

两周后的11月5日,第二届中国国际进口博览会将拉开大幕——

共赴进博之约,分享中国精彩

本报记者 李婕

到港了!随着第二届中国国际进口博览会日期临近,一艘艘巨轮、一箱箱来自世界各地的展品陆续抵达上海。上线了!随着准备工作陆续到位,一些企业建立资讯窗口,第一时间沟通传递进博会上的最新动态……经过一年的精心筹备,“越办越好”的进博会即将开启属于它的“时间”。来自全球的客商也将共赴去年的约定:11月5日到10日,让我们再来相聚进博会!

进博“热潮”已经掀开

10月12日,一艘长300米的巨轮顺利抵靠上海洋山深水港码头。它载运着来自土耳其23家参展商的150多种类型进博会展品,是装载进博会展品最多的巨轮。这批展品包括食品、饮料、日用品、家电、医疗器械、建筑用品、家用清洁用品等多种类别,涉及国家馆及多个企业展馆。来自全球的好物陆续抵达上海,提醒着人们:进博会的脚步更近了。

相隔一年,第二届进博会经过了更加精心的筹备。5月至9月,中国国际进口博览局招商路演团队马不停蹄。百余天时间,辗转20多个省市区,面对面推介企业和相关单位超过4500家。每一场均有参展商代表与众多采购商面对面,其中不乏强生、松下等知名企业。4月至8月,一场场展前供需对接会先后举行。展览展示、现场演示、商业洽谈,每一场均是人头攒动、热闹非凡。展商和客商带着产品和计划,为市场把脉,为进博会做好充分的前期调研。4个多月,7场供需对接会覆盖首届进博会货物贸易和服务贸易全部7大展区,为千余家企业提供交流平台。从招商路演到展前对接,这些前期筹备工作已在全国掀起进博会“热潮”。目前全国已组建了39个交易团、近600个交易分团,截至9月初,第二届进博会已接受专业观众4万余家单位、17万余人在线报名。9月27日,随着第二届中国国际进口博览会首张人员证件寄出,进博会证件发放工作全面启动。来自全球的参展商、采购商都将陆续收到一份来自进博会的“正式邀约”。

新老朋友全新亮相

今年的进博会将是什么样?来自中国国际进口博览局的消息显示,第二届进博会共有来自150多个国家和地区的3000多家企业参加企业商业展,参展国家和地区以及企业数量均已超过首届,首发的新产品、新技术预计也将超过首届。这意味着,本届进博会既有老朋友,也有新面孔。老朋友酝酿已久,将有全新亮相。欧莱雅是两届进博会最大的日化行业展商,今年的再度亮相将在去年基础上全面升级。欧莱雅今年将带来千余进口展品,数量较首届几乎翻倍,其中约1/3都将是首次跟中国消费者见面。品质生活展区之外,欧莱雅还将首次登陆今年新设立的高端消费品专区。众多美妆“黑科技”也将进博会精彩呈现。福维克是一家来自德国的家电公司,去年,其旗下一家子公司的智能吸尘器在进博会上展示,今年,福维克将携旗下已进入中国市场的所有品牌集中亮相。福维克中国区总经理查生认为,进博会不仅展示了中国的巨大市场,更展示了中国政府支持优质外国企业走进国内的诚意,因此公司总部决定向中国市场倾注更多资源。“我们深知,同时也是世界上无数跨国企业的共识——中国市场拥有无限大的潜能。福维克集团希望怀着最大的热情,在2019年进博会与中国消费者见面。”更多新朋友也已跃跃欲试。乐诗路是来自新西兰的乳



▲上图:首届进博会溢出效应,在上海体现明显。图为商家在商品常年展示交易平台、上海绿地全球商品贸易港里展示进口商品。



▲右图:第二届进博会证件已陆续寄出。图为中国邮政工作人员对首批证件进行寄送前的核验和封装工作。

新华社记者 方喆摄

业品牌,近两年一直在为进军中国市场做前期准备。今年进博会,乐诗路将带着在新西兰市场广受欢迎的巧克力牛奶与草莓牛奶,正式与中国消费者见面。“首届进博会的成功举办,使得包括乐诗路在内的许多新西兰本土品牌更加重视中国这个具有无限发展潜力的巨大市场。”新西兰乐诗路乳业总经理奥妮妮说,希望依托进博会这一契机,为产品在中国市场的长远发展打下坚实的基础。

硕果引来无限期待

进博会引力为啥这么大?从首届进博会的“回响”中可见一斑。——这里可以快速测试、引进新品。去年进博会上,来自孟加拉国的达达公司将孟加拉国的黄麻手工艺品带到中国,在现场,这些特色商品深受现场观众欢迎,随后,工艺品成功入驻上海高岛屋艺术空间。欧莱雅也将进博会称为引进新品、制造爆品的“加速器”。欧莱雅在去年进博会上首秀的四大品牌已全部在中国上市,许多首秀新品已成为热销爆款。——这里可以感受中国消费脉动。进博会现场来自五湖四海专业观众和采购团的声音,将提供关于中国市场的认知。受首届进博会现场启发,来自巴西的牛肉品牌一

改以往只有大宗交易的模式,推出小包装产品,产品由此从一线城市覆盖到了西南、东北等地区的三线城市,销量大幅提升。

——这里可以找到最佳合作伙伴。施丹兰是来自欧洲的护肤品牌,通过首届进博会的相识,众多采购商在会后与品牌进行了进一步接洽。不久前,中石化(深圳)电子商务有限公司与施丹兰品牌签订采购意向书,在中石化加油站、电商平台、易捷便利店等渠道将能买到施丹兰的特色产品。

——这里汇聚全球的热忱买家。去年进博会期间,强生公司展台接待了多个政府代表团,并与50多家国内知名医院签署采购备忘录。在现场,许多类似的医疗器材、制造装备、精密仪器等展品直接找到了合适的买家。首届进博会上签下578.3亿美元的意向合同和协议,这是参展商和采购商实实在在的收获。

“首届进博会的成功举办造就了国际贸易发展史上的一项创举,也让大家对今年规模更大、质量更高、活动更丰富的第二届充满期待。”欧莱雅中国首席执行官傅瑞说。通用电气公司国际业务总裁兼首席执行官段小缨表示,进博会不仅为参展企业提供一个展示品牌技术实力、产品矩阵与解决方案的绝佳平台,而且对于包括通用电气在内的诸多外企来说,还是一个内容丰富、难能可贵的国际交流契机。

两周之后的进博会,让我们拭目以待。

(李婕 杨帆整理)

扩大进口,有效释放消费潜力

匡贤明

随着经济发展水平和对外开放程度的不断提升,中国与全球的经济关系发生结构性变化,开始从以出口为导向的“世界工厂”向以进口为重点的“世界市场”转变。未来,中国既是“世界工厂”,又是“世界市场”。在经济全球化发展、调整、变化的关键时期,中国主动扩大进口的战略举措,不仅有助于满足国内城乡居民日益增长的美好生活需要,而且将为全球经济增长带来重要动力,并由此为推动全球治理变革拓宽空间。

中国消费市场呈现不断扩大和持续升级的态势。2011年,中国社会消费品零售总额为18.7万亿元,到2018年达到38.1万亿元,7年间实现了倍增,目前中国已成为全球商品消费第二大国。在消费结构上,中国城乡居民以服务型消费为重点的消费结构升级态势明显。2018年城乡居民服务消费占比达到44.2%;2019年上半年为49.4%。此外,城乡居民新的消费业态不断涌现,成为引领投资的重要风向标。随着中国消费市场的不断扩大,世界对中国经济的综合依存度指数不断上升。麦肯锡全球研究院的研究显示,2000—2017年,世界对中国经济的综合依存度指数从0.4增长到1.2。

从未来发展趋势看,中国消费还有相当大的增长空间。比如,居民收入的增长将带来巨大的新增市场。从消费结构升级趋势看,服务消费占比至少还有15—20个百分点的升级空间,由此带来巨大的新增服务市场。在全球需求不足成为共同挑战的背景下,中国巨大的消费潜力成为各国关注的焦点。

扩大进口是释放消费潜力的战略举措。在消费规模不断扩大、消费结构不断升级的趋势下,一些产品和服务“有需求、缺供给”的矛盾突出。加大进口产品和服务,是破解这一矛盾的重大举措。预计未来15年中国将进口超过30万亿美元商品和10万亿美元服务。在首届中国国际进口博览会上,80多万人次进馆洽谈采购、参观体验,工业品、农产品、服务等七大板块成交额达到578亿美元。这将使中国国际进口博览会成为中国的一个新国际品牌。

以进口博览会等形式加大产品和服务的进口,不仅仅是扩大国际购买,更是在进口中加快形成中国走向高水平开放的进程。着眼于扩大进口战略,需要加快在相关体制机制上做出变革与调整。

第一,建立与主动扩大进口相适应的制度与政策体系。中国已经明确了扩大进口的目标,需要加快构建与此相适应的政策与制度体系。以税收为例,需要推动税收体制从服务于出口到服务于进口的某些调整。比如,在进一步降低关税总水平的同时,大幅降低或取消药品、常见病所使用的医疗器械进口增值税及重要日用消费品进口环节增值税;尽快实现以癌症治疗为主的医疗器械进口零关税。以市场开放为例,在扩大进口的同时,加快放开社会资本的市场准入。

第二,在扩大进口中推动国内产品标准与服务提升。扩大进口明显提升了市场的竞争水平,客观上倒逼国内企业的变革与创新。在扩大进口中,更重要的是引入国际的相关标准,引导国内企业提质增效。比如,引进国际先进的药品质量安全标准,扩大医疗技术服务进口,形成倒逼国内医药企业提高质量的强大动力。

第三,以体制机制创新加快释放巨大的消费潜力。这是决定扩大进口实际规模的重要因素。比如,通过政策与体制创新,加快扩大中等收入群体;推动新型城镇化和乡村振兴的双轮驱动,提升农民收入,释放农村蕴藏的巨大消费潜力;进一步推进税收结构调整,降低居民税负,增强居民消费能力;加大力度优化消费环境,构建适应服务型消费特点的市场监管体制。

(作者为中国(海南)改革发展研究院经济研究所所长)

第二届进博会展品抢先看

全球最细最短胰岛素注射针头

日本医疗器械制造行业领军企业——泰尔茂株式会社携全球最细、最短胰岛素注射针头“纳诺斯 Jr.”前来参展。胰岛素注射是糖尿病治疗行之有效且不良反应较小的治疗方法。这款最细、最短的胰岛素注射针头,能有效帮助糖尿病患者缓解在自我注射过程中的疼痛和不适,为患者坚持规范治疗提供便利。

神秘的古董汽车

美国的古董车经销公司 Bund on the Boulevard LLC 将带来5辆古董车,为观众揭开古董车文化神秘的面纱。其中,有的超过百年历史,被誉为当时的终极跑车;有的拥有最具特色的柏林型车身;有的是上世纪30年代的赛车传奇和时尚偶像;有的是那个时代速度最快、造型最漂亮的赛车之一。总之,每一款藏品都有其独特的性格和历史。

“世界最安静”的洗衣机

来自土耳其的明星企业,伟视达(VESTEL)将带来洗衣机、电视机、冰箱、洗碗机、烤箱等一众白色家电。该公司每2.5秒就能够生产一台电视,生产的洗衣机号称是世界最安静的洗衣机。通常,洗衣机的工作声音为50—53分贝,该公司的洗衣机几乎听不见其工作声音,仅39分贝,如同情侣耳边喃喃细语之声。

“金牛座”的姊妹“双子座”

作为2018年进博会最大最重展品金牛座的姊妹展品,德国瓦德里希科堡机床有限责任公司的TAURUS 25金牛座移动龙门加工中心将在第二届进博会上亮相,它的名字是双子座。双子座在体型上比金牛座略小一些,但精度更高,更适合中国智能制造需要。尽管双子座规格小一点,机械部分部件较2018年安装数量更多,布展工作量加大一倍。

128克拉坦桑石“海洋之心”

在电影《泰坦尼克号》凄美的爱情故事里,那颗贯穿全剧的“海洋之心”让全世界为之着迷,已成为爱情永恒的象征。在获得这颗重132.60克拉坦桑石的时候,设计师最先想到的就是把它打造成一颗“海洋之心”。经过严谨计算设计,它最终以128.88克拉的完美姿态呈现于世。这颗“海洋之心”将首次来到中国,在进博会上亮相。

与意大利本土毫无差异的面点

近日,近200公斤意大利进口面团抵达中国。为保证进博会观展人员不出国门就能品尝到与意大利本土毫无口感差异的意大利面点,参展方采用全程恒温冷链方式海运到上海,温度精准维持在20℃左右。面团是面包的核心和基础,这些“娇贵”面团抵沪后,参展前将在25℃以上的环境进行专业的发酵,在展会现场烘焙成美味的意大利面包。



图例上海外滩景色。王冈摄(人民视觉)