

2022 气候变化与低碳发展论坛在上海举办

从业务细节做起 携手保护绿色未来

■ 本报记者 刘国民

绿色低碳发展是2022年中国国际进口博览会的“重要旋律”。由中国国际贸易促进委员会、联合国工业发展组织主办，中国国际商会、“可持续市场倡议”中国理事会、世界资源研究所承办的2022气候变化与低碳发展论坛11月6日在上海·国家会展中心举办。与会嘉宾从细节和实务层面清晰介绍了所在机构为绿色低碳发展所作的努力。

联合国工业发展组织执行干事邹刺勇表示，能源安全、经济发展和气候变化都突出地表明需要在各层级以最高强度采取一致行动，以满足各地区、国家、城市、公司和公民日益增长的需求，“我们重点关注能源转型的三个优先促进因素，也就是绿色的产品标准、新兴技术投资以及创新。联合国工业发展组织通过工业的深度脱碳倡议，致力于制定绿色钢铁的标准和定义。我们还与政府合作，为早期采用者提供激励。”

世界资源研究所常务董事克雷格·汉森认为，世界需要在现有农业农用地上以

可持续的方式生产所需的粮食和纤维。世界需要保护现有的自然生态系统，防止因农业扩张而占用土地，包括热带雨林、草地和湿地。人类需要合理规划需求，以减轻食物系统的低效。人类需要修复在过去数十年甚至百年间发生转化和丧失的生态系统。

英国驻华使馆公使衔参赞路睿介绍说，2021年英国以法律的形式设立了雄心勃勃的气候变化目标即2035年在1990年基础上减排78%，比如说从2030年逐步淘汰新的内燃机汽车，这都是非常积极有效的减排目标。他强调，政府制定比赛规则，企业需要跑在最前面，像联合利华等英国公司设立了2030年的零碳运营目标，也刚刚获得了中国零碳工厂的认证。

联合利华首席执行官乔安路介绍了该公司制造基地减少碳排放量取得的成绩。他认为，“没有一个组织能够作为一个孤岛通过自身奋斗达成这种影响，我们必须和政府、商业界、学术界还有所有相关方，和市民们一起去做共同的努力，应对气候变

化的挑战。”

宜家中国区总裁兼首席可持续发展官庞安泽介绍了宜家天津东丽商场案例。这是宜家第一家正能源的商场，因为装了太阳能电池板，商场能够做到发电量大于商场耗电量，是一个电量的正贡献者。“在未来我们会进一步去重复这样的项目。”庞安泽说。

麦当劳中国首席影响官顾磊表示，为推动绿色减碳，麦当劳设定了清晰的目标。2021年麦当劳全球宣布加入联合国奔向零碳行动，承诺到2050年实现净零排放，并按照科学碳目标倡议SBPi行动框架，助力全球1.5度的降温行动，在中国持续推进从农场到餐桌的绿色减碳过程中，支持麦当劳全球净零目标。今年9月，麦当劳(北京)在首钢园正式开放了一家零碳餐厅。

嘉吉动物营养北亚区总裁郑鸿飞提到，2017年嘉吉制定了全球减排目标，到2025年前将运营过程中的绝对碳排放量降低10%，对于未来的可持续发展主要从四

个方面考量：让产品更绿色；让生产更绿色；让物流更绿色；让绿色数字化。

中兴通讯高级副总裁刘健认为，节能降耗已经成为通讯行业共同的责任和使命。中兴通讯启动了碳排放战略规划项目，由公司CEO和CSO牵头的公司级减碳团队开始实施。

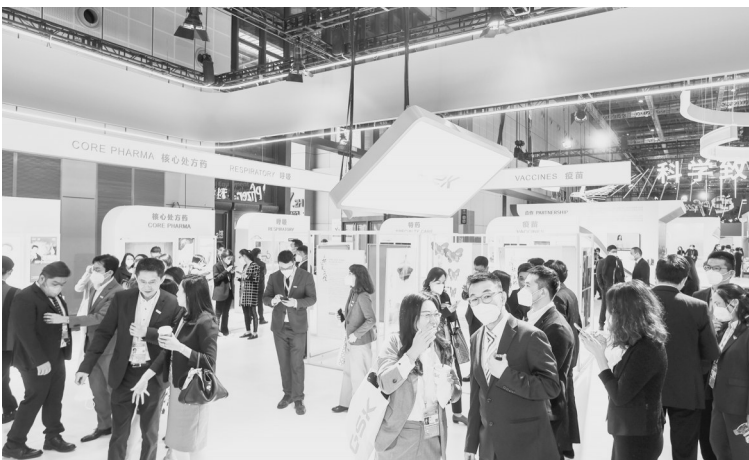
美团(上海)公共事务高级总监朱正介绍了该公司在绿色包装、绿色出行、可持续消费和低碳科技方面的具体做法，尤其是制定了绿色的包装标准，牵头制定了塑料制品易回收、再生设计评价实施细则。

上述这些耳熟能详的企业与机构展示了彼此在将绿色发展落实到业务一线和具体细节上的高度一致性。

在该论坛上，中国国际商会还与联合国开发计划署驻华代表处、普华永道中国联合预发布2022年《在华企业可持续发展目标实践调研报告——低碳转型：气候治理与战略》；中国国际商会可持续发展委员会与世界资源研究所发布“食物系统可持续转型助力应对气候变化倡议”。

中国市场是跨国企业创新发展的沃土

■ 本报记者 张凡 实习记者 张寒梅



受访企业供图

“习近平主席在进博会开幕式致辞中强调，‘以开放纾发展之困、以开放汇合作之力、以开放聚创新之势、以开放谋共享之福’，四个‘开放’郑重发出了中国坚持高水平对外开放的强烈信号。”近日，第五届中国国际进口博览会(下称进博会)正于上海举办，葛兰素史克(下称GSK)副总裁、中国总经理齐欣表示，作为进博会的“老朋友”，GSK今年携新身份、新产品、新使命如期赴约，让创新成果更快更好地服务中国患者和大众。

随着进博会进入第五个年头，中国开放的市场为世界提供了更多机遇，为跨国企业培育了创新发展的沃土。“这五年是进博会‘越办越好’的五年，是发展信心‘越来越强’的五年，也是GSK中国借助进博平台‘越走越快’的五年。”齐欣告诉记者，五年来，GSK见证并受益于进博会的“溢出”效应，多款参展的全球领先创新产品在中国加速获批、上市和准入，从“展品”变“商品”、从“首展”到“首处”，不断刷新“中国新身份”，惠及更多中国患者和人群。

齐欣介绍说，今年进博会是GSK完成全球变革与企业形象焕新后的“中国首秀”。本

届进博会上，GSK带来了一款“中国首展”创新疗法——用于已达到病毒学抑制的成人HIV-1感染者的创新长效治疗方案(卡替拉韦注射液+利匹韦林注射液)。该创新治疗方案只需两个月注射一次，在安全性和有效性方面与目前常规的每日口服治疗相当，可以帮助患者摆脱每日用药带来的压力，提升患者生活质量。

有着157年历史的跨国企业嘉吉也是在开放的中国市场中不断创新发展的典范。作为进博会“五届元老”，嘉吉携一百多款创新产品和解决方案亮相第五届进博会。嘉吉中国区总裁刘军表示，嘉吉致力于用全球经验和视野服务中国市场，为中国提供创新的可持续性产品，满足中国客户与消费者多样化需求，同时帮助中国加强与世界其他地区的农业与食品产业的合作。而进博会提供了一个绝佳的平台，助力嘉吉实现这些目标。

嘉吉动物营养北亚区总裁郑鸿飞认为，中国市场一直都是嘉吉非常重要的市场。嘉吉把中国定位为一个创新的市场，既在中国做很多本地化创新，又把全球最先进的创新

成果带到中国来。比如，嘉吉今年刚刚成立吉林食品工业研发中心，明年会在山西开设动物营养相关的研发中心。嘉吉希望通过对研发中心的不断投入，推动本地化创新，以及和本地客户、高校联手把最新技术更好地应用在中国市场上。

值得注意的是，嘉吉尤其专注可持续发展方面的创新。今年进博会展出的众多产品均体现了嘉吉在该领域的努力和探索，从可以减少碳足迹的高品味铁矿石精粉，到帮助养牛场减少甲烷等温室气体排放的动物营养产品。

“嘉吉一直追求可持续发展，‘以安全、负责任且可持续的方式滋养世界’是嘉吉的企业愿景，深入到了我们的企业文化当中。”郑鸿飞表示，嘉吉主要在两个环节致力于创新的可持续发展：一是在生产环节，嘉吉在中国的约50个运营点都在落实减少能源使用，创新优化生产流程，打造“绿色工厂”，助力实现节能减排。二是在研发环节，嘉吉会在各个产品线研发更有利于可持续发展的绿色产品，比如白可可脂产品的研发就有利于推动全球热带雨林的重建。

UPS赋能中企加速布局国际市场

■ 本报记者 刘禹松 实习记者 张寒梅

“作为集聚全球高新产品与近距离接触中国企业的大平台，进博会的辐射与溢出效应应有目共睹。”在第五届进博会举办期间，UPS中国区总裁蒋莺表示，今年是UPS连续第五年参加进博会，希望依托UPS的物流运输实力与多元创新解决方案，进一步夯实UPS赋能中国企业加速布局国际市场的决心。与此同时，自1988年在中国开展业务以来，UPS致力于助力企业掌握政策利好，高效出海。

本届进博会上，UPS带来了最新市场研究报告《畅通亚洲区域内贸易》。该报告详细分析了亚洲区域内贸易未来十年机会点和潜在不利因素。同时，报告建议中国企业可以从三方面入手以紧抓机遇、规避风险，包括加强与中小微企业合作并促进其与区域供应链的深度整合、全面实现数字化运营，以及积极支持与善用各项政策利好拓展商机。

此外，随着中国“双碳”目标的贯彻实施，UPS也基于其“植根中国，服务中国”可持续发展战略，在多个领域采取了相应的“绿色举措”，比如坚持推动绿色操作网点建设、提高新能源汽车使用比例、优化传统快递包装方案等。在本届进博会的展台上，UPS向现场观众展示了包含“瘦身胶带”、循环使用的中转袋和可降解快递包装袋等在内的多项绿色包装解决方案，以及新能源车和智慧能源等方面的举措与成果。

UPS的全球网络优势亦是其在本届进博会的一大看点。近年来，中国不断提高对外开放水平，同世界共创发展机遇，多项贸易协定的签订生效筑牢了共同繁荣的基石。作为全球贸易的促进者，UPS持续性建设并完善物流基础设施，不断加大对中国市场的投入，为中国企业持续拓宽国际物流通道，助力中国企业更好地紧抓贸易机遇。

据了解，UPS今年开通了连接中国深圳至德国科隆、印度班加罗尔的国际货运航线，进一步提升中国华南地区至欧洲和亚太的航空货运运力，以帮助企业更好地拓展欧洲和亚太市场。不仅如此，UPS还在中国近十个省市优化服务网络覆盖，新增1300多个服务邮编，使1600多个邮编地区货物进口和出口转运时间缩短多至2天，为更多中国本土企业，尤其是中小企业提供更多服务便利，提升其在本土和国际市场的竞争力。

值得注意的是，受新冠肺炎疫情影响，近两年全球线上消费需求激增，为企业带来全新机遇的同时，也对中国企业的数字化能力提出了更高的要求。对此，UPS不仅展示了供应链优化应用和各类清关与配送管理数字化工具，还专辟一块区域展示其便捷灵活的微信寄件服务。面对数字化转型的趋势，UPS不断以科技驱动创新，致力于帮助企业降低成本、高效灵活运营。

骊住集团全球高级副总裁、骊住水科技集团大中华区首席执行官陶江：

抓住参展商变为投资商的发展机遇

■ 本报记者 王曼

切实成果。

陶江表示，作为中国营商环境的受益者，骊住感受到了中国深化“放管服”改革为企业投资兴业提供的厚植土壤与“共建开放型世界经济”的决心。进博会连续五年的成功举办，也是中国持续优化营商环境、推进更高水平对外开放的又一例证。今年，全球卫浴与家装产品制造商骊住集团携旗下美国美标、德国高仪、日本伊奈、骊住厨房四大品牌再度亮相进博会，展示自身创新厨卫家装解决方案。

中国是骊住全球发展的关键市场。近年来，骊住敏锐洞察并牢牢把握中国市场发展趋势。

“在中国提出‘双碳’目标、出台《城乡建设领域碳达峰实施方案》的背景下，‘责任消费’等消费理念崛起，也使消费者在购买家装产品时愈发关注产品的环保性。同时，中共二十大报告中也强调‘推动绿色发展，促进人与自然和谐共生’的重要性。”陶江表示，一直以来，骊住将绿色发展方式视作自身的重要责任，并主动承担这一责任，积极践行绿色可持续发展理念。今年骊住以“骊筑美好，创见永续未来”为主题，展示骊住共创可持续发展的决心。骊住于2019年提出“2050年环境愿景”，助力中国积极稳妥推进碳达峰碳中和目标，推动中国家装行业绿色发展，协力营造更美好的宜居环境。

在后疫情时代，人们对于改善生活环境和健康安全的需求急剧上升。对此，骊住专注大健康领域，为广大消费者筑建家居卫生安全壁垒。骊住利用品牌协作优势，构建出3“C”洁净标准，通过乐享净、水瓷超净、除菌净离子等前沿科技，以及感应技术和无接触技术，为消费者提供更便利、更舒适的整体洁净解决方案。

当前，中国服务贸易展现出了广阔发展潜力与机遇。同时，中国的消费市场庞大，消费者对高效生活与服务体验的追求也在日益增加。陶江介绍，在此趋势下，骊住也在抓住服务贸易蓬勃发展的机遇，致力于从传统的“产品”供应商，转型为“产品+服务”的整体解决方案服务商，通过优质服务生态实现消费提质，助力中国卫浴与家装行业发展。

在消费升级和技术进步推动下，家居产业呈现融合化、智能化、健康化、绿色化发展趋势。陶江说，骊住也在以新的战略眼光，持续推进数字化创新，探寻可持续成长之路。骊住计划在5到10年内实现数字化转型，从商业模式、创新、数字化三个战略方向开启集团数字化转型项目；此外，骊住也进一步建立并完善了CDP系统，加强数字化技术与业务的融合，满足消费者个性化需求，赋能业务的有机增长。同时，在加速创新商业模式方面，骊住开设了新零售O2O商城，拓展电商渠道战略合作，联动线上线下为消费者提供无缝

中国已连续13年成为全球第二大进口贸易国

■ 本报记者 王曼

11月4日，长江产业经济研究院(南京大学)、北京师范大学经济与工商管理学院联合发布的《2022中国进口发展报告(No.5)》(简称《报告》)显示，积极扩大进口已经成为国家重大发展战略，也是我国新一轮高水平对外开放的主要举措。十年来，中国进口贸易规模显著上升，稳居世界第二大进口国。中国进口贸易额从2012年的11.48万亿元人民币上升到了2021年的17.36万亿元人民币，增加了51.23%，年均增长率约为4.7%。2021年，中国进口占世界进口的比重达到了11.9%。截至2021年，中国已经连续13年稳居全球第二大进口贸易国的地位。

“主动扩大进口是中国应对世界少数经济体‘脱钩’风险的战略性手段。”《报告》主编、长江产业经济研究院特聘研究员、北京师范大学经济与工商管理学院教授、国家进口研究中心主任魏浩表示，进博会是中国高度重视进口的生动体现，是中国积极扩大进口的重要平台。5年来，进博会规模越来越大，参展企业数量越来越多，溢出效应越来越强，平台作用日益显著，促进了进口贸易的高质量发展，引领了高水平对外开放，加快了新发展格局的构建。

《报告》指出，进博会溢出效应凸显，引领开放合作共赢。具体来看，主要表现在：“展品”变“商品”，“商品”变“爆品”，进博会带动中国货物进口加速度前进；作为高水平对外开放的推进平台，进博会加快推动中国进口贸易自由化便利化；作为积极扩大进口的重要平台，进博会有利于加快构建新发展格局；作为国际开放合作平台，进博会通过积极扩大进口促进世界共赢。

《报告》显示，进博会促进中国吸引外资量质齐升。进博会充分发挥投资促进平台作用，前三届进博会带动外资新设和增资项目622个，投资额约305亿美元，即使在全球跨境投资持续低迷背景下，也促进中国持续成为全球第二大外资流入国。第五届进博会首次设立“展商变投资商”展示区，这意味着进博会吸引外资的溢出效应不断放大，中国巨大的国内市场优势、进口优势已经成为中国吸引外资的独特优势，与此同时，“展商”变成“投资商”后，新的投资还会创造新的进口需求，更加放大了进博会积极扩大进口的平台效应。进博会优质的制度保障，中国政府的鼎力支持，都提升了参展企业的获得感，坚定了参展企业深耕中国市场的决心。

《报告》认为，进博会充分展示了中国市场的广阔和巨大增长空间，激发了参展国家向中国出口的潜力，为参展国家的经济发展增添了动力，尤其为“一带一路”沿线国家、中东欧国家和最不发达国家提供了前所未有的机遇。

为进一步积极扩大进口，魏浩认为，各级政府应正确认识并加大宣传积极扩大进口的重大意义，通过多种方式 and 渠道在国际上“讲好中国进口故事”，高度重视进博会的战略作用，积极扩大消费品进口规模，高度重视进口安全问题，并成立国家进口安全工作领导小组，将积极扩大进口战略与国家其他重大战略有机结合起来，推动进口高质量发展，加快构建新发展格局。



骊住集团全球高级副总裁、骊住水科技集团大中华区首席执行官 陶江

“2022年是意义非凡的一年，既是骊住新十年的开局之年，也是中共二十大胜利召开和‘十四五’规划的关键之年。连续三年登上进博会这一‘共创共享’的世界舞台，骊住深切感受到‘展品变商品’的‘中国速度’，抓住由‘参展商变投资商’的发展机遇，取得了丰厚硕果。”骊住集团全球高级副总裁、骊住水科技集团大中华区首席执行官陶江在接受《中国贸易报》记者采访时表示，深耕中国多年，骊住见证了中国日益繁荣的发展变化，也看到中国为打造公平开放的营商环境取得的

的贴心服务体验。结合以消费者为核心的数据中台，骊住将及时为每位用户提供个性化定制服务，为用户体验创造新价值，借由数字化创新进入新的增长跑道。

此外，在中国将积极应对人口老龄化上升为国家战略的背景下，骊住紧跟老年消费需求变化，打造老年宜居环境，实现老年人及其家庭对美好家居生活的向往。

“深耕中国11年，骊住始终将中国视为重要的战略市场，也致力成为中国双循环新发展格局构建的重要参与者。”陶江说，近年来，骊住在上海落地并扩大了亚太研发中心，骊住苏州建材工厂也于今年正式启动，此举不仅能够扩大集团整体产能，也为供应链本土化发展提供了更多支持。

对于中国市场的发展前景，陶江表示，骊住充满信心，会继续将中国作为骊住的重要战略市场，持续践行对中国市场的长期承诺，也期待中国合作共赢的开放之路越走越宽，为包括骊住在内的各国企业提供更多“中国机遇”。

“进博会强大的溢出效应及带动效应，坚定了骊住持续参展的决心。陶江坦言，“今年，我们已签约第六届进博会，续写骊住的进博故事。同时，我们也希望通过进博会这个宝贵的窗口，与各国企业共享更多‘中国机遇’‘世界机遇’，实现开放共赢，共建可持续未来。”