

直击进博会

中外嘉宾共话金融服务实体经济 多家展商聚焦绿色金融

■本报记者 韩昱 郭冀川

日前召开的中央金融工作会议强调，“金融是国民经济的血脉，是国家核心竞争力的重要组成部分”。在第六届中国国际进口博览会上，《证券日报》记者关注到，中外嘉宾积极讨论金融服务实体经济相关话题，不少金融机构展示了相关创新产品与服务，尤其聚焦绿色金融方向。

金融服务面临新需求

上海是金融要素集聚的国际金融中心，各类金融机构持续提升服务实体经济的质效，精准把握科技型中小企业、小微企业、外贸企业等市场主体的金融诉求，深化数据平台建设，多维度满足企业全生命周期的融资需求。

“截至今年三季度末，上海辖内科技型企业贷款余额较年初增长37%，普惠型小微企业贷款余额较年初增长19%，金融为实体经济的重点领域和薄弱环节提供了有力支持。”

上海市副市长解冬在第六届虹桥国际经济论坛“金融‘活水’聚力服务实体经济”分论坛上表示，下一步上海将按照中央金融工作会议的要求，加快提升金融服务实体经济的质效。

“实体经济发展的这些新情况、新特点，客观上对金融服务提出许多新需求。”中国工商银行董事长陈四清在论坛上表示，一是科技创新更加活跃，新科技转化为新产业的周期不断缩短；二是数字技术对经济发展的影响加深，产业数字化和数字产业化不断提升；三是发展方式绿色低碳转型步伐加快，产业结构不断优化，能源资源利用效率不断提升；四是全球贸易受到非经济因素扰动，产业链供应链的稳定性、安全性面临更多考验。

中央金融工作会议指出，要“做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章”。在陈四清看来，这是着眼推进中国式现代化所作的战略考量，为金融高质量发展指明了方向。中国式现代化也将为世界带来更多机遇。

与会专家指出，针对实体经济新需求，要

开发更多精准适配的金融产品，更好满足不同行业、企业差异化融资需求。

多家展商点题绿色金融

据了解，上海正进一步完善绿色金融市场和产品体系，提升绿色金融服务水平，深化国际合作，加快打造国际绿色金融枢纽，更好发挥金融对实现“双碳”目标的助推作用。

记者注意到，本次参加进博会的不少金融机构不约而同“点题”绿色金融。

“六年来，进博会的溢出效应‘绿意盎然’。”渣打银行（中国）行长、总裁兼副董事长、区域行政总裁（中国及日本）张晓蕾表示，进博会为可持续发展绿色金融提供了重要平台和机遇，包括渣打银行在内的跨国金融机构，借助进博会平台，引进和展示其在绿色金融领域的创新产品与服务，推动国际国内标准对接。

11月6日，汇丰发布了为本次进博会特别定制的《海外企业看中国2023》调查报告。报告显示，超过八成（87%）受访海外企业表示将拓展

中国业务布局。中国的制造业优势、消费市场规模以及数字经济和可持续发展领域的机遇，是吸引海外企业加大布局的主要动力。调查显示，受访企业普遍认为可再生能源（42%）、电动汽车（41%）和节能产品（40%）是中国绿色低碳转型进程中具有增长潜力的行业。

“未来随着中国经济高质量发展的不断推进，新经济产业与绿色低碳转型将释放巨大潜力，更多全球企业将从中国市场的增长机遇中获益。”汇丰银行（中国）有限公司行长兼行政总裁王云峰表示。

第六次赴进博之约的南洋商业银行，在本次进博会从展台设计到参展期间的内容安排，紧紧围绕“商融·共生”这一主题，展示其在绿色金融领域的创新成果。南洋商业银行（中国）董事长孙建东在接受采访时表示，未来有望在可再生能源、环境保护、低碳技术等领域开创性地开展一系列金融创新，助力上海成为绿色金融中心。

“舌尖上的进博”异彩纷呈 “溢出效应”持续释放

■本报记者 谢岚 见习记者 梁傲男

第六届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）在上海举行，289家世界500强和行业龙头企业跨越山海，共赴“进博之约”，展示了超过400项代表性首发新产品、新技术、新服务。

《证券日报》记者实地探展了解到，食品及农产品展区历来是进博会六大展区中展商数量最多、来源最广的展区，“舌尖上的进博”异彩纷呈。此外，参展商收获了实实在在的“进博成果”，继续加码中国市场成为共识。

看好进博会“溢出效应” 多数企业是常客

踏入食品及农产品展区，人流络绎不绝，展间、试吃区排起长长的队伍。

最先映入记者眼帘的便是光明食品集团带来的“THE SMART CHAIN全球食品集成分销平台”。这一3000多平方米的展台是今年整个进博展馆内的最大单体展台，汇集了20家参展企业、超过400个商品品类参展。光明食品集团相关负责人对《证券日报》记者表示：“我们是采购商、参展商，也是服务商。作为进博会的‘老朋友’，光明食品集团今年将继续全力保障进博会顺利举行。”

通过与众多参展商的交流，记者深切感

受到，进博会的举办实质性提升了中国进口产品的数量、质量、品种，在引导新消费、培育新动能等方面展现出了强大的“溢出效应”。

伊利是进博会常客。公司相关负责人对《证券日报》记者表示：“第二届进博会上，我们与13家全球战略合作伙伴现场签约，打造行业内首个‘可持续发展供应链全球网络’；在第五届进博会，与43家全球战略合作伙伴共同签署《零碳联盟章程》。”

盒马（中国）有限公司CEO侯毅对《证券日报》记者表示：“自2018年首届进博会开始，盒马就是这场盛会的积极参与者，既见证了每一届进博会的盛况，也与进博会共同成长。过去6年，依托进博会和其溢出效应，盒马与越来越多的海外知名零售商、品牌商、上游基地达成合作，把丰富的进口商品带入中国市场。”

哥伦比亚Lokfoods创始人兼首席巧克力制作大师Maria Carolina对《证券日报》记者表示：“今年是我们第二次参加进博会，在结识到很多朋友的同时，也领略到了不同国家的文化。进博会是展示哥伦比亚可可价值的绝佳时机。”

“六年来，进博会持续加大的溢出效应让达能看到了中国对外开放的坚定承诺，从而更加坚定了深耕中国的决心。”达能中国、北亚及大洋洲总裁谢博伟表示。

可见，进博会不仅为参展企业提供了国际合作的平台，还提供了拓展业务的关键契机。参展企业充分利用进博会这一舞台，展示自身产品魅力，加强与合作伙伴关系，为企业跨国发展、深耕中国市场插上了

腾飞的翅膀。

瞄准中国市场 纷纷加大推新力度

进博会是世界观察中国的窗口。《证券日报》记者注意到，食品企业在进博会上纷纷推出多款国产化落地的产品，着力推动“展品”变“商品”。

走进韩国三养方集团展区，记者发现该展位面积较去年增加约一倍，并展出专为中国市场研发的“韩式甜辣炸鸡火鸡面”。“对我们而言，中国市场是一个正在成长中的重要市场，是集团海外销售额最大的市场。”韩国三养方集团全球CEO金廷修对《证券日报》记者表示。

全球最大有机乳制品生产商Arla（阿尔乐）有两款产品于中国首秀。“中国市场潜力巨大。借助进博会这一高质量的开放窗口和展示平台，我们可以分享Arla产品以及可持续发展理念。”Arla相关负责人对《证券日报》记者表示。

“我们连续6年为进博会提供餐饮服务，持续展现创新能力和数字化能力。”百胜中国首席执行官屈翠容对记者表示：“我们在中国深耕发展30多年，坚信中国市场蕴藏巨大的增长潜力，对把握增长机遇充满信心。”

今年百事公司首次亮相进博会。“进博会提供了一个绝佳的机会，让世界各地企业共享中国发展机遇。”百事公司大中华区首席执行官谢长安对《证券日报》记者表示：“中国一直是我们的战略市场，我们将持续加大投资力度，从可持续供应链、数字化驱动等层面，助力‘双碳’目标等实现。”

记者注意到，

创立于1886年的

Browns再度参

与进博会。

妙可蓝多相

关负责人对《证

券日报》记者表

示，

Browns

是公司

深入布局

的高端

国际化奶

酪产业平

台。

依托 Browns，

妙可蓝多可以充分

整合世界级优质资源，

促进中国奶酪产业快速发展。

此次进博会，澳优发布了3个品牌的4款

新品。澳优相关负责人对《证券日报》记者

表示：“连续6年参展进博会，澳优不仅收获

了更多的品牌关注度、订单、合作伙伴，更增

强了对公司全球化发展战略、对中国健康食

品产业未来发展的信心。”

据盒马负责人介绍，盒马进口业务完成了

从“全球买”到“引进原料‘中国造’，再到布局

全球供应链‘全球造’的三级跳。“我们以中

国消费者的需求为出发点，不断深化优质商品

的产地采购、海外加工等模式的迅速落地。”

作为畅通国内大循环与连接国内国际

双循环的关键纽带，进博会六年来汇聚世界

各地企业携手发展，已成为中国构建新发展

格局的窗口。

服装日化展品琳琅满目 可持续发展成共识

■本报记者 李静

在上海举行的第六届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）上，国内外服装、日化品牌积极参与。

《证券日报》记者在进博会现场看到，先进纳米纤维技术、首创的涂抹式水光产品等首发产品引来大量观众驻足。此外，彪马、宝洁、欧莱雅、耐克等众多品牌都展示了可持续发展相关内容，绿色低碳理念贯穿其中。

众多品牌都将新技术、新产品的首发地选在中国市场，进博会打造了一个绝佳的机会。

记者在欧莱雅展台看到，公司以“美一个你”为参展主题，集中展出了集团最新品牌、科技、产品和投资等，同时首次呈现了丰硕的开放式创新成果。今年，公司“上新”规模创历史新高——22个品牌的近270款展品，数量创新高。

除了日化品牌外，很多服装品牌也在进博会上首发新品。作为知名运动品牌，耐克在进博会期间宣布，将于2024年在其位于上海的大中华区总部建造耐克中国运动研究实验室（NSRL）。同时，公司带来了全新升级的Nike G.T. Cut 3的全球首发。

“耐克非常荣幸能够与各级机构建立合作伙伴关系，成为中国体育版图的一部分。我们协助地方学校更好地开展体育运动开始，拓展到与各类运动俱乐部、体育协会、联赛以及专业运动员合作。”耐克运动研究实验室副总裁 Matthew Nurse 表示，“通过耐克中国运动研究实验室，我们现在能够将运动科学引入这些合作关系中，以更好地满足中国消费者需求。”

在进博会上揭晓研发中心进展的还有H&M。H&M大中华区总经理司懿德表示：“借助最新揭晓的中国设计中心，我们能够为中国和亚洲客户提供更多合适的产品，以满足他们不断变化的需求。未来在提升产品供应和顾客体验的过程中，我们还将持续寻求与中国优秀创意人才合作的机会，期待碰撞出更多时尚火花。”

优衣库在本届进博会上打造近千平“LifeScape 服适新境”，展示十大重磅主力商品。连续四年参展进博，优衣库推出了超10款首发新品、多款王牌明星展品。其中，先进纳米纤维技术加持下的云感羽绒带来羽绒轻软面料新体验。

宝洁在可持续发展领域的最新成果集中在绿色主题展区呈现。在11月6日举办的“宝洁中国可持续发展进程沟通会”上，宝洁公布其“使命2030”可持续发展目标在中国的进程，以及在生产、产品设计、销售方面的重要创新，并发布宝洁全新纸质柔性包装 Versafill 记忆蜂窝的全球首发。

宝洁大中华区董事长兼首席执行官许敏表示：“我们从消费者对可持续美好生活的需求出发，将可持续发展的理念扎扎实实地落实到宝洁的每一个工厂。”

记者注意到，进博会 Canada Goose 加拿大鹅展展示了多款基于可持续发展承诺而打造的产品，包括由可持续羊毛和生物基纤维制成的 Kind Fleece 羊毛抓绒系列。公司董事长兼首席执行官 Dani Reiss 表示：“进博会展馆展示了我们在中国市场的成就，以及将业务推向新境界的决心。中国是我们重要的战略市场。”



长三角交易团开启“买买买”模式 数字化成主攻方向

■本报记者 施露 李万晨曦

11月7日，《证券日报》记者从第六届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）举办的展中新闻通气会上获悉，截至11月7日，第六届进博会已举办政策解读、对接签约、投资促进等7大类95场配套活动。在外资巨头集中发布新产品、新技术的同时，多家国内企业与国际知名供应商签订大单，涉及能源、材料、汽车制造等多个行业。

采购商们纷纷下单，符合可持续发展理念的产品受青睐。自“双碳”目标提出以来，我国已成长为在全球极具吸引力的绿色低碳、数字化市场。

长三角交易团下订单

11月5日下午，上海交易团签下了首单。采购商震坤行工业超市（上海）有限公司（以下简称“震坤行”）与参展商美国陶氏集团“同频共振”，宣布达成3亿美元采购订单。同时，震坤行与施耐德、杜邦、昕诺飞、卡赫贸易、牧田、福禄克等6家国际品牌商共达成战略合作2.6亿美元，并现场集中签约。

同日，通过在进博会上举办的“投资安

徽行恳谈会”，安徽交易团共促成签约项目27个，投资总额约327亿元，涉及新能源汽车、新材料、高端装备制造等多个行业。

11月6日，作为首家在第六届进博会国资委签约台上签约采购的中央企业，中国东航签署多轮采购订单，总额超25亿美元，总签约金额，“一带一路”签约项目数量及金额均创历史新高。

同日，中国银行江苏省分行顺利撮合扬州欧亚立日化和韩国外商现场签约，双方达成合作意向5000万人民币，实现本届进博会江苏交易团首单。

泰州交易团也进入“买买买”模式，泰州市企业踊跃参展，主动对接知名企业、跨国客商，签下意向订单超过2000万美元，创泰州市六届进博会前两周签约金额新高。

浙江交易团不甘落后，11月6日，第六届进博会浙江省重点进口平台推介会暨浙江省交易团进口采购集中签约仪式举行。来自德国、英国、加拿大、巴西等18个国家和地区的22家供应商，与浙江省19家知名进口企业，针对先进设备、能源资源、农产品、消费品等诸多领域共签约24个项目进行了签约，浙江交易团采购合同金额共154.2亿元。

作为第六届进博会上海交易团成

员，绿地控股持续6年参加进博会，并引进了大量商品。

本届进博会，绿地控股计划与阿富汗、巴西、法国等12个国家和地区的16家企业达成采购意向。

绿地集团董事长、总裁张玉良对记者表示：“采购签约方面，绿地控股将进一步加大采购力度，持续扩大进口规模。自2018年首届进博会举办以来，绿地已累计将70余个国家和地区的品牌引入进博会，把500余款新品带入中国市场，促成6000余款进博会同款商品进入国内25个省份的流通市场，并助力600余家海外企业以及4000余个海外品牌开辟进口通路或下游渠道。”

数字化成主攻方向

在技术装备展区的施耐德展台，《证券日报》记者看到首次展出的 AI BOX（Harmony P6 全新定制化工控机），这是施耐德电气基于数字孪生技术，通过对空调系统仿真模拟，为客户量身打造的高效节能绿色数字化方案。

展台工作人员告诉《证券日报》记者：“AI BOX可以通过开放兼容、部署灵

活、快速交付的方式，实现系统动态优化，并能够实现数据互通、按需定制，保障数据安全。”

卡特彼勒展出了 Cat®（卡特）CG132B-8 4000kW 燃气发电机组，可使用多种类型燃料，包括天然气、沼气、煤层气以及掺氢（最高使用25%氢气），效率高达43.1%。公司全球高级副总裁杨程建对《证券日报》记者表示：“今年是卡特彼勒连续第六年参加进博会。借助这一平台，卡特彼勒加强与客户和其他主要商业伙伴的互动。”

在今年进博会上，ABB展出全球新一代搭载以太网先进物层技术的测量产品，并在展台全方位展示融合 API 技术的过程自动化产品与解决方案。借助 Ethernet-APL 技术，测量仪表可无缝集成进工厂以太网，实现危险区域安全部署、长距离稳定可靠传输，打通现场与运营管理信息交互的“最后一米”。

ABB中国董事长顾顺元对《证券日报》记者表示：“过去5年，ABB在进博会展示了210多项创新产品与前沿技术，累计签署了约90项战略合作协议。期待今年有更多ABB新产品和新技术从进博会‘起飞’，在全国落地。”