

进博“汇”全球 开放“惠”世界

■ 本报记者 晏澜菲

日夜兼程,共赴开放之约;四叶草内,携手踏浪新程。

从四面八方汇集的展品、从全球各国赶来的嘉宾,全面线下举办的第六届中国国际进口博览会再次高朋满座,热闹非凡。百余名世界500强和行业龙头企业全球总部高管来华参会,规模创新高;全球十五大整车品牌、十大工业电气企业、十大医疗器械企业、三大矿业巨头、四大粮商、五大船运公司悉数亮相,进博会的质效再次提升。

一首全球经济共前行的协奏曲在此奏响。黄浦江畔、四叶草内,响彻的是中国高水平开放的庄严承诺,给予的是外资企业深耕中国市场的坚定信心,见证的是持续为世界经济注入正能量的中国力量。

看好在华投资前景

今年1—9月,中国实际使用外资金额9199.7亿元,同比下降8.4%。尽管如此,在去年同期基数较高的情况下,今年前9个月的引资规模仍处于历史高位。

与此同时,今年中国吸引外资依然呈现出新设外资企业数增长较快、引资结构不断优化、部分发达经济体对华投资力度加大等亮点。特别是今年前9个月,全国新设立外商投资企业37814家,同比增长32.4%。跨国公司仍看好在华投资前景。

从“全面取消制造业领域外资准入限制措施”到“主动对照国际高标准经贸规则,深入推进跨境服务贸易和投资高水平开放”,从加强与外资企业的沟通交流,不断优化外资促进和服务,到出台《国务院关于进一步优化外商投资环境加大吸引外商投资力度的意见》,中国持续打造市场化、法治化、国际化的一流营商环境,让中国始终是跨国投资难舍的热土。

和中国一起成长的汉高对深怀有感触。“去年我们正式启用了位于广东东莞的汉高电子粘合剂华南应用技术中心,今年6月投资8.7亿元的粘合剂技术工厂‘鲲鹏’在山东烟台破土动工、位于上海的汉高粘合剂技术创新中心也在扩建,这将是汉高在全球的第二大创新中心。”细数着公司在华投资的点滴,汉高大中华区总裁荣杰博士直言,汉高始终相信中国经济的潜力、韧性和长期可持续性。

荣杰告诉记者,可以预见的是,从新能源汽车、5G电信、精密制造、包装到美发、家清等行业,中国新兴产业高质量发展步伐还在加快。随着中国对外开放

的进一步推进和营商环境的不断改善,汉高将持续在中国投资,加速有影响力的本地创新,增强端到端能力,结合汉高在可持续发展方面的全球经验,为中国客户和消费者提供支持。

与中国本土合作伙伴“双向奔赴”则是拜耳持续看好中国这片投资热土的见证。“把全球的优势资源‘请进来’,让更多本土创新产品和解决方案一起‘走出去’,我们愿意与中国本土合作伙伴一起去探索,不断创新突破。本土‘朋友圈’伙伴的创新力、突破力、反应力等,都吸引着拜耳健康消费品不断深化本土伙伴的合作。”拜耳健康消费品亚太区对外合作与创新负责人李晓萌在接受记者专访时如是说。

李晓萌表示,本土伙伴的创新突破能力非常强,对拜耳健康消费品而言是一大吸引力。“他们有许多极富创新的想法,并积极主动地同拜耳一起深耕共创,找到市场里的差异点,满足中国消费者还没有被满足的需求。正是因为这样,合作过程中,双方会以更快的速度,打造出更好、更高效的新品或解决方案。”

中国优化营商环境的一系列做法,让阿斯麦(ASML)充满期待。公司相关负责人表示,ASML认同并珍惜中国在建设持续开放的市场和良好的营商环境方面付出的努力,政府出台的一系列吸引外资政策进一步调动起外资企业参与中国经济建设的积极性。“ASML始终重视中国市场,未来,ASML的在华发展计划也将继续围绕客户服务和支持展开,其中包括产品开发、团队建设、本土能力建设、业务布局等。”

坚定信心持续增资

今年7月,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。这是继去年总投资额约20亿元的四川生产基地开工建设后,天丝集团持续加码在华投资计划的进一步落地。据悉,广西生产基地总投资约13亿元,占地面积为250亩,配置了4条高速全自动化生产线。

2年间,天丝集团已累计在华投资达33亿元。对此,天丝集团首席执行官许馨雄直言,集团持续深耕的背后是对中国经济和消费市场巨大潜力与活力的认可。“近年来,中国坚定不移推进高水平对外开放,更促进了企业与政府间的交流和合作,让包括天丝集团在内的众多外企看到了中国高质量对外开放、加强国际合作的决心,我们也更加坚定了深耕中国市场的信心,并将继续以实际行动不断加大在华投资。”

中国大市场给予的发展机遇,加速了爱特思集团(Inditex)今年开店的步伐。今年以来,爱特思集团不断投资新的具备数字功能的高品质门店,旨在通过进一步

整合、数字化和高效的商业模式,改善中国顾客的购物体验。

“今年8月,Zara沈阳大悦城全新概念店开业。同时,我们也正在上海物色开设新旗舰店的地点。”爱特思集团大中华区总裁白晨铭告诉记者,中国是集团重要的战略市场之一,在开设线下门店的同时,品牌也加大了线上平台的建设。未来,集团将继续深化店铺数字化以及在线平台整合的模式,为中国消费者提供最佳购物体验。

今年是阿斯利康在中国市场30周年,在山东青岛和泰州、江苏无锡等地达成多项重磅合作协议,揭牌区域总部,前9个月2次追加共7亿美元投资……前30年发展树立的信心正在成为阿斯利康下一个30年与中国市场同前行的基石。

“接下来的十年,应该是阿斯利康和中国创新实现‘中西合璧’的时间。”阿斯利康全球执行副总裁、国际业务及中国总裁王磊笑着解释道,就是说阿斯利康要紧紧拥

抱中国创新,将国际创新与中国创新结合,取长补短,实现共赢。

王磊告诉记者,阿斯利康在中国的30年是见证营商环境不断提高的30年,中国持续推出的外商投资利好政策,突出了中国开放的姿态,也树立了外资企业在中国发展的信心。“如今,我们在中国已经形成了五大区域总部、三大世界级生产供应基地、一个全球研发中国中心的全面布局新格局。”他说,企业不断加码中国投入的背后,是对中国经济的信心及助力中国医药创新高质量发展的决心。未来,阿斯利康期待看到更多医药产业的全球生产基地、创新高地、产业集群在中国形成。

创新研发再结硕果

从带着产品和技术参展第一届进博会,到首次以可持续发展为主题参展第六届进博会,“会游戏”“懂音乐”的科技公司——索尼(中国)有限公司这次将把最新理念、技术和应用带到了中国市场。

索尼(中国)有限公司副总裁添田武人告诉记者,本届进博会,索尼将展出创新环境技术“协生农法”,索尼自主研发的三大环保材料OBM、Triporous和SORPLAS的样本以及应用实物,这些环保技术都将加快索尼“走向零负荷”的环境

目标实现,为中国“双碳”目标贡献力量。尤其是首发首秀的智能协生APP配合微型协生角使用,可实现碳管理及植物生长观测的数字化和可视化,让用户在体验先进的绿色科技的同时关注气候变化保护生物多样性。

协生农法是索尼计算机科学研究所(CSL)开发的创新型环境技术,能够利用地球生态系统的自我组织能力生产有用植物。添田武人表示,目前“协生农法”已成功引入中国北京、上海、无锡、苏州、惠州、香港等六个城市,有超过6000平方米的种植试验基地,成功培育超过200种植物。未来计划拓展到中国更多城市。

数字化是勃林格殷格翰的重点发展战略之一。今年,勃林格殷格翰将在进博会展

台打造了富有智能化、未来感的“数字化展区”,集中展示一系列以患者和客户为中心的数字化解决方案,以数字化、智能化创新为医疗健康行业的高质量发展赋能。

“在本届进博会上,我们将有8款来自不同疾病领域的人用药品和动物保健创新产品与解决方案进行首秀。”勃林格殷格翰大中华区总裁兼CEO董博文博士表示,近年来,得益于一系列加速新药审评审批的政策红利,公司在华研发创新全面提速,全球新品“零时差”落地中国,让中国的受试早获益于全球新药研发成果。

以进博会为原点,中国正在汇聚起更强劲的开放力量。从“汇全球”到“惠全球”,四叶草里的精彩新故事已经上演……

展商说

在第六届进博会上,汉高将以“汉动未来,高新永续”为主题,展示来自工业和消费品业务的全面高效解决方案和产品组合,以助力行业发展和可持续发展。

汉高为电动汽车提供全方位解决方案,助力汽车轻量化和提升安全性,并延长电池使用寿命。汉高的可印刷5G天线在实现强大无线性能的同时赋予移动电子设备设计自由度,还可减少材料浪费,并促进进一步的自动化制造。在消费品业务领域,汉高在产品包装中采用了50%的再生塑料,减少二氧化碳排放。

——汉高大中华区总裁荣杰

进博会上,我们将以“Zara博物馆”为主题,展示在中国以及全球市场的时尚主张、品牌历史、创新、可持续发展战略及企业社会责任。同时,我们将宣布与中国本土品牌的一次合作,该产品系列计划于中国新年期间推出,这也是Zara品牌第三次与本土设计师合作。

可持续发展也是此次参展进博会的重要部分,这也是Zara品牌发展战略的重要一环,我们将展示集团在可持续发展领域最新的成果与承诺。我们期待通过进博会平台,分享和交流经验,并基于各方反馈信息,不断改进业务。

——爱特思集团大中华区总裁白晨铭

进博会是跨国企业加速创新成果引入和落地中国的“驱动器”和“孵化器”。今年,拜耳健康消费品带来了覆盖全生命周期,从消化道健康、皮肤健康到营养补充剂等多个日常健康管理领域的创新产品及多元化方案。

——拜耳健康消费品亚太区对外合作与创新负责人李晓萌

此次进博会阿斯利康主展台将全面介绍自1993年进入中国以来,阿斯利康持续专注的重要疾病领域和引进近40种创新药物,并不断开拓前沿成果,助推本土创新实力的历程。同时,还将重点展示在药物研发、生产运营、商业模式等领域推动绿色可持续发展的成果。

在本届进博会上,阿斯利康还将宣布在华投资与布局的新进展,通过打造世界级生产基地,加码本土研发布局,进一步扩大在华区域合作,加速推动中国创新“走出去”,进一步实现国内国际双向赋能。并与多家本土创新企业达成的包括共同开发世界级新药、联合研究创新疗法、全球独家授权及商业化开发等合作,助力中国企业“走出去”,推动中国创新药惠及全球患者。同时还将推动中国研发中心香港分中心落地,深化在华研发布局。

——阿斯利康全球执行副总裁、国际业务及中国总裁王磊

第六届进博会上,天丝集团继续讲述和进博会共赢的故事。在这里,新产品、新技术通过搭乘“进博快车”,加速实现商品化落地,让展品变商品。全球企业贸易相通,中国的市场成为世界的市场,世界的展商变中国的投资商。进博会的连续举办,让天丝集团看到了中国扩大高质量对外开放、加强国际合作的决心,也更加坚定了天丝集团深耕中国市场的信心。

天丝集团不断丰富产品矩阵以更好地满足中国消费者多元化的需求,并于2023年推出了全球首款瓶装能量饮料。

——天丝集团首席执行官许馨雄

本届进博会上,寇驰将携全新子品牌“寇驰之城”(Coachtopia)在中国首次亮相,产品通过可循环使用材料和创新设计赋予产品多重生命周期。每件产品拥有一个专属数字护照,可进一步了解材料的由来及其经历修复、重塑、循环使用的旅程。根植于可持续发展理念,寇驰之城希望打造一个独特的社区平台,在精湛工艺与创新协作的支持下,推动共创更美好的未来。

寇驰展台以湛蓝色作为主色调,并展示材料及道具优选可循环使用材料。这里还设立了定制化服务体验区、数字交互体验区等,让各方来宾沉浸式感受“寇驰之城”的美好魅力。

——泰佩思琦亚太区总裁、COACH中国区总裁兼首席执行官杨葆焱

进博会期间,凯西中国公司将以“特药”“普药”及“商业向善”为核心元素设置主题展区,包括服务于早产儿到老年人在内的多款明星呼吸产品和创新解决方案将同亮相展示。

中国是凯西集团重要的战略市场,拥有巨大的增长潜力。我们相信,进博会可以帮助凯西深化与行业利益相关者之间的合作交流,共同创造更美好的未来。

——凯西集团首席执行官安康礼

新朋友聚进博