

## 全球展商共赴“东方之约” 续写开放合作新篇章

证券时报记者 梅双

黄浦江畔,万商云集,“四叶草”再迎进博时间。展览面积超42万平方米,297家世界500强和行业龙头企业、来自多近800个采购团体参展与会……一连串数字,为已开幕的第七届中国国际进口博览会留下生动注脚。金秋时节,中外展商同赴进博之约,继续书写互惠互利、开放合作的“进博故事”。

具有识别和抓取能力的人形机器人、3D打印空气棉服、可折叠无人机、空中出租车……进博会上的新品“尖货”让人目不暇接。安波福中国及亚太区总裁杨晓明告诉证券时报记者,进博会能够为各国企业交流合作提供绝佳机遇。“我们希望通过进博会这一极具影响力的重要平台,向行业和客户充分展示我们创新的、本地化的先进解决方案。”

在宝马集团展台上,BMW M家族的6款产品悉数亮相,包括刚刚上市的全新BMW M5。展车涵盖燃油车、插电式混合动力车型和纯电动车型。连续7年参展,宝马还带来了新世代车型相关的素材展示。

作为宝马创新的领航者,新世代车型的创新成果将逐步应用在宝马未来所有车型上。首款新世代车型将于2026年在沈阳实现国产。“我们坚信开放创新,在前沿科技领域与中国顶尖科研力量合作,打造满足中国消费者需求的产品。”宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高翔对记者表示。

七年来,进博会持续传递开放强音,不断释放开放红利。前六届进博会已有近2500项代表性首发新产品、新技术、新服务亮相,累计意向成交额超过4200亿美元;累计组织1130多家外资企业和投资机构赴各地开展精准对接,不少展商在中国开出新店、新工厂、新研发中心。

“进博会具有海纳百川的特性,在这里有最好的展商,也有来自政府、行业协会、高校和企业客户等社会各界人士。”SGS中国区总裁郝金玉告诉记者,作为一家来自瑞士的第三方测试、检验和认证服务提供商,公司早在第一届进博会便遇到了很有潜力的合作伙伴,并在之后促成了业务合作。

“参与进博会加深了我们对中国市场的理解,加强了我们与本土企业的合作关系,也有助于我们制定符合中国市场需求的新的发展计划。”郝金玉透露,近年来,SGS在无锡、苏州、上海、青岛、宁波、广州、重庆等地相继投建了多个实验室。进博会带来的市场机遇仍在延续着。

“在进博会期间,有一位长期有偏头痛和失眠困扰的顾客,在我们展台体验产品时获得了宝贵的小憩时间。还有一些顾客有3D眩晕的困扰无法体验黑悟空游戏,他们在展台收获了纯粹的游戏快乐。”注册于加拿大的越凡医疗是进博会的“老朋友”,公司运营总监徐浩杰向记者分享了进博展台的小故事,公司研发的晕车晕船、防吐手环等产品在进博会上获得高频曝光,助力公司产品热销。

“受益匪浅。”德国凯傲集团已连续第七年参展进博会,公司执行董事会成员郭进鹏在谈到往届参展感受时这样感叹。“进博会为寻求进入或拓展中国市场的企业提供了与潜在投资者会面并达成新商业交易的重要机会。它不仅仅是一个进口商品博览会,更是中国与世界深化合作、增进互信的重要平台。”

拜耳集团管理委员会主席比尔·安德森对记者表示,进博会为拜耳提供了展示创新产品和前沿技术、广泛连接各界伙伴的宝贵机遇。作为第七次参展的“老朋友”,拜耳始终将中国视为重要战略市场。过去六年间,在进博会的“孵化器”效应下,拜耳已累计展出超100款创新产品,孵化8个“进博宝宝”,达成了不同领域超30项重磅签约。

“进博会为全球企业提供了一个进入中国市场的直接通道,也为中国企业了解和引进国际先进技术和产品提供了便利。”展商Arjo安究董事总经理周艳告诉记者,本届进博会公司主要展出的是围绕银发生活的养老相关产品,期待通过进博会大舞台的展示,能够更好地开拓中国市场。

蔡司大中华区总裁兼首席执行官福斯特向记者介绍,进博会历经7年发展,溢出效应持续放大,不仅为世界经济注入信心与活力,也为蔡司这样的跨国企业带来宝贵的发展机遇。中国市场已成为蔡司全球市场的重要组成部分。



11月5日,参会者在进博会中国馆拍摄中国商飞的飞机模型。

新华社记者 杜潇逸/摄

### 高端访谈

## 淡水河谷中国区总裁谢雪:支持中国钢铁业加快发展新质生产力



证券时报记者 王一鸣

作为全球经贸合作的重要平台,进博会对跨国巨头产生巨大吸引力。数据显示,参展第七届进博会的世界500强和行业龙头企业达297家,创历史新高。

总部位于巴西的矿业巨头淡水河谷是这297家企业中的一员,同时也是七届进博会的“全勤生”。“一年一度的进博会,体现了中国坚持高水平对外开放、与世界共享市场机遇的决心,而开放正是中国式现代化的鲜

明标志。”淡水河谷中国区总裁谢雪近日在接受证券时报记者专访时表示,本届进博会,公司将全面展示优质产品和创新低碳解决方案,以及淡水河谷与中国在创新、低碳领域开展的最新合作。

谢雪介绍,淡水河谷向中国出口的第一艘铁矿石于1973年交付,比巴西和中国正式建立外交关系还要早一年。“中国自2006年起一直是我们的最大市场,并且自2014年起一直是我们一半以上铁矿石产品的销售目的地。截至目前,我们已向中国累计供应逾30万吨优质的铁矿石产品,以及镍、铜等优质的能源转型金属产品。我们还在采矿、基建、物流设备和服务采购领域与中国开展了紧密合作。”她说。

发展新质生产力是当前经济发展的重点任务之一,也是本届进博会所聚焦的热议话题。淡水河谷如何看待发展新质生产力的意义?谢雪向记者表示:“作为中国长达半个多世纪的亲密合作伙伴和中国钢铁行业可靠的原材料供应商,淡水河谷将继续致力于向中国持续供应各种优质矿产品和创

新低碳解决方案,支持中国钢铁业加快发展新质生产力,实现绿色转型。”

淡水河谷携众多创新低碳展品亮相第七届进博会,其中包括多款优质铁矿石产品和能源转型金属产品、创新铁矿石压块等低碳解决方案等。具体来看,铁矿石压块是公司历时近20年研发的创新产品,这是一款可直接入炉产品,既可用于直接还原竖炉工艺,生产绿色金属,为生产绿色钢铁提供原料;也可用于高炉,取代烧结和球团,可将钢铁生产中产生的温室气体排放减少多达10%。首座铁矿石压块厂于2023年11月在巴西图巴朗综合运营区启动运营,第二座压块厂计划于今年启动运营,两家工厂的年产能总量将达600万吨。

除了铁矿石压块,淡水河谷还将展示Tecored和巨型枢纽等低碳解决方案。其中,Tecored通过使用生物炭替代冶金煤和冶金焦,生产绿色生铁,助力钢铁企业减少或消除钢铁生产中的碳排放。巨型枢纽旨在以直接还原路线生产热压铁块(HBI)的工业综合体。

### 进博故事

## 在中国创业的洋女婿:“希望美国、欧洲也能办个进博会”



李曦萌向记者介绍丹麦企业参展进博会情况 张淑贤/摄

证券时报记者 张淑贤

11月5日,在众多打卡第七届进博会的专业观众中,一个有着北欧面孔、却说着流利中文的身影格外引人注目。他就是中国丹麦商会会长、特雷通集团创始人兼CEO李曦萌(Simon Lichtenberg)。

“这里走,更快。”在进博会各个展馆穿

梭时,李曦萌对路线的熟悉程度甚至超过工作人员。作为中国丹麦商会会长,李曦萌致力于帮助丹麦企业参加进博会。“我很骄傲每年都有很多丹麦企业来参展,第一年不到10家企业,今年已增至近30家。”李曦萌带领记者打卡丹麦企业时,毫不掩饰内心的自豪,他积极宣传丹麦企业,为丹麦企业开拓中国市场牵线搭桥。

李曦萌坦言,一开始大家对“进博会”的概念都有些不理解,通常人们更熟悉“出口”,但沉浸式体验了首届进博会,看到中国各地交易团纷纷前来采购,他瞬间明白了进博会的内涵。

“食品行业有很多小公司,之前难以进入中国市场,但通过进博会的平台,组团参展,得以拓展中国这么大的市场。”李曦萌以丹麦食品企业举例称。

作为一名深谙中国文化的“中国通”,李曦萌在中国生活已达30多年。1987年,20岁的李曦萌来到中国,来到上海。“我对语言感兴趣,当时就想找一个最难读且又覆盖人群广的语言,那肯定是中文。”李曦萌说,“最终选择了复

旦大学。”

毕业后做什么?“‘丹麦人’的身份是我的核心竞争力,上世纪90年代初,在上海的丹麦人只有7名。”基于这一优势,李曦萌在上海创办了特雷通,从丹麦进口家具卖到中国。

后来,李曦萌发现,北欧风情的家具没有沙发,但中国市场却有着需求,于是开始在中国制造沙发,“特雷通目前已成为全球八大沙发品牌之一,每年销售额10余亿元。”

“特雷通集团是一家纯外资的中国企业,全球总部在上海,制造总部在嘉兴,我们的产品主要是在中国生产制造,卖到包括中国在内的多个国家。”李曦萌向记者表示。

基于中国企业的定位,且客户主要在海外,虽然李曦萌连续七年参加进博会,但特雷通集团却并未参加,“希望美国、欧洲也能办个‘进博会’”。

“我们有意大利设计师、美国设计师,以及我,我应该算是中国设计师。”李曦萌笑称。记者追问:“您觉得自己更像中国人还是丹麦人?”“我是新上海人,上海女婿。”李曦萌说。

### 论坛声音

## 《世界开放报告2024》发布 “绿色”引领日渐凸显 数字化服务贸易更加突出

证券时报记者 陈雨康

作为第七届虹桥国际经济论坛的分论坛之一,《世界开放报告2024》发布暨国际研讨会11月5日在上海举行。《报告》显示,世界开放的“涓涓细流”正在顽强地汇聚,“数字”脉动愈加有力。全球数据市场平台交易量2023年同比增长23%;2023年全球可数字化交付的服务贸易同比增速达8.5%,占全球服务贸易的比重升至56.8%,跨境电商迅速发展。

《报告》显示,世界开放中的“绿色”引领日渐凸显。截至2023年末,140多个国家已宣布或正在考虑实现净零目标,覆盖全球近90%的排放量。服务业已成为全球经济的重要支柱,世界服务业增加值占GDP的比重达2/3,全球服务贸易超过15万亿美元,增速远高于货物贸易。

值得注意的是,世界开放趋势与现状堪忧。《报告》提到,2023年,世界开放指数预估为0.7542,同比下降0.12%,比2019年下降0.38%,比2008年下降5.43%,震荡收缩趋势明显。世界社会开放指数提高1.7%,但经济开放指数下降0.2%,文化开放指数下降2.4%。

联合国工业发展组织总干事代表埃斯特拉达表示,世界开放指数在2023年有所下降,延续了自2008年以来的下降趋势。尽管新兴市场的开放指数有所增长,但发达经济体的指数却出现收缩,显示出区域之间的差异化趋势。开放并非理所当然,它需要所有利益攸关方的积极努力和承诺。

开放成效不及预期。《报告》提到,2023年,世界开放政策指数上升0.7%,但开放绩效指数下降1%,说明开放政策虽有改善,但力度不足,效果不彰。

据中国社会科学院大学国际政治经济学院院长张宇燕介绍,近年来全球价值链遭受种种冲击,但仍保持总体扩张趋势。

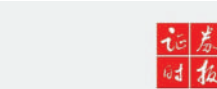
《报告》显示,2022年全球出口的境外增加值率高达24%的历史高点,比2009年高4个百分点。这表明,经济全球化并未发生根本逆转。

## 5000万美元! 第七届进博会首单交易落地



11月5日下午,在第七届进博会现场,采购商上海诺银机电科技有限公司与参展商HIWIN GmbH 上银科技签署了价值5000万美元的采购订单,标志着第七届进博会首单交易落地。

(张淑贤)



专题 | 聚焦第七届中国国际进口博览会

守望资本市场 推动社会进步  
分享自:证券时报客户端



查看专题详情