对他们的抉择给予高度重视。

投资中国，就是投资未来！

资料来源：历届进博会新闻综合 制图：杨朝英

## 进博会老朋友们的“心里话”

本报记者 李元丽

朋友圈不断扩容、新技术精彩亮相、新鲜货云堆推出、绿色潮流随浪而来……面对疫情冲击与不确定的全球局势，第五届进博会如期举行，高扬互利共赢之帆，把稳团结合作之舵，激荡起中国和世界携手共创美好未来的澎湃动能。

从首届的578.3亿美元到第四届的707.2亿美元，前四届进博会累计意向成交额超2700亿美元，一次次洽谈、一场场签约、一笔笔订单，让新老朋友乘兴而来、满意而归。

数据显示，参展第五届进博会的世界500强和行业龙头企业回头率近90%，从“回头客”到“回头客”，再到“常驻客”，再见老朋友，展商们与记者分享了自己的收获与期待。

作为第一届进博会首个报名企业，来自日本的那智不二连续五年“打卡”进博，更将总部设立在国家会展中心，成了“四叶草”的租户。“中国经济将持续增长”是持续到访的缘由。

“每一届进博会都会带给我不一样的感受。”作为进博会的“老朋友”、连续5年参展进博会的霍尼韦尔中国区总裁余锋表示，进博会是霍尼韦尔集中展示成熟技术与解决方案、首发首展旗舰创新产品、扩大在华投资、拓展合作伙伴关系的一站式平台，也是一个“美美与共”的平台，期待通过本届进博会与更多中国合作伙伴携手。

“进博会的魅力在于合作平台的聚合效应，更在于中国市场巨大的消费潜力。近几年进口烈酒在内地的销售额每年以20%至50%的幅度快速增长，足见中国市场的巨大发展潜力。”参加多届进博会的“老朋友”、人头马君度集团中国区首席执行官彭爽玲表示，通过进博会这一平台，不仅能加深中国消费者对品牌和产品的认知度，还能更好地了解中国消费者的喜好，进而开拓创新。

“深耕多年，中国广阔的本土市场在汉高的全球业务中发挥着重要的作用。”汉高大中华区总裁荣杰博士告诉记者，汉高在50多年前就进入了中国市场，在香港设立了第一个办事处。此后，汉高在中国持续投资数十年，与中国市场共同发展，支持当地产业和人才的发展。如今，中国是汉高的第三大市场，在汉高全球业务中发挥着重要作用。

展望未来，荣杰博士表示，汉高对中国市场的长期发展前景具有信心。中国经济的韧性、发展潜力与活力足，长期向好的基本面不会改变。中国推进以更高效和可持续的方式实现更高质量的增长，这将进一步促进创新和可持续发展，为与汉高一样的公司提供更多发展机会。“我们相信，汉高将在中国市场获得更大的发展机遇。”