

消费视窗

中国大市场 世界大机遇

——从中国市场潜力看利用外资吸引力

本报记者 欧阳洁 罗珊珊 杨彦帆

家电贸易份额占到全球的38%，健康医疗、养老托育等服务消费需求升级……中国超大规模市场优势不断释放新机遇。在全球跨境投资低迷的背景下，我国外商投资规模不断扩大，成为吸引全球投资的热土。今年1至10月，全国实际使用外资金额10898.6亿元人民币，按可比口径同比增长14.4%。中国加快建设强大国内市场，推动构建新发展格局，为外商投资提供了更加广阔的发展空间。

市场漫步

进一步畅通交流渠道，完善政策体系，提升服务水平，不断增强广大个体工商户的发展信心

11月1日起，《促进个体工商户发展条例》开始施行。《条例》推出了一系列务实举措，进一步明确了个体工商户的法律地位和重要作用，突出了服务发展的鲜明主题，有助于推动个体工商户实现长远健康发展。

个体工商户以个人或家庭为单位从事经营活动，是推动经济社会发展的重要力量。目前，我国个体工商户总量达到1.11亿户，带动就业近3亿人。近年来，随着新技术、新产业、新业态、新模式的蓬勃发展，网络直播、微商电商等“新个体经济”不断涌现，为我国经济转型升级注入了新的活力。

这几年，受新冠肺炎疫情等因素影响，一些个体工商户面临着经营成本、经营场地、招工用工、贷款融资等不少困难，特别是在餐饮、零售、旅游等领域，许多个体工商户市场预期不稳、发展信心不足。此次发布施行的《条例》，聚焦个体工商户当前面临的突出困难，作出有针对性的制度安排，传递着鼓励、支持和引导个体经济健康发展的鲜明态度，必将能够激发广大个体经营者的使命感、荣誉感、归属感，进一步提振发展信心，实现更好更快发展。

促进个体工商户发展是稳住宏观经济大盘的重要方面。党的十八大以来，各地各部门采取有效措施，推动各类市场主体蓬勃发展。数以亿计的个体工商户守法经营，开拓创新，充分发挥了就业蓄水池、社会稳定器、共同富裕生力军等重要作用，为我国经济社会繁荣发展奠定了重要的微观基础。

促进个体工商户发展是激发市场主体活力的重要举措。市场主体是经济发展的力量源泉，激发个体工商户发展活力是激发市场主体活力的重要内容。《条例》从登记注册、信息服务、数字化发展、纾困帮扶等多个方面，对个体工商户发展提供了全方位支持，为进一步激发市场活力提供了有利条件。特别值得关注的是，按照《条例》，个体工商户可以自愿变更经营者或者转型为企业；变更经营者的，可以直接向市场主体登记机关申请办理变更登记。这有利于推动个体工商户持续经营、打造“百年老店”。

促进个体工商户发展是便利居民生活的重要内容。个体工商户是我国市场的“毛细血管”和“神经末梢”，主要集中在衣食住行等服务领域，在便利居民日常生活方面发挥着不可替代的作用。相关部门要进一步畅通交流渠道，完善政策体系，提升服务水平，及时解决他们在发展过程中遇到的困难和问题，不断增强广大个体工商户的发展信心。

新时代新征程，相信众多个体工商户将继续发扬只争朝夕的拼劲、锲而不舍的韧劲、开拓进取的干劲，在稳增长、促就业、惠民生等方面持续发挥重要作用，为促进国民经济稳定健康发展作出更大贡献。

促进个体工商户健康发展

杜海涛

11月10日，第五届进博会圆满落下帷幕，按一年计意向成交金额达735.2亿美元。行走在进博会场馆，透过一个个火热的洽谈现场，我们看到了中国市场对外资投资的强劲吸引力。

习近平总书记指出：“中国将推动各国各方共享中国大市场机遇，加快建设强大国内市场，推动货物贸易优化升级，创新服务贸易发展机制，扩大优质产品进口，创建‘丝路电商’合作先行区，建设国家服务贸易创新发展示范区，推动贸易创新发展，推进高质量共建‘一带一路’。”

党的十八大以来，我国不断优化营商环境，更有效率地实现内外市场联通、要素资源共享，让中国市场成为世界的市场、共享的市场、大家的市场。在全球跨境投资低迷的背景下，我国外商投资规模不断扩大，成为吸引全球投资的热土。今年1—10月，全国实际使用外资金额10898.6亿元人民币，按可比口径同比增长14.4%。

党的二十大报告提出：“依托我国超大规模市场优势，以国内大循环吸引全球资源要素，增强国内国际两个市场两种资源联动效应，提升贸易投资合作质量和水平。”

中国市场之大体现在哪些方面？这既体现在超大规模人口优势叠加消费升级浪潮而形成的消费大市场；也在于高质量发展推动下，绿色转型、数字经济等发展新动能的澎湃涌现；还在于区域协调发展、朋友圈广泛开拓出的合作新空间……对很多外资企业而言，中国大市场的机遇不容错过。

市场空间更加广阔

共享市场机遇，越来越多的创新产品进入中国，惠及更多消费者

机身小巧灵活，集扫地、洗地、吸尘和拖地功能于一体，能够准确定位、快速建图……第五届进博会上，一款全能型清洁机器人吸引了众多目光。这是德国卡赫与汤恩科技根据中国市场的需求，合作打造的智能清洁创新产品。

中国消费者对生活品质要求不断提高，这为卡赫深耕中国市场带来了广阔机遇。2021年，卡赫中国集团销售规模突破了40亿元，出口规模和国内市场销售规模都创造了历史新高。今年6月，卡赫全球研发中心落户江苏苏州工业园区，进一步扎根中国市场。

“中国加快建设国内大市场，推动各国各方共享中国大市场机遇，这坚定了我们投资中国市场的信心。”卡赫相关负责人唐晓东说。

党的十八大以来，我国深入推进高水平对外开放，连续5年缩减外商投资准入负面清单，在金融、汽车等领域推出了一批重大开放举措，形成了制造业基本开放、农业服务业稳步持续开放的格局，为外商投资提供了更加广阔的发展空间。

家电贸易份额占到全球的38%，健康医疗、养老托育等服务消费需求升级……中国不断释放新机遇。

在第五届进博会期间举办的2022中国进口食品行业峰会上，中国食品土畜进出口商会发布的《2022年中国进口食品行业报告》指出，2012年至2021年，中国进口食品总额年均复合增长率达13%。2021年，进口食品总额1354.6亿美元，同比增长25.4%，创近10年新高。

共享市场机遇，越来越多的创新产品进入中国，惠及更多消费者。

过去几年，强生持续引进旗下医疗科技、制药、消费者健康各业务板块的创新产品，为中国患者提供更精准、更安全、更个性化的医疗服务。

不久前，强生在中国的全资子公司——广州倍绣生物技术有限公司投资1.5亿元启动“升级扩产”项目，投产产整体产能预计提升140%。“中国老百姓对美好生活的向往和对高质量医疗服务的需求，是跨国医疗健康企业对中国市场保持长期坚定信心的原动力。”强生全球资深副总裁宋为群说。

供给结构不断优化

绿色转型成为跨国公司在中国提升综合竞争力的重要方向

在今年的进博会上，资生堂带来了16款替换装产品，展示可持续包装解决方案，将液体代替压缩空气注入瓶中，同时实现塑料容器的塑形和灌装，与现有的同体标准容器相比，该技术可减少70%的二氧化碳排放。

11月15日，资生堂中国公司宣布绿色增长计划，计划2023年在中国市场提供超过150个单品的替换装，推广绿色消费，助力循环经济发展。资生堂相关负责人藤原宽太郎表示，中国是资生堂集团最大的海外市场，也是公司业务增长的重要引擎。

迈向高质量发展，中国正有序推进碳达峰碳中和，低碳消费理念在年轻人群更加普及，具有绿色理念的品牌和产品更受欢迎，绿色转型已成为跨国公司在市场全面增长、提升综合竞争力的重要举措。

今年9月，麦当劳北京首钢园餐厅正式开业，该餐厅参照国际权威能源与环境设计先锋(LEED)评级零碳排放标准和零能耗标准进行设计、施工，将成为中国首家LEED认证零碳餐厅。目前，麦当劳在中国已有1700多家LEED认证绿色餐厅，预计将在今年年底前完成1800家的第一阶段目标，占全部新餐厅的95%以上。

“我们非常关注中国的绿色发展。”麦当劳相关负责人张家茵表示，未来，麦当劳将继续扎根中国市场，与专业的合作伙伴一起，联动上下游供应商，在绿色餐厅、绿色包装、绿色供应链和绿色回收方面不断探索，以绿色发展引擎驱动业务的可持续增长，助力中国实现“双碳”目标。

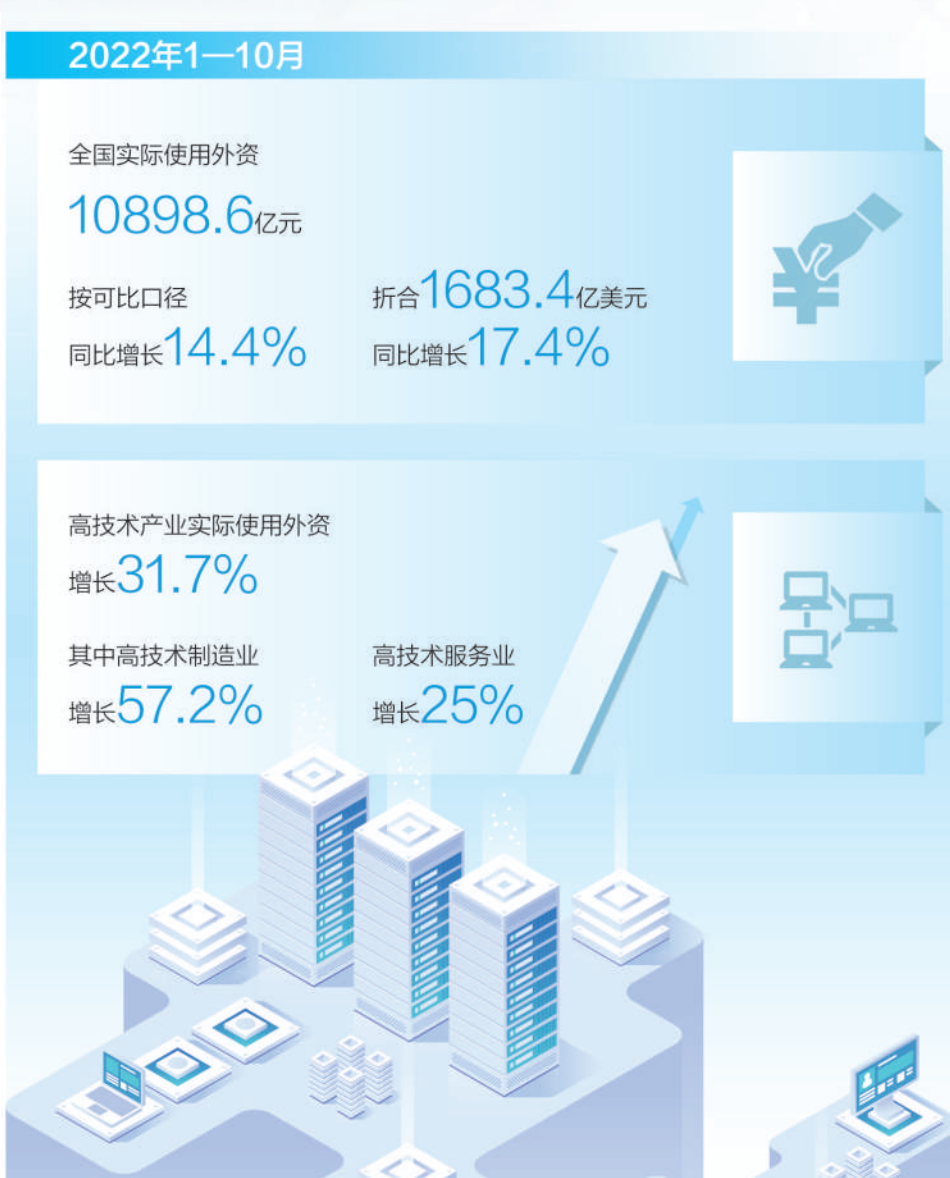
当前，全球贸易、数字经济、绿色转型成为促进全球发展的重要因素。近年来，面对数字化转型这一大趋势，中国不断发展新一代信息通信技术，促进数字技术和实体经济深度融合，催生新产业新业态新模式，不断做强做优做大数字经济。

数据显示，2012至2021年，中国数字经济规模从11万亿元增长到超45万亿元，数字经济占国内生产总值比重由21.6%提升至39.8%。

在上一届进博会上，耐克宣布投资13亿元建立耐克中国创新中心，加大在人工智能、数据仓储、数字平台、电子支付等数字技术关键领域的创新投入。

在第五届进博会上，耐克表示继续投入1亿美元在江苏太仓建立“耐克全自动化无人立体仓”，以满足中国消费者对于电商购物的高时效需求。“中国消费者是全球数字化程度最高的消费群体之一，他们推动了数字创新的发展。”耐克相关负责人门立俊表示，未来耐克还将持续加大投资力度，提升数字化能力，加速实现耐克数字平台的本地化转型。

2022年，虽然线下门店拓展遇到一些困难，但乐高集团仍新开了80家门店。“中国一直是我们重要的市场。”乐高集团高级副总裁黄国强表示，中国市场广阔的



邓白氏公司在本届进博会上带来亚洲首发“数字化全球市场拓展解决方案”，从市场定位、精准触达、客户识别、销售转化以及企业展示五大板块入手，以数字化创新手段助力中国企业在全球市场的持续发展。

“中国已成为邓白氏全球首要战略市场之一。”邓白氏相关负责人吴广宇表示，我们希望持续借力进博会强大的溢出效应，为中国企业提供更高效的数据分析支持和更精准的商业洞察，帮助企业做出各项商业决策，更加深入地参与到中国经济的数字化转型中。

开放红利持续释放

开放大门越开越大，为全球贸易发展开拓了新空间

第五届进博会开幕前夕，西门子医疗数字指挥中心在上海揭牌并投入使用。该中心搭载西门子医疗5G和元宇宙沉浸式教研平台，可让更多基层医院医护人员与临床专家、培训专家连线，提高诊疗能力。

本届进博会上，西门子医疗启动“县级医院医学影像科室能力提升项目”，推动更多优质医疗卫生资源下沉基层。西门子医疗相关负责人王皓说，中国广阔的县域乡村健康需求巨大，西门子医疗将继续把更多优质医疗资源带给中国消费者。

2022年，虽然线下门店拓展遇到一些困难，但乐高集团仍新开了80家门店。

“中国一直是我们重要的市场。”乐高集团高级副总裁黄国强表示，中国市场广阔的

发展空间让乐高集团坚定深耕步伐。目前，乐高集团在中国门店数量大约2/3在二三线及以下城市。

中国市场的广度和深度不仅体现在城市和乡村、一二线城市和三四线城市的梯度地域空间上，还体现在对外拓展国际合作布局上。目前，中国已同26个国家和地区签署19个自贸协定，成为140多个国家和地区的主要贸易伙伴。

在前四届进博会上，长粒香米是柬埔寨展台的明星产品。今年的进博会上，新产品紫衣腰果登台亮相。今年1月1日，《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)正式生效，越来越多的柬埔寨农产品进入中国市场。

中国开放大门越开越大，开放红利持续释放，对区域经济发展产生的积极效应逐步显现，也为全球贸易发展开拓了新空间。

“随着RCEP等自贸协定生效，贸易和投资自由化便利化水平显著提升，极大提高了海外贸易商、品牌方与RCEP缔约国开展合作的意愿，也进一步促进更多海外品牌、商家进驻中国市场，对于企业而言也蕴藏着巨大机遇。”京东集团副总裁、京东零售全球购业务部负责人韩瑞说，近三年来，京东的进口品牌商品采购总额已达5000亿元。

“我们要更好利用RCEP协定构建起的完整营商环境体系，与更多RCEP成员国达成更深入的合作，加速双方跨境进出口贸易进程，让更多企业深度参与到区域产业链供应链的建设中去。”韩瑞表示。

奋进新征程，开放的中国处处涌动着澎湃活力，必将以自身发展为世界创造更多新机遇。

下图：山东自贸试验区青岛片区一瞥。韩加君摄(人民视觉)

市场资讯

商业秘密保护百家企业圆桌会议召开

本报电 国家市场监督管理总局日前在北京组织召开全国商业秘密保护百家企业圆桌会议。会上，百家企业代表联合签署“保护商业秘密 助力创新发展”倡议书，向全国企业发出九项倡议，包括重视商业秘密，保护知识产权；恪守商业道德，净化竞争生态；加强政企联动，健全保护体系等。

会议指出，商业秘密是企业的重要知识产权，是企业核心竞争力。作为商业秘密的创造者和所有者，企业要切实履行主体责任，将商业秘密保护纳入企业整体发展战略，与专利保护统筹协调，科学谋划知识产权布局，推动形成尊重知识产权、保护商业秘密的良好氛围。(欧阳洁)

第十五届中国零售商大会举行

本报电 由中国商业联合会和湖南省商业联合会共同主办的第十五届中国零售商大会近日在北京举行。本届大会以“数字引领新发展 踔厉奋发新征程”为主题，围绕贯彻落实党的二十大精神，聚焦加快发展数字经济、促进数字经济与实体经济深度融合、加快实施创新驱动发展战略等话题展开充分探讨。本届大会还发布了中国商业联合会“2022年中国商贸流通业数字经济应用典型案例”，向商贸流通行业企业提供可借鉴的数字化创新方面的典型经验。(王珂)