

多国外商齐聚第七届进博会——

“中国市场是我们发展的必选项”

本报记者

环球热点

第七届中国国际进口博览会正在火热进行中。从2018年至今，进博会年年举办，从未间断。今年进博会吸引全球约3500家企业参展，数量创历史新高。跨国企业如约而至，“回头客”和“回头客”齐聚。在进博会现场，本报记者采访多位外商，听他们讲述跨国企业眼中的进博会机遇与中国市场。



在进博会医疗器械及医药保健馆，美敦力展示的Hugo RAS机器人辅助手术系统。 本报记者 高乔摄

打开更广阔的市场

首发新产品，展示新技术，开拓新客户，联络老朋友……在本届进博会上，许多跨国企业带来亮眼产品，宣布全新规划，展现中国与世界的双向奔赴。

今年，辉瑞在进博会上亮相了4款全球首发产品，并首次公布“辉瑞中国2030战略”。到2030年，辉瑞将继续投资10亿美元助力中国医药健康行业的高质量发展。我们设定了令人激动的“三倍速中国创新”目标，力争通过创新研发的加速，在2021年至2030年的10年间将60个创新药及新适应症带给中国患者。”辉瑞中国区总裁彭振科说，“进博会不仅是辉瑞展示最新医疗成果的平台，更是传递辉瑞对中国市场长期承诺的窗口。”

德国光学企业蔡司是连续7年赴约进博会的“全勤生”。蔡司大中华区总裁兼首席执行官福斯特介绍，自1957年进入中国以来，蔡司一直对中国市场发展潜力充满信心。2021年起，中国已成为蔡司在全球最大的单一市场，也是最具创新活力、增长最快的市场之一。“近几个月来，我们在苏州建立研发和制造基地，在东莞成立质量卓越中心。为

了进一步推进蔡司的本土化创新战略，我们在上海建立了德国以外的首个企业级创新和研发中心，服务于中国市场和全球市场。”

爱德华生命科学已连续5年参加进博会，在“进博速度”的助力下，爱德华多款全球创新产品落地中国，加快了医疗创新成果惠及中国患者的进程。爱德华生命科学日本及亚太地区全球副总裁丹·利皮斯说：“对于爱德华来说，中国市场不是可选项，而是我们发展的必选项。进入中国20余年来，爱德华见证了在中国对外开放的大门越开越大，营商环境越来越好，同世界的联系越来越紧密。从扩大外资市场准入，到持续深化药品审评审批制度改革，这些举措为跨国医疗企业打开更广阔的市场。”

投资中国的信心和决心

11月6日晚间，80家企业及机构集体签约第八届进博会，签约展览面积近5万平方米。提前一年即签约，一个个合同代表着全球企业对进博会投下“信心票”。“信任”“信心”“活力”是许多跨国企业谈到中国市场时的关键词。

乳制品跨国企业颂味佳携旗下众多品牌参展进博会。“深耕中国市场30



观众在进博会尼康相机展台参观。 本报记者 高乔摄

多年，中国是我们的核心市场之一。我们在中国市场发展态势稳定向好，非常注重本土化策略。在中国新品研发的过程中，我们不断创新，根据中国消费者不断变化的喜好为大家量身打造乳制品。”颂味佳集团在华子公司西诺迪斯总经理范昊德说，“在乳制品行业，中国消费者越来越注重健康，更关心食品的含量和成分，健康意识不断提升。这激励着我们不断推出更多高品质、健康与美味兼具的产品，研发更多符合本土市场的新口味。”

作为首次参加进博会的新西兰乳品企业，春绵乳业带来最新推出的中国新国标全绵羊婴幼儿配方奶粉等产品。“进博会为我们提供了搜集市场反馈的宝贵机会，通过与客户和消费者的互动，我们可以更精准地了解中国消费者的需求，进而优化我们的产品研发和营销策略。”春绵乳业创始人兼首席执行官韩孟德说，“我们希望借助进博会这个平台，与更多中国的经销商、渠道商和跨境电商建立联系，加速新产品的销售和推广落地，将新西兰高品质的绵羊奶制品带到更多中国家庭的餐桌上。”

“得益于中国市场的活力和韧性，中国市场已发展成为资生堂集团极为重要的海外市场。”资生堂中国总裁兼首席执行官梅津利说，资生堂立足本土40多年，从未动摇投资中国的信心和决心。资生堂中国在加快引进集团创新的同时，也更深入地参与本土创新。“我们正携手中国的合作伙伴，不仅为消费者提供创新产品，还将基于中国未来生活场景开发新的美妆体验。秉持‘在中国，为全球’的理念，我们希望借助资生堂的全球网络，将这些基于中国本土研发的创新介绍到更大的国际市场。”

将产品推向全球市场

从“在中国，为中国”到“在中国，惠全球”，越来越多跨国企业不仅

将中国作为出口地，也作为重要的创新基地，跨国企业与中国市场的深度融合，正为世界注入源源动能。

“进博会已成为全球贸易和国际交流的重要平台，进博会的强大‘磁力’吸引着全球先进技术、产品向中国汇集，为推动全球经济复苏和发展提供助力。”安永大中华区业务主管合伙人毕舜杰说，中国金融领域的制度型开放稳步向前，为像安永一样的专业服务机构提供了更为广阔的发展空间。安永将当好跨国企业落地服务的“参谋员”，围绕科技赋能、可持续发展、数字化转型与企业共同探索未来商业模式和发展路径的更多可能，做中国高质量发展的参与者、实践者、推动者。

西门子能源全球首席执行官克里斯蒂安·布鲁赫说：“面对气候挑战和能源转型的艰巨任务，没有任何国家和地区可以独善其身。我们高度认同中国倡导‘同球共济’的精神。在全球能源转型的过程中，世界各国各地区需要同步前行，推进各自的能力建设，建立和加强开放包容、互利共赢的伙伴关系。”

“中国消费市场的巨大潜力让我们对中国市场的未来充满信心。”MUJI无印良品中国董事长兼总经理清水智说，“目前，MUJI在中国销售的生活杂货和食品约70%已经实现了本土开发。中国市场对我们非常重要，我们愿意聆听中国消费者的需求，在当地生产更适合中国市场的商品。同时，我们也深感‘中国设计’的魅力，正加大力度将产品推向全球市场。”

“进博会再次传递出明确的信号：中国愿意进一步开放超大规模市场、与世界各国共享发展机遇，发挥开放与合作在推动世界经济增长和高质量发展中的关键作用。这也坚定了我们对于中国持续培育发展新动能、深度融入世界并积极发挥中国市场作用推动全球经济发展的信心。”彭振科说。

(本报记者高乔、徐佩玉、孔德晨、廖睿灵采访)

在圣多美和普林西比（简称“圣普”）针灸护士莫纳泽里·达科斯塔眼中，中国医疗队医生是他人生中最重要导师。“在这里推广中医针灸疗法，看到病人在自己的亲手治疗下缓解疼痛、康复，这份工作带给我很大的成就感，我也非常自豪能成为中国针灸在圣普的‘大弟子’。”他对记者说。

圣普是位于非洲西部几内亚湾的群岛国家，人口仅23万多人，是全球最不发达国家之一。2017年伊始，中国援圣普医疗队的医生就在该国两家最重要的医疗机构——艾雷斯·德梅内塞斯医院和阿古瓦格兰德综合诊所中心开展工作。

中国医疗队针灸诊室设在首都圣多美市中心的阿古瓦格兰德综合诊所中心入口处。记者日前探访，下午5点看到仍有许多患者在诊室外的长椅上候诊。诊室外的4张治疗床边，达科斯塔正熟练地为几位患者施针。7年来，在一大批中国医生“传帮带”培养下，他已成为当地小有名气的针灸治疗师。

达科斯塔的“针灸缘”始于2017年。因为懂英语，他被安排协助中医针灸科室的工作。“当时，针灸疗法在圣普还是新鲜事物。但是人们很快发现，针灸对很多疾病的治疗和康复有很好的效果，在患者的口碑相传中逐渐推广开来。”

在这间不大的诊室里，达科斯塔见证了太多感人的故事：中国医生不放弃任何一名患者，为许多不幸的家庭驱散“阴霾”，带来希望。“许多患者都是家庭的唯一劳动力，但是因为贫穷，疾病越拖越重。其中有不少中风后遗症的患者在来这里之前已经不抱希望了，最后是中国医生的治疗让他们慢慢康复。”达科斯塔说，一批又一批中国医生编织起双方人民之间信任和友谊的纽带。

根据圣普卫生部门的数据，该国医护人员仅200余人，占全国总人口不足0.1%。当地医疗技术较为落后，医疗物资匮乏，许多患者难以得到及时有效的治疗。艾雷斯·德梅内塞斯医院院长维尔吉利奥·曼丁加说，圣普卫生系统面临的最严峻挑战是医护人员短缺，且缺乏培训，而中国医疗队的到来为圣普带来了“氧气”。

多年来，中国医疗队立足圣普实际条件，利用有限医疗资源推广新技术，填补圣普临床技术空白，在当地开展研究、编纂手册、制作健康宣传材料，对当地医生进行基本技能的规范化训练。

“如果用一个词描述中国医疗队，我认为是‘制氧机’。当我们遇到困难时，中国医疗队总能为我们提供切实的解决方案。许多我们从未想象能开展的手术，也在中国医疗队的支持下得以进行。我们取得的许多工作成果都离不开中国医疗队的支持。非常感谢中国医疗队和我们并肩作战。”曼丁加说。

今年9月，第18批中国援圣普医疗队载誉而归。在18个月的任期中，医疗队共接诊门诊急症患者7807人次，住院病人2578人次，完成各类手术1216台，接生新生儿410人，抢救危重病人215人次，针灸治疗4265人次。医疗队还巡诊70次，诊治患者6672人次。

9月中旬，第19批医疗队正式开展工作。本批医疗队由来自四川大学华西医院等5家医院的7名医护人员组成。队长赵林勇说：“友谊与承诺的代代相传让我们感受到肩上的重担，我们要把‘白衣外交官’这张名片继续传承下去。”

在9月致中国医疗队的一封信中，圣普卫生和妇女权益部长安热拉·达科斯塔称赞中国医疗工作者的尽职、奉献和专业精神。她在信中说，中国政府和中国人民向圣普人民提供支持，为圣普国家卫生体系建设作出贡献，“我们对此表示诚挚的谢意。”

(据新华社电 记者吕诚成、孙毅、刘万利)

在非洲岛国圣普，中国“白衣外交官”传递友谊和希望

欧盟“去风险”，欧企对华投资缘何创纪录

据美国荣鼎咨询公司统计，今年第二季度，欧盟企业对中国的绿地投资飙升到36亿欧元，创下有记录以来的最高水平。当下，一方面欧盟对华电动汽车加征关税，另一方面以德国汽车制造商为代表的欧盟企业持续深耕中国。荣鼎咨询指出，在欧盟推行经济“去风险”政策之际，欧洲对华投资的增长“令人惊讶”。

事实上，欧盟企业近期对华多数投资均旨在推动本地化生产，避免在华业务受到地缘政治局势和贸易壁垒的影响是其重要原因之一。这表明，尽管经贸问题政治化等外部冲击加速了全球价值链重构，但影响重构的核心因素仍然是技术发展和市场主体的优化行为，中国作为投资目的地的重要性没有改变，中国市场的吸引力让人无法割舍。

多年来，中国以其超大规模市场、独立完整的现代工业体系、充足的产业工人储备、优厚的政策红利成为国际资本竞相投资的热土。尽管世界经济增速放缓、全球对外投资投资整体低迷，但资源要素仍然持续涌入中国。荣鼎咨询指出，许多企业在过去几年仔细考察其他市场后发现，无论在成本、供应链还是在物流方面，这些市场都难以与中国匹敌。美国苹果公司首席执行官库克表示，对苹果供应链来说，

“没有比中国更重要的地方”。卡塔尔航空大中华区总经理黄进邦认为，中国市场的多样性和持续增长的潜力，正是卡塔尔航空在这里长期深耕的强大动力。

当前，“在中国，为中国”成为不少外资企业在华发展的核心战略，“投资中国就是投资未来”更是全球企业的普遍共识。礼来、辉瑞、拜耳、美敦力等8家知名外资医药企业纷纷表示将在北京新设研发和创新机构。正在上海举行的第七届中国国际进口博览会的企业展共有129个国家和地区的3496家展商参加，国别（地区）数和企业数均超上届。立邦中国首席执行官钟中林说，首次参展进博会，立邦“不仅要展示我们的创新产品和技术，更重要的是展现我们对中国市场长期的承诺和信心”。据他介绍，目前，立邦已经在中国建立了74家工厂，10家研发中心。今年8月，立邦在上海浦东启动了立邦亚太研发中心建设。

“在中国，为中国”的背后，是外资持续看好中国市场发展前景。中国正持续营造市场化、法治化、国际化一流营商环境；中国市场规模大、消费潜能足，不断为外资企业带来发展动能；中国正不断提升产业链供应链韧性和安全水平，发挥完善的产业配套体系优势，支持外资企业深

度参与国际大循环。数据显示，近五年外商在华直接投资收益率约9%，居全球前列。

荣鼎咨询指出，与前几年相比，欧洲对华直接投资的强劲增长主要集中在汽车行业，德国汽车制造商占欧盟汽车相关外商对华直接投资的绝大部分。自40多年前德国大众最早进入中国以来，德国汽车企业见证并参与了中国汽车产业的不断发展。有报告显示，2023年，德国汽车制造商生产的纯电动车在中国市场销量同比增长近50%，在华销量增长十分可观。同时，德国汽车制造商还在升级现有生产设施，推动供应链本地化。德国权威汽车经济学专家、波鸿汽车研究院院长费迪南德·杜登赫费尔表示，德中汽车企业非常期待加强合作，“如果我们能携手并肩前行，汽车产业的未来将非常美好”。

所谓“去风险”，无异于“去发展”“去机遇”。事实证明，鼓励自主创新、拥抱开放合作、坚持长期主义，才有机会在产业革新中破浪前行。正如日前访华的芬兰总统斯图布所说，当前保护主义和民族主义甚嚣尘上，对此，不能置之不理。“没有自由贸易，就没有增长；没有增长，就没有福利。”

(据新华社电 记者许苏培)

伦敦世界旅游交易会举行

环球掠影



二〇二四年英国伦敦世界旅游交易会十一月五日至七日在伦敦展览中心举行。伦敦世界旅游交易会是全球规模最大的、专业水准最高的旅游展览之一。图为模特在摩洛哥展区合影。 新华社记者 李颖摄