

□ 数读财经 3月28日

□ 3月28日人民币汇率中间价

上证指数:3245.38点 0.19% 成交3968亿元
深证成指:11564.45点 0.72% 成交607亿元创业板指:2369.17点 1.2% 成交2725亿元
沪深300:3999.51点 0.32% 成交2487亿元100美元 687.49人民币 100日元 5.2371人民币
100欧元 743.03人民币 100港元 87.58人民币

“这里有不容错过的未来机遇”

——跨国企业投资中国话心声

■新华社记者

外资,观察一国经济对外部世界吸引力的生动窗口。

“这里有不容错过的未来机遇”“中国市场对我们来说很重要”“中国式现代化也是全球的机遇”“合作创造共赢”……开年以来,众多跨国企业负责人密集访华,身影活跃在中国各大经贸论坛、工厂园区,体现出深耕中国市场的信心,以实际行动对中国市场投下“信任票”。

“中国市场对我们来说很重要!”

3月25日至27日,主题为“经济复苏:机遇与合作”的中国发展高层论坛2023年年会在北京钓鱼台国宾馆举行。

“再次和新老朋友相聚一堂,真是太好了!”这是美国桥水基金创始人瑞·达利欧的开场白,也代表了年会上许多外方嘉宾的心声。

演讲、握手、攀谈……时隔三年,中国发展高层论坛首次恢复线下举办,吸引众多国内外知名专家学者、企业家、政府官员和国际组织代表参加。可容纳千人的主会场座无虚席,分会场甚至因为满员排起长队。

论坛年会氛围之热,折射出中国经济复苏之暖。

“这里有不容错过的未来机遇,中国市场对我们来说很重要!”贺利氏集团董事长兼首席执行官凌瑞德说,此次中国之旅安排得紧凑密集,在北京参加完论坛年会后就赶往上海,将与地方政府、公司同事、业务伙伴等进行面对面交流。

开年以来,贺利氏位于辽宁沈阳的高纯石英制品新厂建设项目正全速推进,力争在2024年6月投产运行。与此同时,包括电动汽车材料、贵金属循环利用等近十个投资项目正在中国各地全面展开。

中国市场有多重要?

“中国的复苏有非常强劲的动能。”国际货币基金组织总裁格奥尔基耶娃在年会上指出,2023年中国经济对世界经济的贡献将达到1/3,甚至超过1/3。分析表明中国GDP每增长1%会促进亚洲国家经济增长0.3%。

稳定增长的中国市场,依然是吸引外商投资的热土。

宝洁公司董事长兼首席执行官詹慕仁、康宁公司董事会主席兼首席执行官魏文德、辉瑞公司董事长兼首席执行官艾伯乐、高通总裁兼首席执行官安蒙、苹果公



消费者在海南海口国际免税城内购物。

□新华社记者 张丽芸 摄

司首席执行官库克……近日,跨国企业高管纷纷开启以中国为目的地的业务交流、商务考察之旅,争相把握中国经济发展带来的机遇。

“市场增长创造新的消费,对于宝洁的增长至关重要。”詹慕仁回顾了企业品牌产品在中国发展壮大的轨迹,并介绍了企业为适应中国电商快速发展而创新使用可回收材料的新产品。

“让生机勃勃的中国大市场为各国企业提供发展机遇。”商务部部长王文涛说,中国市场是一个快速成长的市场,开放的市场,更是一个共享的市场,具有巨大的增长空间。

“中国式现代化也是全球的机遇”

“中国式现代化也是全球的机遇。”宝马集团董事长齐普策认为,中国人口规模巨大的现代化将释放对创新产品和服务的需求,其在华业务发展各个指标也反映了这样的潜力。

与河钢集团打造绿色低碳汽车用钢铁

供应链,携手华友循环打造高压动力电池闭环回收和梯次利用业务模式……目前,宝马集团正沿着“电动化、数字化、可持续”的集团战略加快在中国布局全产业链。

“中国式现代化”“高质量发展”“国内国际双循环”……倾听跨国企业发声,这些引领中国发展的关键词也是他们的聚焦点。跨国企业积极从中探寻新机遇。

3月的上海,草木吐翠。外资聚集地正在积蓄新动能。

霍尼韦尔特性材料和技术集团副总裁兼亚太区总经理刘茂树告诉记者,他们最近正在华加快布局全产业链。

2022年底,霍尼韦尔宣布,携手浙江嘉澳环保科技股份有限公司在江苏省连云港市灌云县临港产业区打造大型可持续航空燃料生产基地。通过这一项目,厨余油和动物脂肪得以“变身”可持续航空燃料,预计项目在2024年建成,助力中国碳达峰碳中和目标实现。

“近年来中国的产业链和价值链不断上升,我们也积极顺应这样的趋势。”刘茂树说,我们在中国已不是简单的投资工厂,而是转向全产业链合作、价值链提升,目前霍尼韦尔特性材料和技术、航空航

天、智能建筑科技、安全与生产力解决方案四大业务集团均已落户中国。

截至目前,上海的跨国公司地区总部、外资研发中心累计分别达到891家和531家,成为中国高质量吸引和利用外资的生动缩影。

从上海乘高铁仅半个小时,就来到外贸外资重镇苏州。

卡乐电子(苏州)有限责任公司总经理卢恰诺是一位意大利人。“我们公司的西方面孔不多,技能人才都是中国人。”

这家从事提供暖通空调、制冷控制和加湿解决方案的高科技跨国企业,其在中国市场的营业额占集团全球营业额的20%左右,今年计划扩大在华研发中心规模。

“之所以决定在中国扩大研发中心,是因为这里的产业链供应链很强,同时还具备科技人才优势。”卢恰诺说,企业立足中国,产品出口和技术研发也面向全球,中国提出的双循环战略将促使企业做大中国市场,同时更好与国际市场联动。

2022年,尽管经受多重压力冲击,苏州新增1000多家外商投资企业,目前已超1.8万家,实际使用外资同比增长35.9%。从全国来看,今年前2个月,中国

高技术产业实际使用外资增长32%,其中高技术制造业增长68.9%,高技术服务业增长23.3%,印证中国不断以高质量发展为世界各国创造新机遇。

“在高质量发展目标驱动下,中国各行各业都在加快数字化、低碳化转型,这为我们创造了广阔成长空间和市场机遇。”施耐德电气集团董事长兼首席执行官赵国华说。

“合作创造共赢”

2月,航运和物流公司马士基临港综合物流旗舰仓项目在上海临港新片区开工建设,该项目总投资额超10亿元人民币,预计明年建成运营。最新数据显示,在马士基全球货量中,每三个出口集装箱中就有一个从中国出口,而每六个进口集装箱中就有一个进口到中国。

“贸易本身不是问题,反倒是解决问题的一剂良方。”马士基集团首席执行官柯文胜说,马士基多年来持续深耕中国市场,在新冠疫情期间仍继续在华进行投资,现今公司在中国的业务范畴比疫情前要大多。

当前,世界经济走势仍不确定,近期又出现金融市场局部动荡,全球贸易投资风险挑战上升。推动经济稳健复苏、顺应全球化发展趋势是各国企业的共同期盼。

“在中国和欧洲的外商直接投资将中德两国经济体紧密相连。”齐普策说,正如宝马在华投资创造大量就业机会一样,宁德时代在欧洲的投资也给当地带来了繁荣,这正说明合作创造共赢。

上海美国商会会长郑艺说,中国市场对外资企业依然非常富有吸引力,绝大多数会员企业在中国有长期规划,并将其作为全球供应链的重要部分,美资企业愿意在中国继续发展,参与到中国高质量发展进程中,分享中国经济发展红利。

“实施高水平对外开放,合理缩减外资准入负面清单,高标准落实好外资企业国民待遇”“促进外贸稳规模优结构,推动共建‘一带一路’高质量发展”……在中国发展高层论坛2023年年会上,中国多个权威部门围绕推进高水平对外开放积极发声。

“中国是很多国家最重要的贸易伙伴之一,也一直驱动着全球经济增长。”在力拓集团首席执行官石道成看来,中国的对外开放印证了这样一个道理:全球发展不是零和博弈,只有合作才能互利共赢。

(记者:谢希瑶、潘洁、王思远、周蕊、朱薇、韩乔、桑彤)

(新华社北京3月27日电)

时尚添新 市场加力

——2023秋冬中国国际时装周观察

■新华社记者 张辛欣 陈冬书 魏弘毅

皮影戏、天然植物染等元素跃然“衣”上,面料企业“走”上T台发布……2023秋冬中国国际时装周给人们带来一些新的体验和新的理念。

时尚添新,为市场加力。从时装周传递的种种迹象,可以看到业界应对挑战、开拓市场的决心和产业践行可持续发展的努力。

探索多元时尚 带动消费升级

伴随着动感的鼓点与悠扬的音乐,模特们踏着节拍依次出场,把《山海经》中的珍禽瑞兽与奇花异木“穿”在身上,将颇具传统韵味的设计表达出来……

时尚是对美的追求。秀场上,不少设计师尝试对传统文化元素进行新的演绎。

身穿香云纱和汉服马面裙,生活在左品牌创始人林栖一见面,就和记者讲述品牌将传统文化与当代生活相融的探索。

“这既是美与自信的表达,也是新的消费趋势。”林栖说,越来越多的年轻人喜爱传统文化、认同本土设计。设计师要将这些服装设计得更符合现代人生活习惯,围绕美与自信进行供给端升级。

时尚是对有趣的不断探索。时装周上,我们发现,不少品牌商从提供产品延伸到提供服务,围绕“有趣的体验”展开尝

试——

在劲霸男装的展馆外,品牌用鲜花与咖啡引流顾客。展馆内部仿照博物馆设计展出非遗皮影戏道具,劲霸男装将皮影的雕刻工艺运用在服装创意上,为客户增添“看展”般的体验感。

除现实展陈外,还有虚拟时装专场发布,营造出元宇宙中身临其境的数字化时尚体验。

美丽的外表、有趣的灵魂,越来越多的产品由此打动消费者。“注重美感与体验感是时尚消费的新趋势。让新颖的时尚表达更加精准地对接用户需求,打开时尚市场大有潜力。”北京广安商业管理有限责任公司总经理王文英说。

联通产业链 挖掘潜在需求

一场别具匠心的发布,出现在这次时装周开幕式上——多个面料企业联动原创设计师聚焦不同主题,将针织、羊毛、羽绒等面料,以服装形式进行分品类的流行趋势发布。

由面料趋势发布拉开时装周序幕,在以往很是罕见。

中国纺织工业联合会副会长陈大鹏说,时装周不仅面向大众,也面向供应商和品牌。“这次由联合会出面,和这些面料企业合作,为他们分别配备设计师等资源,一

起设计发布会的形式,希望将产业链上联动向,向广大设计师和原创品牌传导,增强整个链条协同效率,引导他们更好地针对消费端进行创新。”

挖掘市场潜力,需要产业的共同努力。当前,服装行业仍面临着来自需求和供给不小的挑战,迫切需要增强“抱团取暖”的意识,形成生态圈合力。

将面料创新与服装设计更紧密结合,让产品进一步贴近需求、引领需求。时装周上流行趋势发布的新特色,就是业界努力开拓市场的真实写照。

不只是面料商。产业集群,同样成为本季时装周上的“嘉宾”。开幕当日,“丝路东方”盛泽时尚发布会同期举行。以产业集群的名义向时尚企业和设计师发出邀请,共同创业、共同赋能。

中国服装设计师协会执行主席杨健表示,产业集群联合发布,通过设计师与集群地共享共创等形式,为设计师搭建完整产业链,为产业集群提升创意增加值。

聚焦可持续 引领新趋势

在时装周的秀场里、展会上、论坛中,业内人士不约而同地提到了一个关键词——可持续时尚。

浙江三德纺织服饰有限公司采用优质天然的可再生纤维,致力于产品全程可追

溯和生产过程零排放;参展的秘鲁服装品牌带来无需染色的天然纤维羊驼毛,意在传递可持续发展理念;木宁品牌在展台边将废弃的牛仔布料融合树脂,回收利用成展览桌台和装饰花瓶……时装周期间,不少企业展示了自身在材料、设计、生产、销售、回收等环节所践行的绿色理念。

“时尚”一词里,有对流行趋势的解读,更有对生活方式的表达。

“今天,人们更加注重追求健康、绿色的生活。我们希望通过低碳的面料,更具功能性的设计,呼吁更多消费者把环保‘穿’在身上,身体力行去体验和践行健康的生活方式。”中国时装设计“金顶奖”获得者王钰涛说。

用新时尚开拓新消费,关键是抓住新一代消费群体观念的变迁。更可持续、更环保,是消费升级的方向所在,是培植产业持久成长能力的关键。

“业界更多思考人与自然的关系,可持续时尚是设计师关注的热点。”陈大鹏认为,做有温度的企业,是越来越多品牌的选择。服装业正在实践中逐步形成绿色设计、绿色生产、绿色营销、绿色消费的产业生态。

业内认为,让产品更有故事、让品牌更有温度、让绿色发展理念更深入人心,时尚业将不断成长,在扩内需、优供给方面发挥更重要的作用。(新华社北京3月28日电)

前2个月我国对外投资快速增长

新华社北京3月28日电(记者王雨萧 谢希瑶)记者从商务部获悉,今年1至2月,我国对外投资快速增长,对外非金融类直接投资1360.4亿元人民币,同比增长35.7%(折合199.6亿美元,同比增长26.5%)。

商务部合作司负责人介绍,其中,流向租赁和商务服务业47.2亿美元,同比增长22.3%;流向批发和零售业40.9亿美元,同比增长17.2%;流向制造业、建筑业等领域的投资也呈增长态势。我国企业对“一带一路”沿线国家非金融类直接投资40.4亿美元,同比增长27.8%,占同期总额的20.2%。

此外,1至2月,对外承包工程完成营业额1266.9亿元人民币,同比增长11%(折合182.3亿美元,同比增长1.5%)。我国企业在“一带一路”沿线国家承包工程完成营业额102.5亿美元。

