



特别报道

中国市场魅力无限，世界各地的参展商为之赞叹

“拥抱中国这片海”

本报记者 李婕 谢亚宏

中国的市场海一样大

“我们与中国的合作在21年前就开始了，对中国市场出口的规模在不断扩大，中国是我们越来越重要的市场。”波兰铜业公司董事长、首席执行官赫卢齐斯基说。截至2016年，波兰铜业已出售了将近88万吨电解铜给中国五矿，成为本国对中国出口贸易的重要力量。

“从中国加入世界贸易组织时的2001年到2017年，中粮进口的油脂油料翻了14倍、饲料谷物翻了38倍、谷物口粮翻了13倍。”中粮集团总裁于旭波说，伴随着中国经济发展和城市化进程的推进，中粮进口的食品吨位变化，“购物车”越换越大了。

进博会现场，中外企业家集聚。不少外企负责人回顾了公司在华经营业绩的增长，中国企业负责人则讲述了进口规模的变迁——他们都见证了中国市场的快速增长。

数据显示，1978年到2017年，按人民币计价，中国进口总额从187亿元提高到12.5万亿元，增长664倍。“如果按购买力平价计算，中国已经是世界上最大的市场，对世界经济的发展起着举足轻重的作用，这一点几乎没有疑问。”土耳其萨琦大学商学院顾问阿克塔伊·法提赫对本报说，对于世界经济和全球企业来说，更值得期待的是中国市场下一步会有怎样的发展。

“预计未来15年，中国进口商品和服务将分别超过30万亿美元和10万亿美元。”在首届进博会上，中国向世界宣布。

积极的信号让人们看到了潜力和空间。澳大利亚中国工商业委员会主席约翰·布伦比给本报记者举了个例子，目前中国人到过澳大利亚的占比还不高，随着中国人均收入增加、中等收入群体壮大，未来中国人到澳大利亚的比例进一步提升，这对旅游、教育等相关行业都是巨大的机会。

约翰·布伦比介绍，本次进博会，仅澳大利

“第一位的吸引力当然是中国13亿多人口的市场。”
“中国的中等收入群体还在不断扩大，我们很感兴趣。”
“中国过去是我们的市场，未来我们也要不断占有份额。”
市场、市场、市场。首届中国国际进口博览会共有172个国家、地区和国际组织参会，3600多家企业参展，如果说他们有一个最大的共同点，那便是为中国市场而来。
中国市场到底有着怎样的魅力，来听进博会现场的声音。

亚维多利亚州就有60多家企业来参展，带来了乳制品、保健品、护肤品等多种产品，其中有的企业是首次接触中国市场。“进博会为供给和需求带来了进一步对接的机会，在中国巨大的市场面前，它创造的机遇是实实在在的。”

消费升级带来旺盛需求

中国市场也在孕育着新的变化。“中国将顺应国内消费升级趋势，采取更加积极有效的政策措施，促进居民收入增加、消费能力增强，培育中高端消费新增长点，持续释放国内市场潜力，扩大进口空间。”中国对消费升级的鼓励，让很多已经抢先布局的企业感到更有信心。

“中国关于进一步推动更高水平开放政策，促进中高端消费发展的明确信号，让我们备受鼓舞。”丹麦乐高集团高级副总裁兼中国区总经理黄国强在接受本报记者采访时说，中国拥有庞大的教育市场，中国父母认为创造力、沟通能力和自信心是21世纪最为重要的技能。乐高的教育解决方案则涵盖从科学到人文的各个领域。“预计到2019年底，乐高将在超过30个城市拥有约140家品牌零售店，2019年初将在北京开设新的品牌旗舰店。”

于旭波则用“三个盒子”来说明中国市场对消费升级的需求。他介绍，今天，一个中国家庭至少要有三种面粉盒子，分别用来盛放馒头、面条、

饺子的常用面粉；做面包的高筋面粉；做饼干等点心的低筋面粉。其中，生产高低筋面粉的小麦就是中粮进口的主要品类。“中国人吃得越来越讲究，我们进口的产品主要是国内供给在结构上目前尚有不足的，能够满足不同品种和功能需求的。”于旭波说，此外，高质量的肉蛋奶、水产、水果等也是中国家庭越来越旺盛的需求。

安永会计师事务所全球副主席杰伊·利比表示，从中国消费者的反馈中，可以看到他们对商品和服务不断提升的多样性需求。相信在消费品、电器、电子产品、汽车及其他大件商品方面，全世界的贸易商能在中国找到巨大的增长机遇。

约翰·布伦比则认为，中国市场从来都不是一个固定不变的单一整体，其内部也充满着丰富和多元性。因此，他们在中国不同区域设立了5个办公室，用来具体分析不同市场的需求，提供最契合的产品和服务。同样让他充满信心的是，“随着中国居民收入曲线的不断上移，中国消费者对安全、高品质产品的诉求在不断增加，这同一向主打品牌和品质的澳大利亚产品是利好。”

高水平开放包容世界厂商

不仅有巨大规模和升级态势，在首届进博会上，中国进一步宣布了市场开放举措——“中国正在稳步扩大金融业开放，持续推进服务业开放，深化农业、采矿业、制造业开放，加快电

信、教育、医疗、文化等领域开放进程，特别是外国投资者关注、国内市场缺口较大的教育、医疗等领域也将放宽外资股比限制。”

“中国正在加速开放。”杰伊·利比说，近年来，我们看到中国外商投资负面清单在不断缩减，中国金融领域的开放也有了时间表，可以说，中国在用行动表明对国际贸易和开放的重视。中国许多领域已经达到了较高的开放水平，其他领域也正迎头赶上。“这次进博会上，中国再一次向世界释放出不断开放经济的信号，比如教育、医疗、文化、电信等领域，这对我们所服务的许多企业来说，将带来长远的益处。随着进一步的开放，更多服务行业走进来，这也会给安永带来更健康的竞争环境和更多的机遇。”他说。

日本欧姆龙集团董事长石文雄对本报记者表示，中国推动更高水平的开放与推动建设开放性世界经济的举措，不仅有力促进了自身发展，更能为世界发展带来重大机遇。作为全球知名的自动化控制及电子设备制造商，欧姆龙非常重视中国市场，因此非常乐意看到中国政府如此重视进博会、坚定不移地扩大改革开放的种种举措。

“我们很想扩大生意、提升贸易。”斯里兰卡曼斯纳（锡兰）有限公司董事比德拉·佩雷拉在接受本报记者采访时说，每一个人都会喜欢开放带来的机遇，中国的对外开放政策对企业的未来很有利。对于很多公司来说，自身优质产品认知度低是个棘手的问题，虽然建立知名度并不容易，但我们愿意为此而努力。好在进博会提供了这样的机会，并给予大家更多的信心。

在进博会现场，更多围绕中国市场的故事正在展开。参展商和采购商围桌洽谈的场景随处可见；从几百万到上百亿的订单合同消息频频传来……但这还只是开始。正如约翰·布伦比所说，进博会为人们创造了联系，在这里他们相会、洽谈，也相信更多的后续接洽、合作将展开，更多人流、物流、商流由此拉动。“在当今的世界环境下，开放是对世界最好的。”他说。



现代展位的i20WRC赛车。
新华社记者 张誉东摄

进博会上的AI技术展示。
宋春雨摄

进博会食品及农产品展区上，参展人员制作“金茶王”港式奶茶。
新华社记者 殷刚摄



欧莱雅的美妆机器人。
翁奇羽摄（人民视觉）



牙买加的蓝山咖啡。
新华社记者 刘大伟摄



《2018年世界贸易报告》显示

数字技术正改变贸易方式

本报记者 王珂 王俊岭

进博会期间，商务部与世界贸易组织秘书处联合举办了《2018年世界贸易报告》中文版发布会。

据了解，世贸组织每年围绕一个特定主题发布一份年度贸易报告。今年《报告》的主题为“数字技术如何改变全球商务”，以此研判世界贸易未来走向。《报告》认为，数字技术将给世界经济贸易带来机遇和挑战，改变跨境交易模式，冲击我们对国际贸易的传统认知。

《报告》显示，技术进步对削减贸易成本有影响。1996年至2014年，国际贸易成本下降了15%。技术创新在此发挥了重要作用，未来可能更加显著。尽管目前出现了贸易紧张局势，预计到2030年全球贸易量年增1.8至2个百

分点，15年累计增幅达31至34个百分点。如能采取适当措施并解决监管相关问题，贸易成本下降对中小微企业和发展中国家尤其有利。《报告》预计，发展中国家贸易占比将由2015年的46%增至2030年的57%。

世贸组织总干事罗伯特·阿泽维多在《报告》致辞中认为，当前转型的全球性质表明，国际合作是必要的，而贸易的本质是需要新的“政策动力”。随着货物贸易和服务贸易之间的区别日益模糊，知识产权在国际贸易中的作用日益增加。未来几年，人们做生意的方式将会发生巨大变化，这很可能会给当前的多边贸易体制带来新的挑战。世贸组织成员必须考虑如何应对这些挑战。

商务部最新报告显示

中国服务进口潜力巨大

本报记者 王俊岭 王珂

商务部日前在中国国际进口博览会期间发布了《中国服务进口报告》。这是中国政府在服务进口方面发布的首部报告。

据了解，《报告》全文共约1.9万字，分六个章节组成，以中、英文发布。《报告》用大量翔实的数据，充分阐释中国服务进口的发展原则，阐述中国服务进口对全球贸易增长的贡献，全面介绍中国与服务贸易伙伴合作成果，以及服务进口多领域并进的情况，展示未来中国服务进口潜力及与全球贸易伙伴的合作机遇。

《报告》显示，2017年中国服务进口总额4675.9亿美元，同比增长3.4%。《报告》认为，优先发展服务贸

易是推动中国经济转型升级和高质量发展的重要举措，随着服务业的蓬勃发展，中国服务贸易发展的基础更加坚实。未来，中国仍将按照既定节奏，推动更高水平、更广领域、更大范围的服务业对外开放，中国高质量服务进口市场前景可期。

商务部服务司司长沈国义表示，扩大服务进口既是新时代中国自身发展的需要，也是新形势世界各国共同发展的需要，中国为促进全球服务贸易复苏做出了重要贡献。过去5年来，中国服务进口对全球服务进口增长的贡献率达25.8%，是推动全球服务进口增长的最大贡献者。中国服务进口将为全球经济增长提供新动力。