

升级版“背靠内地、面向世界”

200 多家香港企业踊跃参加第二届进博会

■ 石龙洪 许晓青 潘清

“去年参加首届进博会后,我们与 200 多家企业客户建立业务联系,与十余个省级商务厅国际投资促进中心及金融同业签订战略合作协议。今年再来参展,相信会有更大收获。”南洋商业银行(中国)有限公司副董事长兼总裁程泽宇的一番话,道出了 200 多家香港企业踊跃参加第二届进博会的重要原因。正在上海举行的第二届中国国际进口博览会吸引全球 3800 多家企业参展,其中 200 多家香港企业的参展面积位列所有国家和地区第四位,他们向来自世界各地的参展商和买家展示香港优质商品和服务,呈现其作为亚洲国际商贸平台的优势。

香港南洋商业银行与新中国同龄。1982 年,银行跨越深圳河,在内地设立新中国成立后的第一家外资银行分行。“南洋商业银行坚守以立足香港、背靠祖国内地、面向世界,服务各地客户为己任,与国家共同成长。”程泽宇说,国家举办进博会的决策高瞻远瞩,对公司发展而言也是重大机遇。因此,首届进博会南洋商业银行就积极参与。今年第二次参展,带来全新的进博会专属服务方案,为内地采购商、各国和地区参展商等提供国际结算、国际贸易投融资、跨境担保等服务。

本届进博会上,参展的香港企业主要集中服务于贸易展和食品展两大门类,分别集中设立“香港服务业展区”和“香港产品展区”。两个展区总面积较去年增加 70%。其中,“香港服务业展区”涉及基础建设、物流服务、金融服务、信息科技等领域企业。

香港纵横国际会计师行有限公司在 200 余个城市设有办事处,业务遍及全球五大洲 100 余个国家,专长于提供优质的国际商业咨询、税务、审计、会计和法律咨询等服务。该公司国际并购及税务战略董事张镇国受访时说,去年参展后,有多个内地客户通过公司在港设立新公司,实现“走出去”计划。“进博会是一个扩大企业影响力和业务的绝佳平台”,可带动贸易,并进一步带动投资和投融资业务,对拥有丰富的国际贸易、投融资经验的香港企业而言,非常有吸引力。

“香港背靠祖国内地,实际上是背靠庞大的资源和市场。进博会是升级版的‘背靠内地、面向世界’。香港的服务贸易经验有助于内地企业‘走出去’、由大转强,在此过程中,香港自身也受益良多,可强化自身优势。两地合作将产生协同效应,实现互利共赢。”张镇国说。

总部设在香港的香港亚太顾问有限公司在北京、深圳、广州、上海设有办事处,提供包括会计、审计、税务等丰富业务。公司合伙人威健宁说,进博会有助于外国企业利用香港平台进入内地,同时有助于内地企业通过香港“走出去”,进而发挥香港桥梁作用。近年来,随着国家快速发展,该公司业务增长迅速,与内地业务相关的客户达数百个,相信进博会会有助于进一步推广企业,扩大企业影响力。

业务遍布全球的香港建筑设计咨询公司巴马丹拿今年再次前来参展。该公司上海有限公司董事马家俊说,进博会是一个展示公司的好平台,“这么多国家前来,可大大减少企业去他国宣传的人力物力成本”。通过进博会平台,更多企业了解公司业务,也让世界了解到香港在建设设计领域的水准。

在“香港产品展区”,30 多家食品企业集中展示香港的优质食品和广阔的进口食品渠道。

香港新华集团此次带来进口红酒、火腿、腰果、咖啡等优质食品。展台前,有不少采购商在品尝食品,洽谈采购事宜。“这次集团带来 20 多位工作人员负责洽谈采购业务。来进博会做生意忙不过来。”新华集团主席蔡冠深笑着说,希望明年参展面积更大,集团可以单独开个展馆。

“香港拥有非常广阔的食品进口渠道和丰富的进口经验。”蔡冠深认为,在食品安全和质量等方面,香港长期以来建立了良好信誉,在内地扩大进口食品方面,香港企业可发挥进口食品转口内地等作用。

香港佳记食品此次带来榴莲干、雪花酥等多款精选优质健康食品。该公司董事陈文芳说,公司产品采用优质原料、纯手工制作,走无添加、健康路线。“希望把好的产品带给内地消费者,公司产品早日进入内地市场。”

“此前从来没有一个国家举办以进口为主题的国家级展会,我们国家的这一创举给香港带来巨大商机,让香港企业界很兴奋。”蔡冠深说,没有庞大的内地市场和国家支持,就没有香港如今在贸易领域的地位。在“一国两制”之下,香港拥有得天独厚优势,“香港要做的就是融入国家发展大局,融入内地市场,扮演好连接内地和世界的桥梁角色”。



中国市场这么大这么开放,我们一定要深耕

——来自进博会参展外商的故事

■ 新华社记者 杨金志 有之忻 桑彤 龚雯

“中国市场这么大,欢迎大家都来看看。”中国国家主席习近平在第二届中国国际进口博览会开幕式主旨演讲中的一番话,引发广大参展外商的强烈共鸣。

从享受规模巨大的中国市场“红利”到搭上中国消费升级的“顺风车”,从切身感受营商环境的持续优化到积极履行企业社会责任,无数外商与中国市场共成长。“中国市场这么大这么开放,我们一定要抓住机会扎根、深耕。”本届进博会上,多家跨国企业向记者讲述他们的“中国故事”。

消费升级,“网红”水果香透万千中国百姓家

凤梨清香阵阵,从进博会参展商都乐的展台飘来。这是来自菲律宾种植园的风梨。借助进博会的牵线搭桥,都乐旗下的金菠萝、西柚、橙子、蓝莓等“网红”洋水果漂洋过海来中国,飞入寻常百姓家,进入网购电商的购物车,进入网红茶饮店的杯中。

“都乐”,这家跨国食品企业的中文译名喜庆吉祥,中国味儿十足。本届进博会上,食品及农产品展区参展企业数量最多、面积最大。来自全球各地的企业带来了一场跨国的美味体验,缩短了全球美食与中国消费者餐桌的距离。其中,连续两届参展的都乐展台引人注目。

都乐中国品牌总监王娜告诉记者,去年首届进博会上,都乐的展位约 200 平方米,展出了 27 种产品,不少产品来自菲律宾、埃及等“一带一路”沿线国家。“首届进博会期间,我们接待了 100 多家采购客户,陆续开启了合作。”王娜强调说,进博会带来的红利不只是会期 6 天,而是“6 天+365 天”的持续效应。这一年间,都乐寻找到了下沉中国国内三四线城市的机会,与更多电商品牌合作,开拓出更多龙头企业客户,还和多家知名茶饮品牌进行商业资源对接。

在首届进博会上尝到了甜头,都乐在第二届进博会上带来了更缤纷的水果品种,包括香气浓郁的智利梨、多汁味甘的泰国椰青、个头饱满的厄瓜多尔香蕉等,其中不少是“进博会首发”。目前,都乐正在积极申请第三届进博会的“入场券”。

“都乐进入中国市场超过 20 年,见证了水果品牌化的发展,也充分享受到中国市场消费升级的巨大红利。”王娜说。

中国不断优化的营商环境,对都乐等生鲜食品企业来说,也是巨大红利。目前,预申报、无纸化申报等措施大大提高了通关效率,

AI 测痘、智能通关……

那些被互联网改变的“买卖”故事

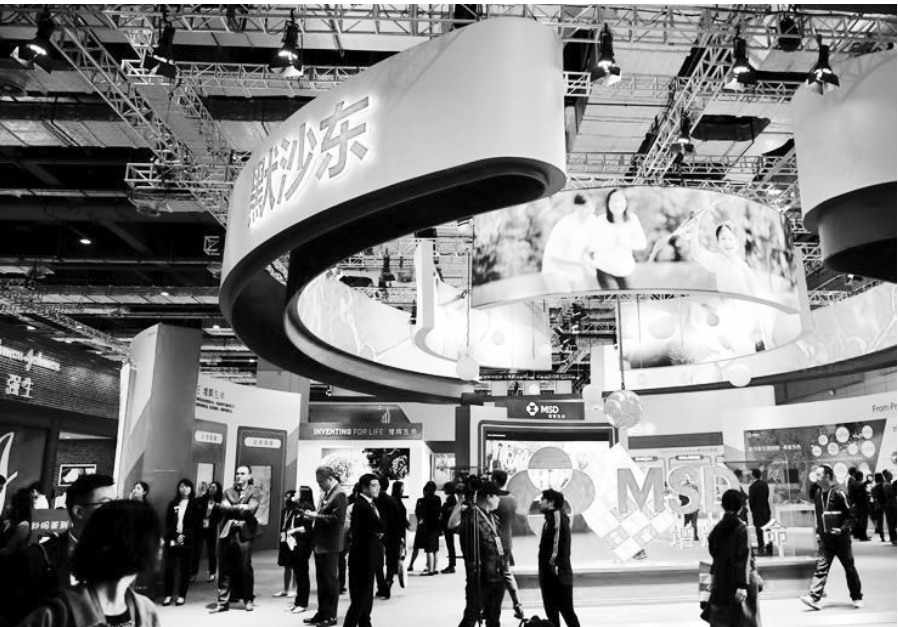
■ 新华社记者 姚玉洁 刘慧 周蕊

超过 500 斤的蓝鳍金枪鱼,甜蜜多汁的金菠萝,薄如蝉翼的西班牙火腿……第二届进博会,展台人气最旺的依然是老百姓关心的衣食住行。鲜活的感官体验之外,传统的“买卖”故事正在被互联网一改再改。首届进博会上,欧莱雅会化妆的机器人赚足了参观者的目光。今年,这一美妆巨头的展台同样科技感满满,通过 AI 技术测试出最适合自己的发色,专业测试仪器了解肤质并现场体验个性化定制的精华制作……让参观者心动的是,有不少新科技体验宅在家里就能完成。

超过 500 斤的蓝鳍金枪鱼,甜蜜多汁的金菠萝,薄如蝉翼的西班牙火腿……第二届进博会,展台人气最旺的依然是老百姓关心的衣食住行。鲜活的感官体验之外,传统的“买卖”故事正在被互联网一改再改。首届进博会上,欧莱雅会化妆的机器人赚足了参观者的目光。今年,这一美妆巨头的展台同样科技感满满,通过 AI 技术测试出最适合自己的发色,专业测试仪器了解肤质并现场体验个性化定制的精华制作……让参观者心动的是,有不少新科技体验宅在家里就能完成。

陈红云说,作为小微企业,公司平时资金需求不大,近期恰需一笔周转资金时,银行工作人员主动上门推荐了这款名叫“纳税 e 贷”的产品。企业凭借纳税信息,不用任何抵押、担保,就得到了年利率只有 4.56% 的贷款,“这种便利和优惠,以前真是没想到。”

近年来,小微企业融资难、融资贵一直备受各界诟病。记者近日在中国农业银行山东省分行多家营业网点采访了解到,“大数据驱动”正成为撬动小微企业融资难的一个有力支点。



● 参观者在第二届进博会上的跨国药企默沙东展台参观。

新华社记者 方喆 摄



● 11 月 6 日,在第二届上海进博会服务贸易展区,德勤工作人员(左)向参观者介绍“魔墙”的功能。

新华社记者 丁汀 摄

尤其是海关正在推行的“两步申报”帮助企业更快清关,速度从之前的一周缩短到现在的三天左右。

“魔墙”背后的中国“店小二”精神

在进博会服务贸易展区,连续两届参展进博会的服务贸易展商德勤,今年带来了全新的产品——面“魔墙”。

和人们想象的服务贸易场馆大多是“无形”产品不同,“魔墙”创新地利用动画投影技术和图形技术,是一款创新的可触控的数据可视化智能产品,可应用于智慧城市和企业分析领域。整面“魔墙”上有许多不同的案例,涵盖数字化、人工智能、设计思维、物联网、大

数据分析等方面,未来应用前景可期。

德勤中国创新主管合伙人刘明华说,中国改革开放以来,特别是近年来,德勤见证了中国在各领域的飞速发展,也深深地感受到中国政府以积极、开放的态度,以及更好的营商环境吸引着优秀的企业、人才来华发展。

对于上海优化营商环境的拳头产品“一网通办”,刘明华的印象尤为深刻。

出于德勤自身创新转型的需求,去年公司管理层决定成立专注于做高新技术开发的德勤勤跃数字科技(上海)有限公司。“整个公司从内部资料收集完毕提交到拿营业执照只用了两周时间。”刘明华说,“企业申办过程顺畅超乎想象,职能部门‘店小二’的服务精神

了消灭数字鸿沟,促进电子商务的智能化、普惠性、包容性。而热气腾腾的进博会现场,真实上演了一个个被互联网改变的“买卖”故事。

首届进博会上,有“世界最甜菠萝”美誉的巴拿马金菠萝首次“约会”就成功进入中国市场的励志故事,有了新的续集。经特许审批,36 公斤印度尼西亚菠萝进入第二届进博会展馆,试水中国机遇。

“互联网的数字化、智能化,带动了政府公共服务的智能化。中国海关近年来一系列改革创新,使海外中小企业和农场主的产品得以更快进入中国家庭。”阿里巴巴集团董事局主席兼首席执行官张勇说,3 年以前,天猫

发挥到了极致,政企合作更加透明、高效和便捷。”

扎根中国,展望未来,众多像德勤这样的服务贸易企业看好中国市场机遇。刘明华说,一方面,具备全球化思维的中国企业,更加关注管理模式、运营方式、治理结构以及技术的变革和提升;另一方面,越来越多的外国企业走进中国,寻求更有潜力的市场以及有能力的合作伙伴。“我们充分享受着中国便利的营商环境,也一定会通过专业服务助力中国营商环境的持续优化。”

“拉手”不“松手”,一起守护健康中国

1989 年,跨国药企默沙东与中国有关方面达成技术转让许可协议,转让了当时世界先进的基因工程乙肝疫苗生产技术。“最初我们希望向中国出售乙肝疫苗,但即使将价格降到最低,中国家庭可能也难以承担。”时任默沙东 CEO 和董事会主席罗伊·瓦杰洛斯在回忆录中写道,“时间紧迫,我想保护孩子们免受这种致命疾病的侵袭。”

30 年过去了,第二届进博会的医药展区里,各大跨国药企的展台比邻而居,其中就有默沙东。一方面积极履行药企的社会责任,另一方面充分享受中国优质的投资、人才、服务监管环境,默沙东等跨国药企在中国的公共卫生领域、市场经济领域都取得了亮眼的成绩。

“作为制药企业在中国的负责人,我深感适逢一个伟大的时代。”默沙东中国总裁罗万里在进博会上对记者说,中国政府在对外开放和优化营商环境方面做了大量的工作,例如简化的监管审批流程加速了医疗改革的步伐,提升了医疗服务的可及性,并推动了外资在本土的科技创新。迄今为止,默沙东已在中国引入了 40 多种创新药品和疫苗,满足更多患者及大众的医疗需求。

全球知名医药力量也将目光对准中国。记者在第二届进博会上获悉,阿斯利康在中国携手 200 多个创新合作伙伴一起开发了 14 种诊疗一体化全流程管理解决方案,过去两年已落地全国 1400 多家医院;未来 5 年内,诺华预计将在中国提交 50 份新药申请,这一数量在跨国药企中名列前茅;到 2025 年,赛诺菲计划引进 30 余种创新药品和疫苗,并推动数字化创新以改善治疗效果……

放眼全球,还有许多疾病正在威胁着人类的健康。罗万里说,全球是一个命运共同体,我们就是要坚持“拉手”而不是“松手”,让公共健康跨越国界,共同携手投入新药研发,把新的健康解决方案推广到更多人的手中。

“双 11”500 万单保税进口的商品,要花 50 多个小时才完成通关,去年花了不到 5 个小时,今年预计效率还要提升。

在赛诺菲的展位上,记者亲身体验了“智慧化接种门诊”。打疫苗前,“智能前台”会询问你是否有咳嗽、拉肚子等现象,以确定就诊者的身体健康情况。通过人脸识别采集信息后,就诊者只要走到疫苗注射台前,对应的疫苗便会直接从机器内分发出来。

在赛诺菲首席执行官韩保罗看来,互联网的智能化可以提升千千万万个家庭的健康医疗服务水平。“比如通过远程医疗,小山村里的居民可以进行早期癌症筛查;扫一下二维码,可以确认药物真伪。”

“数据驱动”撬动小微企业融资难——山东农行支持小微企业融资观察

■ 新华社记者 袁军宝

“不用抵押,当天放款,解了公司的燃眉之急,对我来说真是一个惊喜。”济南宏圣天佑科技有限公司经理陈红云,说起近日从中国农业银行济南和平支行获得的 54 万元贷款,连连点赞。

陈红云说,作为小微企业,公司平时资金需求不大,近期恰需一笔周转资金时,银行工作人员主动上门推荐了这款名叫“纳税 e 贷”的产品。企业凭借纳税信息,不用任何抵押、担保,就得到了年利率只有 4.56% 的贷款,“这种便利和优惠,以前真是没想到。”

近年来,小微企业融资难、融资贵一直备受各界诟病。记者近日在中国农业银行山东省分行多家营业网点采访了解到,“大数据驱动”正成为撬动小微企业融资难的一个有力支点。

截至 10 月末,全行小微企业“线上”贷款 36.4 亿元,较年初增加 29.8 亿元,占全行小微企业法人贷款(监管口径)增量的 75%。

记者在农行山东省分行多个营业网点了解到,银行已采取考核倾斜、尽职免责等措施,推动基层信贷人员小微企业“敢贷、愿贷”。农行济南高新区支行副行长曹海霞说,上级行对支行的普惠金融工作有专项评价考核办法,“好的贷款产品加上有力的考核导向,现在基层人员对小微企业的贷款积极性明显提高。”

此外,在支持“三农”中小微企业贷款方面,近年来农行推出“惠农贷”“扶贫贷”“美丽乡村贷”“海洋牧场贷”等诸多贷款品种。同时,为破解小微企业贷款“开头难”,农行积极推进“民营和小微企业首贷培植行动”,处于成长期,有潜力、有市场、有前景但尚未获贷的民营和小微企业进行精准培植。截至

2019 年 10 月末,全行监管口径普惠金融贷款增速达 56.4%,较各项贷款增速高 47.16 个百分点。

为更好发挥“数据驱动”作用,多位基层银行人士期盼,能更便利地获取市场监管、海关、司法、水、电、气费以及社保、住房公积金缴纳等领域的信用信息,以便能为企业更立体“画像”。

据了解,今年 9 月份,国家发展改革委等部门联合印发《关于深入开展“信易贷”支持中小微企业融资的通知》,要求进一步加强信用信息共享,支持金融机构破解中小微企业融资难融资贵问题。人行济南分行也在积极推进政府采购合同融资及应收账款融资服务平台建设,为企业融资提供更多大数据支撑。

“随着金融科技及‘数据驱动’的进一步赋能,银行业支持小微企业融资将迎来更大新机遇。”马景明说。