

“小企业”也会和“大市场”相遇

■ 本报记者 张凡



江海不择细流，故能成其深。进博会不仅为大型跨国公司加速布局中国提供通道，更是为国际中小企业进入中国市场提供了良好的平台。五年来，不仅许多发展中国家的中小企业积极参展，展示该国特色产品，帮助其拓展中国市场，而且从去年起，进博会还特设创新孵化专区，为国际创新创业企业落地中国提高机率。

“我们帮助这些发展中国家的中小企业来参展，使得他们能够利用进博会平台向中国消费者推荐其产品。他们非常珍惜这样的机会，许多企业也通过合作取得了很不错的销售业绩，销售额从十几万美元增长到几百万美元，增长幅度很高。”联合国国际贸易中心(ITC)高级项目经理毛天羽介绍说，作为进博会的官方合作伙伴，以及联合国系统内唯一一家专注于中小企业发展的国际组织，国际贸易中心已连续五年支持来自发展中国家的中小企业参加进博会。

对于中国消费者来说，这些发展中国家的产品别具特色，质量又有保障，可以满足他们的猎奇心和消费需求，特别是国内直播电商产业的快速发展，更为这些产品深入人心提供了新的机遇。在进博会现场，观众和展商都时常会遇到现场探直播的网红，他们在选品时，也会被这些发展

中国家的特色产品所吸引，向看直播的观众推介。

“这些中小企业进入中国市场在面临机遇的同时也存在一些瓶颈。首先是他们可能产能非常小，不足以满足中国市场庞大的需求，也导致物流销售成本较高，没有价格优势。此外，他们在获取信息和进入渠道方面还有待进一步改善。”在毛天羽看来，参加进博会就有助于帮助他们破解瓶颈。例如，国际贸易中心会在进博会期间帮助他们寻找中国合作伙伴，这样既能够以合作生产等方式扩大企业产能，又能帮助中小企业“走出去”。

2022年5月，国际贸易中心与阿里巴巴数字乡村展开合作，将中国助力乡村振兴的经验推广到更多发展中国家，共同助力发展中国家数字减贫。在进博会前，李佳琦团队也以做公益的形式积极参与进来，为参展企业直播带货，取得了不俗的成绩。

在本届进博会期间，国际贸易中心与阿里巴巴举办了“助力非洲产品数字升级”活动。一方面，活动帮助更多的非洲农产品在中国的网络平台亮相营销，通过数字化技术建立起非洲农产品输华销售的闭环，使得非洲农产品从非洲的“田间地头”走到中国百姓的“餐桌上”，给消费者更丰富的选

择。另一方面，非洲中小企业可以增加电子商务和数字化营销的认识以及对中国市场、品牌营销和消费者需求的了解。

除了发展中国家的特色产品大受欢迎之外，创新孵化专区的黑科技也赚足了目光。创新孵化专区的设立，对创新创业企业而言，是一个把展品、理念转化为产品，在中国广大市场落地的机会。

“启迪之星在去年和今年，分别为进博会创新孵化专区推荐了9个海外科创项目参展。去年的9家企业中有5家都以进博会为在华业务拓展的契机，利用一年的时间在中国取得了里程碑式突破。有的是现在在投融资，有的是拿到订单，有的是拿到政府优质的扶持政策。今年的9家企业，分别入驻了汽车、装备和体育消费的创新孵化专区。”启迪之星国际合作总监、启迪技转副总裁薛妮非介绍说，为了让这些海外中小企业更好地跟中国产业进行交互，帮助他们更好地落地，启迪之星还组织这些企业与产业方在进博会上组织了一场产业论坛和两场路演，来帮助中国的合作方更好认识这批企业。

从参与这两届进博会的体验来看，薛妮非认为，对于科技型中小企业来说，中国绝对是一个不容忽视的市场。她感到中国市场也非常欢迎海外科创企业来拓展业

务。她观察到，随着新一线城市和省会、二线城市的经济不断发展，国际化水平不断提高，配套服务更加完善，海外科技型中小企业来华开始把注意力从一线城市转向这些城市。

科技型中小企业开拓中国市场最主要的困难是，难以把握中国科技创新生态圈与国际的一些不同点。薛妮非介绍说，为了解决这个问题，启迪之星联合中国国际贸易交流中心，为海外科技型中小企业打造了关于如何进入中国市场的系列创业训练营——“GoChina云上中国行”，话题包括中国不同区域经济的基本情况、产业特色、龙头企业、创投生态圈、创业扶持政策等等。目前，该系列培训活动已为400多家海外科创型企业提供了辅导。

无论是发展中国家的中小企业，还是科技型中小企业，对中国市场来说都是新鲜的血液。吸引这些企业来华发展，更有助于推动中国的全方位开放。在毛天羽和薛妮非看来，更好吸引中小企业来华，需要推出一些有针对性和更精准的举措。例如开展针对中小企业的辅导和培训，开发适合中小企业进入中国市场的平台，签定有助于农产品进入中国市场的检验检疫合作协议，介绍中国本土的孵化器资源和产业合作伙伴等。

在第五届进博会期间举办的第五届虹桥国际经济论坛上发布的《世界开放报告2022》(以下简称《报告》)显示，世界开放指数总体上呈下降态势。2020年，世界开放指数为0.7491，比2019年下降0.02%，比2008年下降4.1%，比2015年下降1.5%。但这十年来，中国坚持高水平对外开放，开放指数从2012年的0.7107提升至2020年的0.7507，提高了5.6%，排名从第47位提升至第39位，成为推动经济全球化的重要力量。这体现在以下几个方面：

十年来，中国贸易大国地位更加稳固。2012年至2021年，中国货物和服务贸易总额由4.35万亿美元增至6.87万亿美元，占全球比重由9.4%升至12.2%，排名由全球第二位升至首位。

十年来，中国货物贸易高质量发展成效显著，2021年中国中西部地区出口占比2012年提高5.9个百分点；市场多元化取得积极成效，积极拓展亚洲、拉美、非洲等新兴市场，与26个国家和地区签署了19个自贸协定；外贸经营主体更有活力，经营主体数量增长了1.7倍。

十年来，中国服务贸易创新发展成效显著，2021年，中国知识密集型服务进出口23258.9亿元，占服务贸易比重为43.9%。其中，中国知识产权服务进出口额十年增长了1.5倍，知识产权服务进出口额由2012年的177.5亿美元增至2021年的376.3亿美元；知识产权服务出口额由2012年的10.4亿美元增至2020年的88.8亿美元。

同时，中国和自贸伙伴的贸易额占到中国全部贸易额的比重由17%增长到2021年的35%。2022年1月1日，RCEP正式生效实施，这意味着全球人口最多、经贸规模最大的自贸区正式落地。此外，中国积极推进加入《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)和《数字经济伙伴关系协定》(DEPA)，向高标准自贸协定的目标迈出了新步伐。

虹桥国际经济论坛研究中心理事长顾学明认为，当前复杂国内外形势下，中国迎难而上紧抓新一轮科技革命、全球数字经济、绿色发展的新机遇，在制造业、金融开放、数字经济和绿色开放发展等领域有了新的突破。主要表现在：一是中国制造业领域改变劳动力成本优势，形成新的综合性、应用场景丰富、深耕亚洲区域市场、中国企业“走出去”与国内“内外协同”的竞争新优势。二是在金融领域，中国大幅放宽外资金融机构准入，稳步推进金融市场开放，人民币国际化呈现良好势头。三是在数字经济和绿色发展领域，中国积极参与“新赛道”技术竞争与新领域规则治理，积极推动国际发展合作。

“克服全球性挑战需要真正的全球合作，中国始终坚定不移地扩大对外开放，为国际社会提供更多公共产品与国际合作平台，为完善全球治理贡献中国智慧和方案。”顾学明说。

“上合亮点”精彩出圈 塑造对外开放新形象

■ 本报记者 刘禹松

第五届进博会将于今日正式落下帷幕。在本届进博会上，中国—上海合作组织地方经贸合作示范区(下称上合示范区)频频“出圈”，成为展示中国对外开放的新形象。

进博会开幕当天，位于上海的国家会展中心里，由上合示范区管委会设置的上合组织专区人头攒动，石榴汁、藏红花等上合组织国家特色商品摆满货架。LED屏幕上，上合组织国家特色宣传片正在循环播放。

“我们共设置了8个展销区，展示销售印度香辛料、伊朗藏红花、阿塞拜疆石榴汁等百余种上合组织国家特色食品。这些产品也是上合组织国家驻华大使馆的主推产品，参展客商可以‘一站式’了解购齐上合组织国家的特色商品。”上合示范区管委会产业发展一部部长孙菁表示，今年“一带一路”沿线国家、上合组织参展国数量较上届都有所增加，上合示范区对本届参展的上合组织国家商会、企业进行了梳理，有针对性地做好了攻略，力争在本届进博会上取得更好成绩。

“伊朗是最适合藏红花生长的地区之一，也是藏红花最早出现的国家之一，我们的藏红花都是通过传统技术加工……”26岁的小伙儿马迪今年已经是第四次参加进博会了。展销区前，他用流利的汉语介绍着家乡特色。不到半个小时，品质优良的伊朗藏红花就成为上合组织专区的“抢手货”。

“来洽谈的展商越来越多，感觉带的货根本不够卖。”马迪表示，“来往的客商更多了，成单量也更多了。这得益于上合组织专区鲜明的特色，让目标客户更加集中，大家对彼此也更加信任。”

除了琳琅满目的特色商品，“中国这十年——对外开放成就展”国家展区里，迷你版的青岛，上合之珠国际博览中心同样备受国内外客商青睐。洁白如珠的手工复刻模型辅以微弱的灯光，成为了展区“明星”，吸引了众多参展客商驻足观看。

青岛，上合之珠国际博览中心模型位于国家展区的“推动构建人类命运共同体”板块“积极参与全球治理”章节中。立面的屏幕上，集中展示了上合示范区国际物流、现代

贸易、双向投资合作、商旅文化交流发展“四个中心”和上合组织经贸学院建设成果。

“我们把青岛·上合之珠国际博览中心‘海汇繁花·珠贝生辉’的建筑形象复刻到进博会上，可以让国内外客商对‘上合之珠’有更加生动直观的认识。”中国·金茂相关负责人介绍，除了模型展示外，展区中还通过播放青岛·上合之珠国际博览中心夜景、上合国家元素展示视频，让客商身临其境地了解青岛·上合之珠国际博览中心的功能和魅力。

青岛市委常委、胶州市委书记、上合示范区党工委副书记、管委会主任张新竹表示：“青岛·上合之珠国际博览中心是我们面向上合组织国家搭建的经贸合作、人文交流新平台。在这里，我们为每个上合组织国家提供沉浸式文化展览展示区，打造上合组织国家多元商业业态互动融合、一站式文化体验的综合新空间。”

除此以外，上合示范区建设成果还在山东省和青岛市对外开放成就展中进行了集中展示。“在推动与上合组织和‘一带一路’国家地方经贸合作中，上合示范区在陆海内

外联运、东西双向互济的跨境运输网络建设中进行了积极探索，为保障区域产业链供应链稳定畅通发挥了积极作用，是我国通过‘一带一路’建设促进地区和平稳定、发展繁荣的一项生动实践。”商务部外贸发展事务局局长吴政平表示。

记者从上合示范区管委会了解到，截至目前，上合示范区已常态化开行28条国际国内班列，通达上合组织和“一带一路”沿线22个国家、52个城市，累计集聚贸易主体1800余家，引进培育上合跨境贸易服务中心等10个贸易平台、传化(上合)就贸等4个跨境电商平台，推出55项上合特色制度创新案例。

此外，上合示范区也在加快建设青岛·上合之珠国际博览中心、中国—上海合作组织地方经贸合作综合服务平台、上合国际超级港等多个关键平台和载体，从经贸合作平台“硬联通”和经贸示范模式“软联通”两个方面，进一步畅通与上合组织和“一带一路”国家地方经贸合作，为国际多双边框架下地方经贸合作提供场景、模式和范例。

经贸会客厅

拜耳中国公共与政府事务及可持续发展副总裁高勇：

紧握进博会“金钥匙” 在华合作不止步

■ 本报记者 张凡



拜耳中国公共与政府事务及可持续发展副总裁 高勇

“进博会是世界上首个以进口为主题的国家级展会，让全世界都看到中国政府的开放信念，中国市场也是朝着‘世界的’‘共享的’‘大家的’市场方向迈进。尤其是在充满挑战的国际地缘政治的环境下，第

五届进博会如期举办，让拜耳更加坚定了中国与世界共享发展机遇的决心和信心。”拜耳中国公共与政府事务及可持续发展副总裁高勇在第五届进博会期间接受《中国贸易报》记者采访时说，连续举办5年来，进博会已经成为跨国公司开拓中国发展机遇、拓展中国“朋友圈”、融入中国经济发展的重要平台。

拜耳已经是连续五年参加进博会的“元老”，今年拜耳带来了一系列“首展”“首秀”，展示其在医疗健康和农业科技领域的创新进展，并期待借力不断升温的进博溢出效应，进一步推动创新成果在中国落地。拜耳参加本届进博会的展品涵盖处方药、影像诊断、健康消费品、作物科学等领域的产品和成果。

高勇介绍说，在过去四届的进博会上，拜耳在品牌塑造、创新落地、本土合作等方面硕果累累，达成了数十项重磅行业签约，结识了许多新老朋友，大大提升了政府、媒体和公众对拜耳品牌的认知。今年拜耳延续了这一势头：在医疗健康领

域，拜耳健康消费品与北京大学公共卫生学院专家团开启了中国科学技术协会旗下的“科创中国”项目，并与本土创新企业新华制药、克劳丽等伙伴达成资源整合、优势互补的合作协议；在农业科技领域，拜耳与上海浦东新区达成合作意向签约，与山东平原鲁望集团签订协议，这将使全球领先的可持续农业理念应用到中国大田作物的种植生产。

高勇表示，他非常期待这些合作项目能够为拜耳践行“在中国、为中国”的承诺添砖加瓦。与此同时，中国市场的新趋势也为拜耳在华发展提供了新机遇，“近年来中国快速推进健康中国、乡村振兴等国家战略目标，加快对外开放步伐，提速打造市场化、法治化、国际化的营商环境，种种积极信号让我们备受鼓舞。”

“中国市场正在迎来新一轮以创新为引领的高质量发展，并将更加深度地融入全球创新生态系统中。在拜耳所在的医疗健康和农业科技领域，一系列国家战略的稳步实施和鼓励政策的持续落地，在

助推行业高质量发展创新发展的同时，也愈发鼓舞企业不断加速本土创新的步伐。”高勇说。

截至2022年9月，位于北京的拜耳处方药全球研发中心已向中国引入18款创新药物，共计31个新药或新适应症获得批准。仅在2022年，拜耳处方药便为中国患者带来了3款创新药物和2个新适应症获批。此外，拜耳与华领医药就用于治疗成人2型糖尿病的全球首创新药多格列汀达成商业合作协议，该创新药已在中国正式获批，这标志着全球范围内迎来了首个获批的葡萄糖酶激活剂类糖尿病治疗药物。

近年来，在一系列惠企利好政策的实施与推进下，让拜耳更加看好中国市场，并不断加码布局。

“在处方药领域，拜耳将有一个投资项目在中国落地——拜耳提升处方药北京工厂产能，新建的生产线将于2022年底投入使用。届时，北京工厂的年产能将提升约40%，并以稳定的处方药产品供应帮助更多

中国患者获得优质的治疗方案。拜耳作物科学在杭州的供应中心也将于2022年在杭州钱塘区奠基，预计2025年建成投产，以进一步提升产能，现代化生产与管理水平。新的供应中心将不仅满足国内需求，也将为亚洲、北美洲和拉丁美洲的种植户供应产品。”高勇介绍说。

“改革开放以来，拜耳在中国的业务经历了最重要的发展期。拜耳亲历并见证了中国长足发展下的锐意变革与安定繁荣。今天，中国已成为拜耳全球业务最重要的战略支柱之一，是拜耳处方药全球第一大市场、健康消费品全球第二大市场，也是作物科学全球十大市场之一。”高勇表示，尽管当下外部环境仍存在许多不确定性，但拜耳相信中国经济稳增长的长期向好趋势不会改变，中国市场的潜力和机遇依旧巨大。拜耳将紧跟进博会“金钥匙”，步履不停地与中国政府及本地伙伴密切合作，实现互利共赢，助力推动中国经济高质量发展，共同续写未来的美好新篇章。

开放指数提升 见证中国高水平开放

■ 本报记者 王曼 实习记者 马晓娟