

“业务在回暖，信心未改变”
——在外资集中地浙江平湖看外企信心

■ 吴帅帅 殷晓圣

近几日,日本电产汽车马达(浙江)有限公司总经理封静正忙着对即将动工的新项目做最后的标准审核。11月下旬,这家日资企业位于浙江平湖的“旗舰工厂”即将破土动工,全面投产后,这一新工厂新能源汽车动力电机的预计年产能将达到100万台。

平湖市紧邻上海。这一县级市集聚了300多家各类外资企业,其中不乏具备一定规模的制造业企业。

日本电产汽车马达(浙江)有限公司是其中较早落户的外资企业。2001年,这家主要生产各类汽车电机的日资企业就已开始把产线转移至平湖市。

目前公司启动的“旗舰工厂”项目正在紧锣密鼓地推进中。“政府配合我们积极推进标准厂房施工建设,我们的目标是一年后实现正式投产。”封静说。

“中国市场不断给予企业发展机遇和信心。”封静说,除了传统汽车转向、刹车电机等产品外,近两年随着中国国内新能源汽车普及率不断提升,企业开拓的驱动电机等业务前景广阔。2021年,企业实现营收约27亿元人民币。

“因为中国新能源汽车市场发展很快,企业必须提高产能才能抢占市场,所以我们不仅没有收缩业务,反而要抢时间、扩产能。”封静说。

在相距不远的另一家日企浙江好侍食品有限公司平湖工厂内,自动化生产线正在满负荷运转,每分钟能生产200余件各种风味的咖喱产品。公司正在为即将到来的电商购物季备货。

浙江好侍食品有限公司总经理蛭原武弘说,好侍在中国上海、大连等地都有工厂,中国完备的供应链体系、广阔的市场、发达的电商、便捷的物流等助推企业在华业务快速增长。

“我们2016年成立平湖公司,3年就实现盈利。我们的新产线都是盈利再投资,这是一种良性循环。”蛭原武弘说,“未来,我们的目标是在平湖市投入5条生产线,按照计划产能,这里届时将成为世界最大的‘咖喱工厂’之一。”

尽管新冠肺炎疫情发生以来,部分外资企业面临挑战,但记者在平湖走访看到,一些企业的业务在回暖、产能在扩大。

在主要生产汽车电动尾门撑杆的德企斯泰必鲁斯浙江平湖工厂,7月开始订单一直处于饱和状态。

德国斯泰必鲁斯(浙江)有限公司工厂长马云杰介绍,目前公司单月出货量在30万套至40万套,已经满负荷运转,但现有产能也只能勉强应付纷至沓来的订单。“明年新增3条产线的计划已经提上日程,产能相较今年可翻一番。”

商务部近日发布的数据显示,今年1至9月,全国实际使用外资金额10037.6亿元人民币,按可比口径同比增长15.6%,折合1553亿美元,同比增长18.9%。

康迈尔机电(嘉兴)有限公司中国区总经理马蒂亚·卢里介绍,目前,中国的供应链体系能满足企业95%的原料、配件采购需求,很难想象在世界其他地方,有这样的供应链保障能力。“这些要素都是我们继续增资的信心来源。”

平湖经济技术开发区管委会招商服务办副主任毛方英介绍,2022年前三季度平湖经开区已完成合同外资2.96亿美元,同比增长99.6%,其中高新技术产业实际利用外资占比达77.2%。

“针对外资项目特点我们也做了服务和配套方面的完善。比如设置‘项目经理’保持2到3年的服务周期;针对外资企业需求在本地技工学校订单式培养技术人才等。”毛方英说。

“业务在回暖,更重要的是我们扎根中国的信心没有改变。”马云杰说。

商务部在沪发布2022年全国“诚信兴商典型案例”

2022年全国“诚信兴商典型案例”发布暨诚信企业银企对接会11月6日在第五届中国国际进口博览会的举办地国家会展中心(上海)举行。

此次活动由商务部主办,旨在进一步落实党中央、国务院关于推进社会信用体系建设高质量发展的决策部署,积极推进商务诚信建设,充分发挥诚信典型案例示范作用,不断完善诚信兴商的市场环境。

商务部当天发布了20个“诚信兴商典型案例”,内容涉及打造前站楼商业“诚信共同体”,将诚信文化融入“中华老字号”企业生产经营管理始终,以信用支持中小微企业融资等。

商务部副部长盛秋平在致辞中强调,商务信用体系建设是一项长期性、系统性工作,需要常抓不懈,不断推进。要深入学习贯彻党的二十大精神,进一步发挥诚信促消费、增活力、稳主体、优环境的重要作用,着力扩大内需,促进形成强大国内市场,服务构建新发展格局。

据介绍,“诚信兴商宣传月”活动是商务信用体系建设的重要内容,已连续开展18年。2022年活动主题是“诚信兴商,你我共筑”。

(吴宇 谢希瑶)

连续五年“打卡”进博会 九星蓄势赋能“转型蝶变”

■ 本报记者 赵敏

相约黄浦江畔,共襄发展盛举,擘画璀璨未来。11月4日,第五届中国国际进口博览会如约而至,上海“四叶草”再次华丽绽放,聚焦世界目光。作为连年“打卡”进博会的“老友”,九星今年再度整装出发打卡进博会,这是九星连续五年走进“四叶草”,“打卡”进博会,探寻发展新机遇、观展推介新九星,共享全球大市场。

作为“家门口”的世界级盛会,进博会成功举办五年来,九星已然成为“进博常驻嘉宾”,与来自加拿大、新加坡、奥地利、日本等国家的多家参展商开展了“一对一”的精准对接,成功意向签约国际品牌几十家。连续五次打卡,整合盛会溢出效应,为九星城项目“转型蝶变”蓄势赋能。

11月6日上午,九星观展推介团队齐聚进博场馆。按照既定方案,积极部署、分工合作。大家活跃在会场各个热门展位,在不同的场馆分发资料,主动对接参展意向客户,为九星城招商寻找资源、探寻机遇。

推介洽谈组向各大跨国企业、参展商、采



购商、投资商积极宣传推介九星城项目,大家与相关产业项目的商界精英和行业大咖进行友好交流,寻找合作商机,欢迎大家莅临九星参观考察、合作共赢。

本次进博会,九星不仅积极“台前”参展,更在“幕后”踊跃助力。进博会前夕,九星召开安全工作会议,要求明确责任、狠抓落实,开

展消防安全大排查大整治,抓好重点区域各项安全生产工作,确保安全隐患不发芽,为进博会顺利召开贡献九星力量。

同时,九星还积极响应上级党委、政府号召,组织党员、志愿者积极投身进博服务,向观展旅客和市民群众宣传进博知识,提供便民服务,充分展现九星党员志愿者的风采,以

“新”生活 “酷”科技 “潮”消费 ——进博会消费品展区纵览

■ 周蕊 王默玲 杨溢仁

绿色可持续理念贯穿始终,美妆“黑科技”亮眼登场,消费新趋势竞相涌现……在第五届进博会的消费品展区,超过7万平方米的空间里,围绕“新”生活、“酷”科技、“最”潮流三大方向,来自全世界的消费好物集聚于此。

拥抱绿色“新”生活

“你看这张微微发黄的纸,它就是我们今年在进博会上全球首发的‘BBC纤维絮纸’。”在金光集团App的展台上,一系列添加了“BBC纤维絮纸”材料的可降解餐具被放在了最显眼的地方,项目负责人江圣熙介绍道,“普通的可降解塑料虽然对环境相对友好,但相比化石原料制成的塑料制品,其耐用度、耐高温性等方面均有所欠缺。但可分解塑料中若加入了这款纤维絮纸,其物理性、耐热性都会显著提升,且能实现更快速地降解。”

连续五年参展的花王集团,本次展示的新品的包装容器未来都将采用回收再利用的再生



树脂作为原材料,相较之前的洗衣液产品,产品包装壳将减少50%的二氧化碳排放量。

除了给具体的产品“增绿”之外,在松下电器的展台,一个零售便利店的场景被整体“搬”了进来。“在这里你可以看到,我们如何让一整间店铺实现节能减排。”松下电器冷链物流事业部项目经理赵斌说,“通过采用节能环保设备,并使用综合运行管理云平台‘松下环境云’进行远程监控等方式,我们能够让店铺运营更加节能高效,减少设备损耗、降低碳排放。”

变美还看“酷”科技

在集聚了全球十大化妆品品牌的消费品展区,变美这件事充满了科技含量,进博会俨然成为美妆领域全球好物的重要首发地。

欧莱雅带来了一套基于脑电波原理的多传感器、头戴式装置,它能分析出消费者闻到不同香味系列时的情绪反应,从而帮助更好实现香水产品个性化选择。此外,欧莱雅还结合独特的用户定制设计,展示了一款能在家轻松染发的手持染发设备。

资生堂则带来了一项“数字皮肤”技术,利用人工智能在计算机上实现皮肤的超高精细度再现和分析,帮助研究人员在三维视角下对皮肤内部的超微细结构自由地进行分析。

“个性”“定制”是美妆“黑科技”产品中最被高频提到的词汇。在本届进博会带来入浴剂、化妆品、粉底液等多款产品个人定制服务的爱茉莉太平洋,其中国总经理于剑表示,前沿科技将给消费者带来更个性、更科学、更可持续的美妆体验,为未来美妆消费市场开创

出口菲律宾“仰韶彩陶坊酒”展现中国文化魅力

■ 本报记者 李代广

11月5日,“菲律宾中国商会河南分会就职典礼”活动在被誉为“西太平洋明珠”的千岛之国菲律宾成功举办。会上,中菲两国友人以此次就职典礼为契机,就深化两国经贸合作,促进两地优势互补、互惠互利、共谋发展进行交流,一同品鉴由河南仰韶酒业集团打造的“河南彩陶坊酒”。这款作为中国第十三种白酒香型的陶融香型美酒,承载着古老神秘的中国文化精髓,蕴藏着7000年仰韶文化的时代魅力,成为活跃现场气氛的重要载体。

据了解,此次活动是河南仰韶酒业集团旗下“仰韶彩陶坊酒”正式出口菲律宾市场亮相的首场文化盛宴。对于菲律宾人民而言,仰韶酒是他们了解中国、领略中华文化的窗口;对于菲律宾国家而言,仰韶酒是助力两国经贸交流互动的桥梁;对于在菲华人而言,仰韶酒是一解乡愁的中国风情和家乡味道,更是



传承弘扬中华优秀传统文化的标杆与榜样。

近年来,随着中国经济的快速发展和国际地位的不断提升,中国产品在国际上的知名度显著提高,中国白酒全面走向世界的大机遇和国际大环境已经形成,在此背景下,仰

韶酒业秉承“为中国白酒引领世界消费持续精进,使仰韶文化成为影响人类的伟大智慧”的企业愿景,坚持以“弘扬中华民族优秀传统文化”为动力,将传承创新仰韶文化的仰韶酒推向世界,向世界展示出“中国仰韶,中国气

持续打响品牌知名度 “東裕茗茶”获评2022年“陕西好商标”

■ 东茗

为倡导“中国产品向中国品牌转变”和加强知识产权保护工作,落实中央和陕西省关于品牌建设、商标保护的有关要求,推动陕西省商标品牌经济发展,引导企业运用品牌效应提高产品附加值,扩大商标品牌影响力,推动陕西商标品牌全面化、高端化、国际化发展,助力陕西商标品牌走向全国、走向世界,陕西省品牌建设促进中心和陕西省知识产权保护协会在全省范围开展了2022年“陕西好商标”评价工作,近日名单公布,汉中市共有7家企业上榜。其中,陕西东裕生物科技股份有限公司凭借知名品牌——“東+東裕茗茶”,获得了2022年“陕西好商标”。

“陕西好商标”是陕西省知识产权局立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局,



开展品牌建设保护的重要举措。根据《陕西好商标评价管理办法(试行)》的标准和要求,经企业自愿申报、各地市场监管局(知识产权局)推荐、信用核查、综合审查、专家评审等程序,对符合条件的申报材料进行了评审。

陕西东裕生物科技股份有限公司,是专业从事茶产业开发的科技创新型企业,主营

业务涉及茶叶有机种植,名优茶清净化、标准化生产加工,生物资源开发利用,茶叶有效成分提取分离,茶食品等。公司是全国茶业行业百强企业,国家级农业产业化重点龙头企业、新中国建国60周年茶事功勋企业、全国食品行业优秀龙头企业,陕西省级农业产业化重点龙头企业,陕西省高新技术企业,公司“東”及“东裕”商标为陕西省著名商标,公司“東牌汉仙毫”为陕西省名牌产品。

公司产品“東”牌汉仙毫于2013年荣获第31届巴拿马国际博览会茶叶类金奖;“東”牌汉仙毫于2007—2016年连续10年在中国国际茶业博览会上荣获金奖、及大会唯一最高奖——特别金奖。2014、2015、2016年东裕红茶荣获中国国际茶叶博览会金奖。2014年公司获得汉仙毫品牌建设特别贡献奖。2017年公司荣获茶界品牌奥斯卡“金

芽奖”,跻身中国茶行业品牌50强,同年获得首届“市长质量奖”,2019年被评为“建国70年,茶叶品牌70强”。

2022年中国茶叶企业产品品牌价值专项评估出炉,陕西东裕生物科技股份有限公司“東”牌汉仙毫品牌价值达1.92亿元,位居全国第89名,品牌好感度位列全国第7名。

专业铸就品质,恒心集成未来。东裕生物以创造、弘扬、推广国际绿茶经典时尚产品为宗旨,锻造品牌;以生产、种植优质产品为基础,力创国内知名企业。并力求做到持续发展,永续经营。

东裕人深知,所有的认可只是鞭策,东裕人将不忘初心,持续为消费者生产出安全、好喝的东裕茗茶。作为陕茶的领头羊,东裕人也一定会做好示范典型,起好模范带头作用,打造陕茶品牌,做到品牌强省,品牌强国。

革新性品类,开拓美丽新思路。

最“潮”的消费趋势

左边是中国首发的户外露营设备,右边是全球首发的生态设计山地自行车。迪卡侬展台最前方的两个展示场景正好反映了近来消费领域最热门的两个类目——露营与骑行热。“此外,今年我们还带来了生态设计多功能划船机、海上冲浪风筝等,全方位满足时下消费者对于居家健身、户外露营等运动场景的消费需求。”迪卡侬展台工作人员介绍说。

今年的消费品展区还专设了文物艺术品板块,有包括佳士得、苏富比等顶尖拍卖行在内的12家境外文物艺术品经营机构参展。

富艺斯拍卖行中国区总监张文嘉表示:“本次进博会我们精心挑选了十多件出自国际艺坛巨匠和新晋艺术家的风格各异的画作和雕塑,受惠于展期内的免税政策,我们将为国内的藏家提供拍卖以外的收藏途径。我们也期待继续向潜力无穷的中国内地艺术市场延伸,创造更多机遇。”