

中国改革报

传播力就是竞争力

中华人民共和国价格公报发布报纸
全国独家信用信息公示信息披露指定报纸
本报发布企业债券公告



改革网



中国发展改革微信

开放之风凌云万里 共创之路繁花盛开

——写在第六届进博会开幕之际

□ 本报记者 刘政袁琳

11月5日至10日,第六届中国国际进口博览会在上海举行。国家会展中心(上海)目前已装点一新。在南广场,“云山”“梯田花海”“河流”“现代城市花园”等布景有序排列,拥簇着进博会吉祥物“进宝”,迎接八方来客。

记者了解到,本届进博会展览面积约36.7万平方米,69个国家和3个国际组织确认参加国家展,洪都拉斯、哈萨克斯坦、塞尔维亚、南非、越南等5国担任主宾国,共有超过3400家参展商、39.4万名专业观众注册报名,全面恢复到疫情前水平。

共享中国发展机遇的重要窗口

德国品牌PUMA(彪马)在展出75周年历史经典款展品和当季主推展品的同时,带来了重磅“嘉宾”——英超联赛冠军奖杯;来自瑞典的珠宝品牌HONN全球首发“捕猎者”琥珀,带来了地球历史的宝贵记录样本——琥珀内部珍藏了一只恐龙时代的脊椎类爬行古生物——白垩纪蜥蜴;有着伊比利亚腿王之称的MALDONADO火腿,首次入华,中国首发……记者注意到,大量参展商都带来了首发首展产品,准备充分,期待满满。

这份期待得益于不断积累的信赖感。统计显示,前五届进博会展示超过2000项代表性首发新产品、新技术、新服务,累计意向成交额近3500亿美元。多年参会的菲律宾品牌佳农和新加坡品牌都乐已是中国消费者眼中的“熟面孔”,如今,佳农香蕉已是盒马水果销售中最抗打单品;都乐的超甜蕉、金菠萝、菲律宾牛油果等明星产品通过进博会实现“出圈”,现已远销至新疆、西藏等内陆省区。据悉,都乐在第四届进博会时已签订了未来3年的合作MOU(谅解备忘录)。

这份期待也得益于不断增强的获得感。咖啡机品牌“JAVA”在首届进博会现场,便得到了大量关注;在第二届进博会获得了大额意向订单;在第三届进博会上,意向成交额较往年大幅增长;第四届、第五届进博会,更多创新产品及成果亮相,采购和合作意向纷至沓来。

“企业商业展为各国企业进入中国市场、共享中国发展机遇提供了重要窗口。”商务部副部长盛秋平日前表示,进博会持续传递开放强音,释放开放红利,充分彰显中国坚持真正的多边主义,践行人类命运共同体理念促进世界经济包容性增长。

链接“一带一路”共建国家的紧密纽带

今年是共建“一带一路”十周年,值得注意的是,本届进博会国家展的72个参展方中共有64个“一带一路”共建国家。截至目前,“一带一路”共建国家已有超过1500家企业签约第六届进博会企业商业展,总展览面积近8万平方米,面积较上届增长约30%。其中,既有首次参展的“新面孔”,也有多年参展的“老相识”。

主宾国之一的洪都拉斯今年首次参展进博会。自今年3月我国和洪都拉斯建交以来,两国关系快速起步,开局良好,呈现出蓬勃活力和广阔前景,双边贸易往来日渐频繁。

在进博会洪都拉斯国家展展台,不仅展示烟草、咖啡、可可、水果及美味海鲜等优质产品,还将展示旅游资源、考古发现、自然风光与神奇体验等,并有考古旅游领域技术专家参与互动,深入介绍入选联合国世界遗产的科潘玛雅遗址。

同样为本次主宾国的哈萨克斯坦已连续五届参加进博会,四次参加国家展,并担任第二届主宾国。值得注意的是,2023年是“一带一路”在哈首倡的十周年,更是中哈关系新“黄金三十年”的开局之年。

记者了解到,哈萨克斯坦展台以“一带一路”倡议十周年为主题,屋顶呈现波浪形状,寓意“发展道路”,从农业综合体、旅游、物流、投资和出口、创新等5个领域展现哈萨

克斯坦发展潜力。

同为主办国的越南、南非、塞尔维亚也是进博会的“老相识”,自参与进博会以来,其特色产品进一步融入到中国市场的消费场景。

“广大发展中国家从中国对外开放中获得实实在在的利益,中国国际进口博览会更是中国进一步扩大对外开放的写照。”乌干达贸易、工业和合作部出口促进委员会执行主任埃利·图维内约日前表示,中国在第三届“一带一路”国际合作高峰论坛闭幕后不久举办新一届进博会,为全球企业向中国市场展示其产品和服务提供了宝贵机会。

建设开放型世界经济的重要平台

开放的春风从进博会萍起,吹向世界;共创的道路于进博会凝结,激活未来。在本届进博会的参展商眼中,春风吹过处,已是一路繁花,一年来“展品变商品、展商变投资商”的故事正在上演,也还将透过本届进博会继续“溢出”。

——来自戴姆勒的梅赛德斯-奔驰Arocs48638x8SLT大件运输车在第五届进博会上备受瞩目,今年4月中旬已在福建首次执行运输任务,运输334吨的变压器,走过90公里的山路。

——连续6届参展的智能咖啡机品牌“JAVA”每年都会获得新的参展惊喜,采购和合作意向逐年增长,目前已是G20峰会、上合组织青岛峰会等大型国际会议的指定

合作品牌。

——作为进博会的老朋友,辉瑞公司已有近10款创新产品通过进博会的平台,实现了“展品变商品”,并且有多款产品还进入了国家医保目录。

——借助进博大舞台的“溢出效应”,全球最大的快消品企业之一的联合利华展出的清洁品牌Lovehomeandplanet(花木星球)、原液护肤品品牌TUNEMAKERS(渡美)、精油品牌Rafra(如岚)、牙膏品牌Regenerate等目前已实现与中国消费者的“零距离接触”。

——首次以独立品牌身份亮相的GE医疗,带来的近30款展品中包含大量的“全球+中国”无界创新成果,涉及精准医疗、妇幼健康、智慧医疗、县域和基层医疗能力提升等方面。其中,光谱数字SIGNATMPET/MR,全新一代Apex量子平台等10款展品均为首发首展。

GE医疗全球执行副总裁、中国总裁兼首席执行官张轶昊表示,“进博会是高水平开放、共享的平台,6年来GE医疗从未缺席,今年更是带来了近30款的高精尖‘干货’。与往年不同的是,这些展品中超过半数是中国智慧深度融合全球资源而激发出的最新成果,这是我们‘无界创新’战略的最好诠释,越来越多的‘全球+中国的无界创新成果’登陆全球领先科创的舞台,反哺全球创新链、产业链和供应链,引领未来创新大势,让世界共享中国式现代化发展新机遇。”



第六届中国国际进口博览会于11月5日至10日在上海举办。据了解,本届进博会展览面积约36.7万平方米,69个国家和3个国际组织确认参加国家展。图为第六届进博会志愿者在党群服务站工作。

新华社记者 辛梦晨 摄

高水平对外开放从何处着力

专家认为,要着力提升关键核心领域自主创新能力,对接高标准国际经贸规则,优化对外贸易格局

□ 本报记者 王健生

党的二十大报告明确提出,推进高水平对外开放。如何推进高水平对外开放?在近日举行的中国改革国际论坛上,知名经济学家、国家发展改革委原副秘书长范恒山认为,要进一步提升关键核心领域的自主创新能力,以高质量供给寻求更广阔市场;主动对接高标准国际经贸规则,以高水平制度争取更广阔市场;不断优化对外贸易格局,以多元化途径获得更广阔市场。

以高质量供给寻求更广阔市场

“我们已经走过了依靠低准入门槛和高优惠政策招引外资、以低廉商品与服务谋取外部市场的低水平对外开放的时代。推进国家现代化,实现经济的高质量发展,需要实施高水平对外开放。”范恒山说。

他分析认为,对外开放的根本目的,是借助或利用外部资源与市场推动国家经济高质量发展。利用的外部资源越多、占据的外部市场越大,对国家经济发展越有利。开放带来进步,开放的大门应尽可能扩大。当前,对外开放既面临着各国基于自身利益而形成的激烈竞争,更面对着处于强势地位国家或国家集团基于政治、经济等原因展开的打压,难度越来越大,要求也越来越高。

在范恒山看来,高水平对外开放首先要提升关键核心领域的自主创新能力,以高质量供给寻求更广阔市场。

“高质量供给能够自主创造市场。不能把扩大国外市场的希望仅仅放在优化国际关系上,创造高质量的供给才是硬道理。”他认为,扩展外部市场的机会真正蕴藏在自己的能力之中。

而增强高质量供给能力的支撑在于提升关键核心领域的自主创新能力。关键技术讨不来、要不来也买不来。华为等企业卧薪尝胆的创新实践生动也残酷地证明了这一点。

如何提升关键核心领域的自主创新能力?他认为要通过体制创新等手段,最大限度地激发全社会的创新能动性。同时,最大限度地利用外部资源,加快补齐基础零部件及元器件、基础软件、基础材料、基础工艺和产业技术基础等瓶颈短板,着力化解卡脖子问题,推动产业基础高级化和产业链现代化,全面提升产品与服务质量,增强国际市场竞争力。

以高水平制度争取更广阔市场

高标准国际经贸规则是世界市场的“通行证”,与之对接接轨就能全面融入国际经贸活动,全方位利用外部资源和市场。对此,范恒山认为要主动对接高标准国

际经贸规则,以高水平制度争取更广阔市场。“这叫借船出海、借水行舟,也叫以子之矛攻子之盾,既方便‘引进来’,也方便‘走出去’。”

他建议,进一步完善产权保护、市场准入、公平竞争、社会信用等市场经济基础制度,以国际通行的视角对各类企业实施监管、提供服务。

稳步扩大规则、规制、管理、标准等制度性开放,梳理并清除重点领域、关键环节妨碍对外经贸活动高效展开的体制机制障碍,包括健全外商投资准入前国民待遇加负面清单管理制度、全面取消制造业领域外资准入限制等,推动形成更多高水平的制度创新成果。

积极加入多边国际关系协定,包括自由贸易协定、投资保护协定包括《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》《数字经济伙伴关系协定》等。

“以此为契机,倒逼体制创新、促进战略和政策对接,推动多边和双边合作深入发展。深化与国际组织的合作、深度参与国际经贸规则制定和改革,争取在国际经贸活动中获取公平地位及争取更多的正当权益。与此同时,进一步打造并运用好自贸区、港等对外开放高地,使之在推进制度创新与对接国际成熟规制方面发挥探索示范作用。”范恒山说。

以多元化途径获得更广阔市场

“无论是规避风险,还是推动发展,都必须实施多地域多国别并举的多元化贸易战略。而国际形势的不稳定不确定性、国际关系的复杂性,以及各国发展状况的差异性和市场需求的多样性、层次性,给拓展多元化的贸易格局提供了必要性和可行性。”范恒山谈道。

当前,中国的贸易伙伴超过230个,主要贸易伙伴超过140个国家,是越来越多国家的主要投资来源国。近些年在遭受美国等遏制打压的情况下,我国外资进入保持良好水平,进出口贸易实现稳定增长,就与形成的这种多元贸易格局有很大的关系,正所谓“西方不亮东方亮”。这也进一步凸显了多元贸易的重要性。

他表示,提高对外开放水平要进一步加强多元化贸易格局。运用多边关系协定,加强战略衔接,进一步深化同相关国家的经贸合作。

“一带一路”合作已从亚欧大陆延伸到非洲和拉美,目前我国已与150多个国家、30多个国际组织签署了合作文件。“应充分运用这一重要平台,实现密切国际关系和经贸联系并举,广泛拓展各地域各国别各层次市场,在巩固传统领地的同时持续拓展新的阵地。”范恒山说。



《加快“以竹代塑”发展三年行动计划》

竹子作为速生、可降解的生物质材料,是塑料的重要替代品。中国政府同国际竹藤组织携手落实全球发展倡议,共同发起“以竹代塑”倡议,为减少塑料污染提供了有效解决途径。“以竹代塑”作为一个新兴产业,当前产业规模偏小、产量较低、成本较高、技术和装备相对落后。为加快“以竹代塑”发展,制定本行动计划。

一、总体要求

（一）指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻党的二十大精神,牢固树立和践行绿水青山就是金山银山的发展理念,以构建“以竹代塑”产业体系为重点,着力抓好竹材资源培育、竹材精深加工、产品设计制造、市场应用拓展等全链条要素协同发展,有效提升“以竹代塑”动能、产能、效能,推动“以竹代塑”高质量发展,助力减少塑料污染。

（二）基本原则

坚持市场主导,政府引导。充分发挥市场配置资源的决定性作用,挖掘“以竹代塑”产品价值,增强产业发展的内生动力。更好发挥政府作用,加强林业、工业、商贸、文创等领域统筹协调,营造良好的发展环境。

坚持科技引领,创新发展。以产业发展需求为导向,集聚科技创新资源,加强基础理论研究、关键共性技术研发,强化模式提炼,推动成果转化和应用推广。

坚持以点带面,有序推进。综合考虑不同地区资源禀赋、产业发展基础,聚焦重点领域、重点场景,选择有基础、有潜力、有意愿的地区分批进行探索,取得经验成效后逐步拓展,渐次推进。

（三）行动目标

到2025年,“以竹代塑”产业体系初步建立,产品质量、产品种类、产业规模、综合效益进一步提升,重点产品市场占有率显著提高。与2022年相比,“以竹代塑”主要产品综合附加值提高20%以上,竹材综合利用率提高20个百分点。

二、重点行动

重点场景替代行动

统筹“以竹代塑”产品发展基础和市场需求,发布“以竹代塑”主要产品名录,精准识别替代场景,开展替代行动,提升替代比例。鼓励日用、文旅等领域使用以竹材替代塑料生产的购物袋、文具、餐具、家具等;鼓励工业生产领域使用竹纤维复合材料、竹格淋水填料、竹车辆内饰产品、竹包装材料等替代相应塑料制品;鼓励建筑建材领域使用竹纤维复合材料管道管杆、竹格栅、竹原板枋等替代相应塑料制品。鼓励各地探索更多管用实用好用的替代应用场景。

特色地区引领行动

在全国选择竹资源丰富、竹产业基础较好的地区,建设5—10个“以竹代塑”应用推广基地,开展技术研发、产品标准制定、品牌建设等工作,夯实当地“以竹代塑”发展基础。优先在当地公共机构、交通运输、商贸流通、餐饮住宿、邮政快递等领域,探索推广替代效果好、市场潜力大、公众易接受的“以竹代塑”产品,总结成功经验和典型案例,形成可复制、可推广的先进模式。

三、保障措施

（一）完善法规标准认证体系

推动修订相关法律法规,增加发展竹产业循环经济等内容。加强“以竹代塑”产品技术标准体系建设,加快竹结构设计标准制定,进一步完善竹餐厨具等产品外观质量、基本理化性能、安全性及综合性能分析、检验检测方法等相关标准体系。鼓励和推进国际标准化进程。加大竹建材、竹制家具、地板等绿色产品认证实施力度,鼓励各方采信使用认证结果。

（二）加大政策支持

将“以竹代塑”产品开发、生产与应用作为鼓励类项目列入《产业结构调整指导目录》。按规定统筹现有资金渠道,支持“以竹代塑”应用推广基地建设。地方可将符合条件竹材培育、纳入中央财政造林和森林质量提升政策支持范围。完善金融服务机制,引导金融机构开发符合“以竹代塑”产业特色的金融产品。将“以竹代塑”产品纳入政府采购支持范围,加大政府采购力度。鼓励公共机构等积极采购相关“以竹代塑”产品。

（三）发挥行业协会作用

充分发挥行业协会、标准化组织等社团组织作用,支持开展运行监测、调查研究、品牌评价、品牌宣传、标准制定、人才培养等活动,引导“以竹代塑”企业用好国家各项政策举措,推动全产业链协同发展。鼓励社团组织加大对国内竹产业技术企业、工匠匠人、企业高管等培养力度,造就一批懂技术、善经营、会管理的骨干人才。