

大陆仍是台商最重要投资目的地

潘方圆

台湾是出口导向的小型经济体。小型经济体的特征是区域面积、人口、资源数量有限。在人均产值达到一定水平之后,小型经济体的发展更依赖外部市场。大陆市场在台湾的对岛外直接投资中占据最重要的位置。台湾方面的统计数据显示,2022年台湾核准对大陆市场投资50.5亿美元。1991年至2022年台湾核准对大陆市场投资案累计2033亿美元,投资案例45195项。2002年至2021年,台湾核准对大陆市场投资金额约为核准对岛外投资流量比重的60%。

大陆市场是台湾的岛外资产积累重要来源。截至2021年底,台商投资大陆项目共123781个,实际投资额713.4亿美元。数据显示,1983年至2021年台湾对大陆市场的贸易顺差累计约9090亿美元。2021年底台湾的岛外净资产14107亿美元。也就是说,台湾的岛外财富大部分来自于对大陆市场的贸易顺差

和投资收益。台湾企业在大陆市场也获利颇丰。关于台企对岛外投资运营情况的调查显示,2021年投资大陆市场的554家台企中,获利者占65%,其中19%的台企获得10%以上的高利润率。投资大陆市场资讯电子业的台商中,获利者占70%。与之形成对比的是,投资大陆市场之外的468家台企中,获利者占57%。根据《台湾大型企业集团研究》,2021年台湾百家大型企业集团在大陆市场(含港澳地区)的子公司2601家,约占对外投资子公司总量的一半。百家大型企业集团在大陆市场子公司的总资产约5900亿美元,分别是其在东盟、北美、欧洲的子公司总资产的3.3倍、5.3倍和16.3倍。2022年,投资大陆市场的台湾上市公司共1210家,占台湾上市公司总数的72%。截至2022年,台湾上市公司投资大陆市场累计约881亿美元,

2022年获利约148亿美元。

需要说明的是,台湾企业投资大陆市场受到台湾当局一定的限制和审查,这意味着台湾对大陆市场投资还有发展空间。台企赴大陆市场投资和技术合作时,台湾农业、制造业、服务业、基础设施中都存在较大数量的“禁止类”项目。其中农业的“禁止类”项目409项,制造业97项。这些项目需要通过台湾主管部门的“特别审查”。台湾的个人和企业对大陆市场投资时,有累计投资金额或投资比例的上限。其中台湾中小企业投资大陆市场的累计金额不得超过新台币8000万元或资本净值的60%,以这两个数值中较高者为上限。台湾的“非禁止类”项目投向大陆市场,投资金额每超过5000万美元都将面临新的审查,审查会考虑技术转移、设备输出、资金来源、安全等多方面的因素。

近年来,台湾对岛外直接投资出现

了多元化的趋势。台企对美国、印度、越南、马来西亚、墨西哥等地的投资增长较快,也出现了部分企业返回台湾投资的情况,但大陆仍然是台湾最重要的投资目的地。台湾传统产业企业会偏好劳动力成本低的地区,而接近销售市场对特定的制造业企业有吸引力。很多台企看重的是大陆市场和产业链的整体优势,保留了在大陆的投资,并以大陆为主要生产地和市场。实践证明,两岸投资贸易合作是台湾经济发展的动力和机遇,对台湾经济而言,面对充满不确定性的国际经济环境,只有坚决反对两岸经济脱钩、产业断链,进一步深化两岸经济交流合作,才能借助大陆巨大的市场、丰富的资源、完备的产业配套,助力台湾经济取得更好发展,让广大台胞台企更多获利受益。

(作者系中国社科院习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心研究员)

第十九届中国(深圳)国际文化产业博览交易会再次设立粤港澳大湾区展馆,整体展示大湾区文化产业发展成果,也展示出粤港澳大湾区三地共建人文湾区的广阔空间。

大湾区11个城市自古就是一个文化共同体。在香港地区发现的最早的新石器时代文化就叫作“大湾文化”,从出土的陶器分析,距今已有5000年至6000年。大湾文化分布在珠江口20多个遗址,显示当时在珠江口区域生活的人们已经有了充分的交流。在历史行政区划上,广州、深圳、香港、澳门、东莞、佛山、中山、珠海、江门长期归属一个行政区域——广州府,由此形成了共同的“广府文化”。粤菜、凉茶、广绣、骑楼、龙舟、粤剧、醒狮,吃穿住行娱,处处见底蕴,形成了大湾区丰厚的文化资源。同根同源的历史文脉,同声和气的风俗习惯,为粤港澳共建人文湾区提供了最坚实的基础。

近年来,粤港澳三地高度重视发展文化事业和文化产业,人文湾区呈现出亮点频闪的好局面。广东省建成了广州国家版本馆、广东画院等一批文化新地标,打造出北京冬奥会吉祥物冰墩墩、动漫作品《猪猪侠》、国内首部4K全景声粤剧电影《白蛇传·情》等文化品牌。目前,广东省规模以上文化企业10552家,居全国第一;先后有27家企业被评为“国家文化产业示范基地”,多家企业入选光明日报社和经济日报社联合发布的“全国文化企业30强”。香港建成了故宫文化博物馆、戏曲中心、当代国际视觉文化博物馆M+等文化设施,超越伦敦成为全球第二大艺术拍卖市场。香港特区政府统计处的最新数据显示,2021年香港文化及创意产业的增加值为1248亿港元,对香港本地生产总值的贡献为4.5%,就业人数22万多人,占香港就业总人数的6.2%。澳门正采取经济适度多元发展策略,建设世界旅游休闲中心,推动会展商贸和文化体育等重点产业发展。“澳门历史城区”获联合国教科文组织列入《世界遗产名录》,被联合国教科文组织评定为“创意城市美食之都”。三地的“软联通”加速推进,在职业资格认可方面,大湾区重点在旅游、建筑规划等专业领域先行先试,港澳导游已经实现跨境执业。港澳与内地青少年的交流互动日益频繁,截至2023年4月已缔结粤港澳姊妹学校1300多对。

此外,港澳都是世界级艺术节庆活动的热门举办地。香港艺术节、巴塞艺术展香港展、法国五月艺术节等已成为香港的常设展演项目,澳门国际音乐节、国际幻彩大巡游等节庆活动广受欢迎。依托香港“中外文化艺术交流中心”和澳门“中华文化为主流、多元文化共存的交流合作基地”的高层次平台,大湾区可以更方便拓展国际文化交流合作网络,讲好“湾区故事”“中国故事”,为建设中华民族现代文明贡献大湾区力量。

盛世修文。人文湾区的精彩展示中,蕴藏着中华文明守正不守旧、尊古不复古的进取精神,蕴藏着中华文化对世界文明兼收并蓄的开放胸怀,体现了中国式现代化道路的广阔前景。



文化相聚 创意交融

——第十九届中国(深圳)国际文博会港澳台展区巡礼

本报记者 杨阳腾

热闹的台湾“办桌”、新颖的香港家具、亮眼的澳门潮玩手办……来自港澳台的文化创意产品在第十九届中国(深圳)国际文化产业博览交易会上展出,让观众足不出馆便可领略港澳台文化特色,也助力港澳台展商走向更广阔的市场。

共叙两岸情

“欢迎光临台湾‘办桌’。”走进位于本届文博会主会场12号馆(文化产业综合馆B馆)的台湾展馆,摆满各类特色菜品的酒席、缤纷闪亮的舞台、优美的音乐……热闹的“办桌”氛围吸引着大批观众驻足。“在台湾,每逢家中喜事,大家常常通过‘办桌’来庆祝。”据第十九届文博会台湾展团工作小组专项经理郑煜钧介绍,他们在文博会的“办桌”还原在马路边、广场前就地搭棚摆宴场景,以此勾勒出台湾民众心中最温暖的画面。“欢迎大家莅临台湾馆,珍惜来之不易的相聚,互道一声好久不见。”郑煜钧说。

龙虾是“办桌”宴上必不可少的菜品。配合“办桌”主题,来自台湾绮丽珊瑚公司的巨型珊瑚龙虾也首次在文博会现场展出。“绮丽珊瑚品牌创立于1973年,至今产品远销海内外。这款龙虾是我们的‘镇店之宝’,通体以深海桃红珊瑚为原料,历时约18个月雕刻而成。珊瑚在打捞时保留了原石底座,我们通过精细工艺将其雕刻成海浪的造型,赋予龙虾别样的生动感。”绮丽珊瑚公司副总经理吕家华告诉记者,文博会为他们开拓大陆市场搭建起了沟通桥梁。“2018年我们首次参展文博会,有机会深入了解大陆市场,也让观众认识了我们,随后就在深圳注册了公司。6年间,我们从未缺席文博会,希望通过今年的展出,为公司市场开拓提供更强助力。”吕家华表示。

郑煜钧告诉记者,除“办桌”主题外,台湾展团还带来了客家精选馆,介绍客家文化。多年来,客家人以勤恳爱物的天性,创作出了各式实用工艺与精美产品。此次展品包括诚源手工酸柑茶、良志窑柴烧茶具、客器手冲陶瓷滤杯等文化创新产品。此外,富山香堂、大有制墨、黑彩窑、维纳斯艺术馆、洛特国际、天兴钢琴等多个台湾知名文化品牌也悉数登场,释放强大的文创能量。

共话新设计

记者在本届文博会现场看到,纷繁的展品与陈设不仅成为文化交流互鉴的重要载体,其展现出的创意设计更是推动文化繁荣、助力文化产业高质量发展的重要驱动力。

跟随台湾展团来到现场的手工陶瓷咖啡滤杯凭借新颖的设计吸引了观众目光,天青色、绿色、粉色等缤纷的色彩与形如花瓣的外观造型完美融合,让人眼前一亮。郑煜钧告诉记者,除了好看,该系列产品更实用。咖啡萃取时水流、水温等十分考究,对杯子要求很高。为此,创作者在造型设计时,经过了反复测算,细致考量水的流速、温度、咖啡粉的粗细等因素,力求让滤杯能全面满足咖啡萃取需求。产品一经推出,便受到台湾咖啡师的广泛认可。

在本届文博会主会场11号馆——粤港澳大湾区展馆,聚焦创意设计的香港创意馆从文创产品、设计教育、创意家具等多维度传递出香港设计理念。其中,由10多位设

计导师与40位学员创作出的各类创意家具,营造出浓厚的生活氛围。配置茶具的办公桌、带屏风的沙发、造型奇特的座椅……丰富的创意设计让观众大开眼界。当人们体验后,对其设计感与舒适感的完美融合赞叹不已。ACE创意设计教育协会粤港澳大湾区首席顾问黄毓介绍:“创意设计需要跟产业衔接,家具产品充分体现了这一点。通过这些作品,能让大家感知香港设计理念,认识到此类设计不单单是外观创新,还需要从功能、空间搭配等多维度与生活心态产生关联,进而推动生活方式的改变。”

迄今已连续18年参展的澳门展团,同样着眼于创意设计,携手10家文创单位共同在澳门创意馆广迎宾客。“原创”是今年澳门展团的关键词。澳门特别行政区政府文化局文化创意产业促进厅厅长何鸿斌告诉记者:“近年来,澳门设计行业蓬勃发展,很多澳门设计师登上国际舞台,屡获大奖。今年在遴选展品时,首要的标准是澳门的原创设计;其次,要让观众透过展品更多地了解澳门独有的文化元素;同时,借助文博会,帮助展商链接内地市场,走向国际。”何鸿斌表示,文化是多元的,需要碰撞,文博会便是这样一个平台。通过参观各个展馆,大家能看到各自独有的文化特色,文化项目与产品。“我们希望在文化交流与互鉴中,助力澳门文化事业和文化创意产业发展。我发现今年展会现场‘文化+科技’的内容非常多,人工智能等新技术运用更丰富,我们也要朝这些方向多努力、多学习、多发展。”何鸿斌说。

共拓新市场

“展示与交易”是文博会的两项重要的功能。“客流多”“询价多”是本届文博会参展商共同感受。“现场有很多人询问展品细节、设计理念等。虽然我已经讲到口干舌燥,但感到非常高兴。”黄毓告诉记者,通过这些香港设计作品,将优秀设计师带到现场,借助文博会的平台了解内地市场的可能性,助力产品推广。

盘帆广告策划有限公司创始人黄纪石

今年首次跟随澳门展团来到文博会,希望通过展会获取更多市场资源。“今年,我带来了‘水桶王’原创IP与潮玩。这些IP形象的设计源于儿童将水桶套在头上游戏的场景,希望这个形象给大家带去欢乐。”黄纪石拿起其中一个产品向记者介绍,“在创作中,我为每个‘水桶王’都打造了不同形象,赋予不同性格。这个是个小龙套,双截棍变身皮猴子,非常有趣。”

“小时候,我一直梦想能出版一本故事书。2016年,《水桶王的奇幻历险》正式出版。以此为起点,我们持续挖掘故事,将其做成玩具、手办,延伸其IP价值。2019年,我们成功将‘水桶王’IP授权给一家位于海南省三亚市的酒店,开展主题经营。”黄纪石告诉记者,“今年来到文博会,希望能够接触更多的厂商,拓展更多的市场渠道,联系到更多的投资人,助力提升产品的销量与产能。接下来,我们还会不断创新,推出更有艺术性的潮玩单品;同时,我们还会尝试与文旅元素结合,推出更多有创意的纪念品。”

“澳门新八景”城市文旅衍生品也跟随展团来到了现场。“我们希望通过文博会,推广‘澳门新八景’IP以及其背后文旅创新融合的新模式、新经验。”据澳门中华文化交流协会秘书长吴慧群介绍,2019年,为庆祝澳门特区成立20周年,通过全球票选推

出了“澳门新八景”,包括西望洋山、两湖一塔、议事亭前地、龙爪角、路环渔村、恋爱巷、福隆新街、港澳大桥。这些景点代表了澳门的新里程、新面貌,勾勒出澳门文化城市的新形象。在此基础上,他们持续深入挖掘这一城市文旅IP内涵,开发出了一系列文旅衍生品。

“值得一提的是,在文创产品开发时,我们邀请了数位设计师为‘澳门新八景’展开设计,最终评选出4组产品组合,涵盖书签、挂饰等产品。在挂饰的创作中,设计师将建筑美感融入生活物品中,利用硅藻土材料吸水力强、易干燥的特性,结合浮雕的手法,将其设计成具有防潮吸湿功能的挂饰。人们在使用时还可滴入精油使其成为扩香器,目前这些产品已在市场上展开销售。”吴慧群向记者介绍,“澳门新八景”IP背后是一种全新的文旅资源整合模式,我们希望将这次的合作经验带到文博会现场,与其他城市展开广泛交流,探讨更多的合作可能性,为澳门文化产业高质量发展贡献力量。”



左图 台湾展馆内,小朋友正在试玩台湾创意玩具。
文阳洋摄(中经视觉)

下图 图为第十九届文博会澳门创意馆。
文阳洋摄(中经视觉)



香港创意馆内,观众正在就香港创意家具展开交流。
文阳洋摄(中经视觉)