

打造更具吸引力的中国市场

积极吸引和利用外商投资，是推进高水平对外开放、构建开放型经济新体制的重要内容。面对复杂严峻的外部环境，我国经济运行面临新的困难挑战。今年上半年，我国新设外商投资企业2.4万家，增长35.7%；实际使用外资7036.5亿元，下降2.7%。受多重因素影响，世界经济增长乏力，我国引资面临的形势复杂严峻。

国务院日前印发《关于进一步优化外商投资环境 加大吸引外商投资力度的意见》，要求各地区、各部门和有关单位切实做好进一步优化外商投资环境、加大吸引外商投资力度工作。鼓励各地区因地制宜出台配套举措，增强政策协同效应。

在世界经济复苏乏力、全球跨国投资低迷背景下，我国应如何增强外商信心、稳定外商投资？

关注成本与市场

今年以来，苹果、福特、通用、阿斯利康、必和必拓、西门子等众多具有全球影响力的大型跨国公司高管把“访问中国”排进日程，他们全面深入考察中国的营商环境，寻求投资合作的新机遇。跨国公司普遍表示看好中国发展前景，认为中国市场蕴含巨大发展机遇，将持续加码在华投资，深耕中国市场。

星巴克全球首席执行官纳翰表示，中国咖啡市场的增长空间巨大。成熟、细分化的中国顾客接受新事物的速度和消费行为引领着全球潮流。“星巴克中国制定了2025年开设9000家门店的目标，并将继续投资中国，未来中国将成为星巴克全球最大的市场。”纳翰说。

特斯拉首席执行官马斯克的中国之行，在业内人士看来，是对中国经济加快恢复、高水平对外开放格局的充分肯定，也是特斯拉看好在华发展，对中国市场投出的信任一票。

安利集团全球首席执行官潘睦邻曾在中国生活工作多年，他近期表示，公司将在广州生产基地投资6亿元实施为期5年的升级改造。这是安利第10次在中国市场增资，潘睦邻说：“此举将有力推动安利生产和供应链体系的高质量发展，以适应安利全球未来30年的产品供应需求。”

中国是全球第二大经济体，也是世界重

要的消费中心、制造中心和创新中心。跨国公司与中国市场的合作密切度，很大程度上决定了其发展速度和发展质量。

中国企业管理研究会副理事长赵永辉分析，产品成本优势和市场规模优势是外资最为关注的方面，直接决定了外资投资的盈利水平和全球竞争力。

突出综合优势

联合国贸发会议近期发布的《2023年世界投资报告》显示，由于多重因素影响，今年全球外国直接投资仍然继续面临下行压力。

“在这个背景下，叠加2022年同期高基数的因素，今年上半年我国实际使用外资金额同比出现了小幅下降，降幅是2.7%，但整体规模保持稳定。”商务部对外投资管理司司长朱冰近日表示，全球跨国投资低迷，国际引资竞争加剧，我国引资外部环境更加严峻复杂。但同时也要看到，中国经济韧性强、潜力足、长期向好的基本面没有改变，开放的大市场为各国企业发展提供了更多机遇，我们由齐全的产业体系、完备的基础设施、丰富的人才资源、持续优化的营商环境构成的综合引资优势也在不断强化。

思爱普首席执行官柯睿安向记者表示，中国有很多优秀的大学生和卓越的人才。他们对学习的渴望、对工作的投入和对未来发展的追求，已经转化为中国发展的巨大能量。“我坚信中国经济拥有光明的未来，也相信这些人才将为经济全球化发展发挥积极作用。”柯睿安说。

在5G、人工智能、大数据等新一代信息技术的驱动下，我国工业企业加快了向自动化、数字化、智能化转型的步伐，智能制造的巨大发展潜力和市场空间吸引了外资企业纷纷布局。

今年以来，阿斯利康投入约4.5亿美元在山东青岛新建呼吸疾病领域药物生产供应基地；西门子医疗对深圳基地追加投资超10亿元深化本土化战略；总投资100亿元的宝马第六代动力电池项目在沈阳全面启动；总投资约12亿元的广东太古可口可乐大湾区智能绿色生产基地项目签约落户广东佛山，拟通过扩容增产来提升黄埔生产基地年产能；西门子新增固定资产投资

11亿元，在成都建设工业自动化产品的中国智造基地……

从这些投资布局不难看出，跨国公司看好的不仅是中国的超大市场规模，产业链优势、经济韧性、高质量发展带来的创新力和新机遇，都被视为加码投资的重要驱动力。

事实证明，我国引资规模不断增长的同时，引资质量持续提升。数据显示，今年上半年，我国高技术产业引资增长7.9%，占比提升3.9个百分点达到39.4%，其中高技术制造业引资增长28.8%。

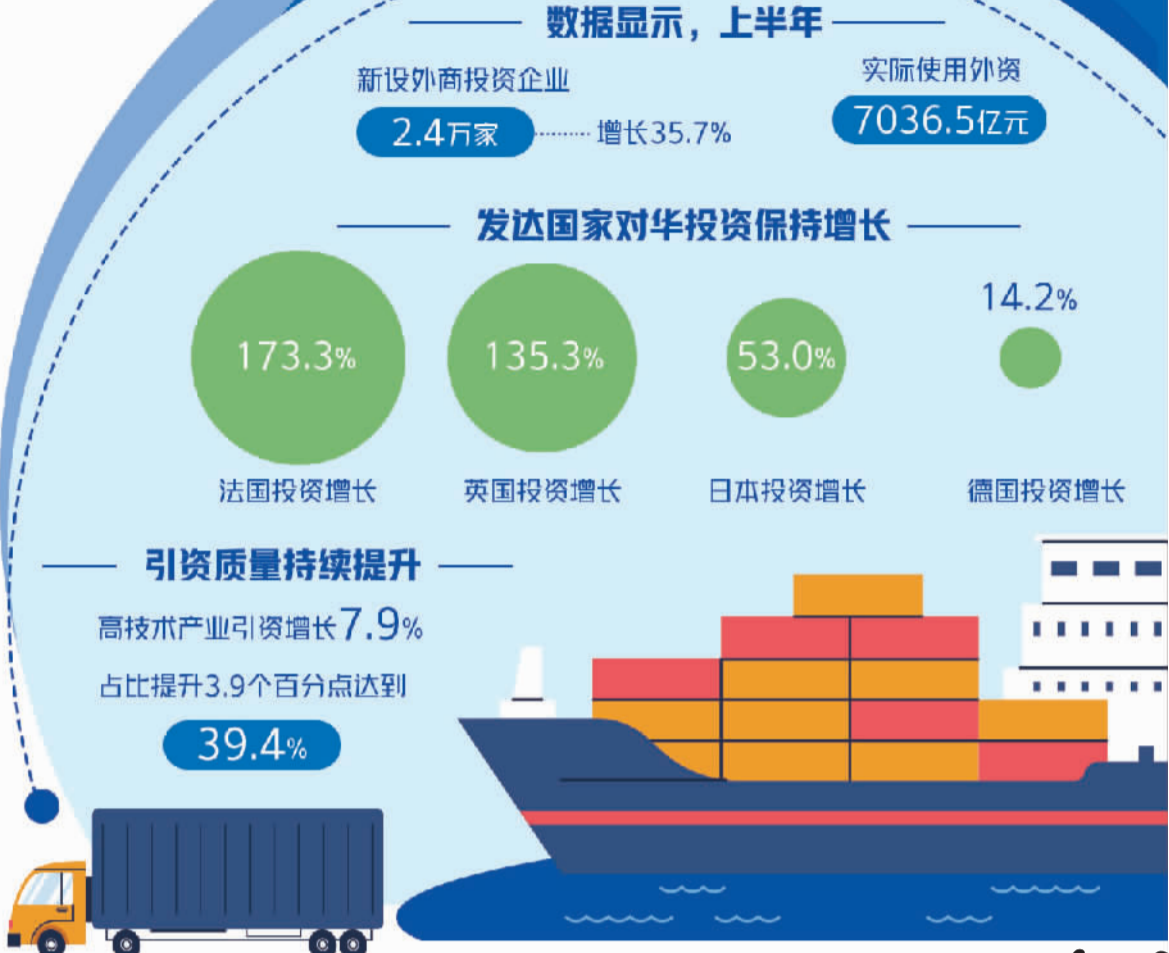
“新一轮科技革命和产业变革持续演进，数字经济、绿色经济加快发展，以及新兴产业向上下游纵向融合、协同发展，将催生智能化、集成化应用及绿色化领域的投资增长点，引领和推动外资投向这些领域。同时，我国创新资源和创新应用场景丰富，在创新应用领域竞争能力持续增强，也进一步吸引全球创新企业加速集聚。”商务部国际贸易经济合作研究院现代供应链研究所研究员路红艳表示，从中国市场投资潜力来看，在超大规模市场、完备的产业链供应链体系、高水平对外开放、持续优化营商环境等综合优势的推动下，中国市场还将释放更大吸引力。

稳外资政策加码

近期稳外资政策陆续出台，日前印发的《关于进一步优化外商投资环境 加大吸引外商投资力度的意见》，提出6方面24条政策措施，为外国投资者营造更加优化的投资环境，提振外商投资信心。

中国贸促会近日发布的《2023年第二季度中国外商营商环境调查报告》显示，来自全国26个省(区、市)的近800家外资企业中，近九成受访外资企业对在华获取经营场所、纳税、市场准入、跨境贸易、促进市场竞争等指标评价“满意”以上。超九成受访外资企业对2022年四季度以来中央出台的外资政策评价“满意”以上。“市场规模大”“优惠政策多”“产业链供应链完整”是受访外资企业来华投资的最主要动因，占比分别为77.54%、53.36%和39.91%。

路红艳表示，我国持续推进高水平对外开放，自由贸易试验区、海南自由贸易港、服务业扩大开放综合试点等各类高水平开放平



台积极对标高标准国际经贸规则，加快建设和升级，将释放更多对外开放红利，进一步吸引优质外资企业投资中国。

“当前，我国仍处于产业转型升级、高质量发展爬坡过坎的关键时期，坚定不移坚持高水平对外开放，坚定不移打造最优营商环境是决胜中国式现代化的必由之路。在国家战略引领和顶层设计的框架下，围绕产业招商、产业投资、产业运营和产业服务的全过程，各地区各部门因地制宜，坚持问题导向，在外资市场准入、金融、投资、法律、财税等方面，分类分层精准推出了一系列含金量高的具体举措，解决了具体问题、稳定了预期、提振了信心。这些高质量的制度供给必将激发新一轮外资企业在华高质量发展的新动能。”赵永辉说。

自东北地区，但是东北多地近期雨水较大，南运的鸡蛋数量减少，南方客商不得不从华北加大采购力度。华北鸡蛋分流到南方市场以后，供应北京市场的能力有所降低，拉动蛋价短期显著上涨。”北京新发地农产品批发市场统计部经理刘通说。

对全国蛋价未来走势，朱宁认为总体将延续往年的季节性规律。

三季度中后期，高温天气持续影响鸡蛋产蛋能力，不过全国在产蛋鸡存栏继续增加，鸡蛋市场供应稳中有增。鸡蛋消费则完全进入旺季，中秋、国庆双节的提振以及学校开学的拉动，使鸡蛋消费潜力全部释放，鸡蛋供需保持偏紧格局，蛋价将震荡上扬。进入四季度以后，在产蛋鸡存栏增势放缓，随着天气转凉，蛋鸡产蛋能力恢复，鸡蛋市场供应将小幅增长。鸡蛋消费将进入季节性淡季，直到12月中旬左右，因临近元旦，鸡蛋消费会被短期提振，但消费回升有限，而且明年春节偏晚，鸡蛋消费在四季度总体偏淡。综合以上因素，预计10月份鸡蛋消费量和11月份鸡蛋价格都以跌为主，12月中下旬小幅上涨，整体弱势运行。

供应偏紧叠加成本上涨——

鸡蛋价格季节性上涨

本报记者 黄俊毅

农业农村部监测数据显示，8月16日，全国农产品批发市场鸡蛋批发均价为11.27元/公斤，比7月31日的10.39元/公斤上涨8.47%。

“鸡蛋价格上涨，延续了往年在7月份开启第三季度上涨的波动规律，而且近1个月的涨幅也处于合理范围。”中国农业科学院农业经济与发展研究所副研究员朱宁说。

据农业农村部监测，鸡蛋批发价经过7月中旬的震荡调整，上涨试探以后，在7月下旬正式进入上行通道，从7月18日的每公斤9.46元，上涨至8月16日的每公斤11.27元，每公斤上涨1.81元，涨幅达到了19.13%。在朱宁看来，这一涨幅处于正常范围。在2021年、2022年同期，全国鸡蛋批发价分别

上涨19.45%和6.30%，每公斤分别上涨1.77元和0.63元。

8月11日，北京新发地农产品批发市场鸡蛋批发均价为11.11元/公斤，比上周同期8月4日10.25元/公斤上涨8.39%，比上月同期7月11日的8.52元/公斤上涨30.40%，比去年同期9.52元/公斤上涨16.70%。周环比、月环比、年同比都大幅上涨。

对近期蛋价显著上涨的原因，业内专家认为在于供应偏紧和成本上升。

朱宁告诉记者，从供给看，受高温天气影响，蛋鸡进入季节性歇伏期，产蛋率和蛋重均有不同程度的下降，抵消了部分蛋鸡产能。近期少部分鸡蛋主产区 and 主销区出现极端强降雨天气，影响了蛋鸡生产和鸡蛋运输，造成

局部地区短期鸡蛋供给偏紧。不过，全国在产蛋鸡存栏保持增势，能够完全保障鸡蛋的市场供应，蛋价总体还是以稳为主。从成本看，在鸡蛋饲料成本连降3个月以后，6月中旬以来，玉米、豆粕价格持续上涨，带动鸡蛋饲料价格上涨，近1个月每公斤鸡蛋的饲料成本增加了约0.08元。从需求看，7月中旬旅游进入旺季，临近中秋节，食品加工厂为了生产月饼等食品，增加了鸡蛋采购量，鸡蛋的季节性消费潜力开始释放。总的看，鸡蛋供需格局偏紧以及鸡蛋生产成本上升，推动蛋价在近期出现了较为明显的上涨。

“上周后期，北京新发地鸡蛋价格出现快速上涨，主要是因为北蛋南运的数量在加大。以前，南方市场销售的鸡蛋有一部分来

邮储银行忻州市分行

助力专精特新企业高质量发展

“邮储银行忻州市分行真是‘及时雨’，解决了我们资金需求，有效助力企业经营发展。”山西晋国电力勘测设计有限公司财务总监说。

山西晋国电力勘测设计有限公司成立于2009年，是山西省省级专精特新企业，从事电力设计、实施、勘测、电器安装等服务。今年，企业因扩大电力工程项目需要资金支持。邮储银行忻州市分行在得知客户资金需求后，安排专门客户经理对企业进行精准营销，采用纯信用担保方式的“科技信用贷”，为企业提供1000万元资金支持，助力企业做大做强。

“科技信用贷”是邮储银行针对科技型中小微企业推出的专属纯信用贷款产品，面向高新技术企业，最高可授信3000万元，能够缓解企业缺乏抵押品等原因导致的融资难问题，有效助推科技型企业发展。近年来，忻州市分行加大对专精特新及科创企业发展支持力度，针对专精特新及科创企业不同经营周期(初创期、成长期)推出多款融资产品，如科技信用贷、科创e贷、担保贷等，为企业高质量发展注入金融动能。

今年上半年，忻州市分行投放小微企业贷款1987户，金额8.26亿元，其中向专精特新及科创企业投放贷款16户，金额7892.7万元。忻州市分行将加大专精特新企业支持力度，主动作为，以优质服务为中小企业灌溉金融活水。

(数据来源：邮储银行忻州市分行)

·广告

邮储银行运城市分行

深化特色水果产业链金融服务

山西省运城市临猗县是传统的农业大县，水果种植业尤为突出。全县形成了苹果、冬枣、江石榴、樱桃、葡萄等多条特色林带，并带动果品收购、仓储、运输、电商等果业链条产业的发展。

周先生在临猗县闫家庄经营一家果库，主营业务为装卸搬运和仓储，经过多年的辛勤经营，库容量无法满足不断发展的业务需要。2022年11月，邮储银行临猗县支行客户经理走访时了解到客户有扩建果库资金需求，通过信贷调查，最终为客户发放200万元小额贷款，帮助客户半年内扩建4个果库，今年上半年为客户增收80万元。

邮储银行运城市分行落实3大省级战略、5大平台、农产品精深加工10大产业集群建设和富农产业集群化发展要求，依托产业链条，助推乡村振兴。一方面，将金融支持范围从原有的苹果种植、收购、存储及销售，扩大至梨、枣、樱桃、葡萄、山楂等种类，拓宽服务领域，实现金融支持果业链条全覆盖。另一方面，将金融产品整合，形成以信用贷、产业贷、农保贷、极速贷等产品为主的一系列“南果贷”金融产品，实现了种植、收购、仓储、加工、运输以及销售等全产业链条精准产品对接。今年以来，运城市分行向果品产业投放“南果贷”超过7.7亿元，累计投放金额达36.39亿元，不断满足果农、果商多样化的资金需求。

运城市分行将持续发挥“三农”主力军作用，深化“南果”产业链金融服务，为农户提供精准、高效的金融服务，在金融服务乡村振兴工作中，发挥国有大行担当。

(数据来源：邮储银行运城市分行)

·广告

山东省青岛市市南区

口袋公园建设提升市民幸福感

盛夏时节，城市大街小巷的街角点缀着口袋公园，园内绿意盎然，充满生机，扮靓城市方寸之美。山东省青岛市市南区泰州路小公园成为附近居民休闲散步的好去处。“有了这个小公园，我们真的太满意了，散步、健身，还能领着孩子来玩。”提起家门口的小公园，周边的居民纷纷夸赞。

今年以来，市南区积极开展专项整治行动，积极推进行口袋公园建设，让往日杂乱老旧的区域摇身一变，成为供行人驻足观赏、休闲娱乐的亮丽游园。打造出的一处社区休闲娱乐的邻里空间和记忆空间，在有效美化城市环境的同时，丰富居民生活空间，点缀城市美景。

泰州路口袋公园前身是临建房，房屋年久失修，存在严重安全隐患。经过集中整治、拆除私搭乱建等改造后，彻底解决泰州路临建房存续多年的重大安全问题、历史遗留问题。

与此同时，为完善城市功能，实现生态效益和景观效果提升，市南区在此处建设沅家庄公园，延续北侧现有花坛的圆形景观要素，通过线性铺装将场地内的各功能空间进行串联。场地以树池座椅所在的空间为核心，西部由廊架为主体构成沅家庄记忆空间、南部和北部配置休憩空间、东部配置健身器材，整体以植物景观衬托。经过改造建设，建成的口袋公园不但消除了安全隐患，还给宝宝增添一景，让附近的居民实现了推窗见绿、出门入园、就近健身。

市南区坚持建绿为民、造景为民的原则，充分利用现有资源及周边环境，搭配错落有致的绿化景观，打造令市民耳目一新的口袋公园，提升市民的幸福感受。

·广告

随着汽车产业全面重构日新深入，特别是新能源汽车销量的持续激增，传统车企感受到了前所未有的巨大压力。为此，各家车企纷纷采取各种应对措施，如关停或出售变速箱等部分传统产能或业务，在动力电池、芯片、软件等新领域加大投入与合作等。传统车企究竟怎样才能实现“大象转身”，拥抱智能电动汽车的新时代呢？

充分理解产业重构带来的变化及其挑战，是传统车企成功转型的前提。总体而言，本轮产业重构可以概括为电动化和智能化。

刘宗巍

电动化催生出了与传统燃油车产业链相互并行且截然不同的新能源汽车产业链，新产业链以电池等为核心，传统车企在此并无优势。一方面，新能源汽车正快速蚕食燃油车份额，燃油车的积累或将成为传统车企转型的沉没成本。另一方面，目前燃油车仍是市场主流，企业又必须不断投入，实现可持续发展。

智能化的影响更为深远。智能化时代，行业真正本质性的改变是“软件定义汽车”，即汽车将不再由硬件配置主导，而是由软件服务主导，并由此演变为可通过软件、面向场景、基于数据实现自我进化的新物种——“新汽车”。“新汽车”的产业边界被空前扩展，诸如物联网、大数据、云计算、人工智能及芯片等，都已成为汽车产业的核心能力。这些新能力传统车企此前并不掌握，今后也不能或不宜完全掌握。可见，智能化对传统车企的挑战是：怎样获取所需的全部核心能力，保持产品的主导权。

从上述分析出发，建议传统车企采取以下转型战略：第一，实施“双赛道竞争”策略。传统车企既要维系燃油车业务，又要建设新能源汽车的竞赛体系，培育新的核心技术、商业模式和品牌价值。由于新老业务所需的理念、方法和文化均不相同，所以将二者放在“同一个屋檐下”共同运营弊多利少。传统车企应采取“双赛道竞争”模式，将新老业务合理拆分、独立运行，特别是赋予新业务充分的经营自主权，使其能以最大的灵活度探索最佳的发展路径。

第二，坚持“守正出奇”的原则。即在遵循产业规律的前提下持续创新。首先，软件价值增大并不意味着硬件不再重要，造好车始终是一切的前提。为此，传统车企要把自己对产业固有规律的理解与创新实践有效结合。其次，唯有持续大胆创新才能形成超前的竞争力。传统车企要敢于在软件、硬件、服务、体验、品牌等各个维度上“想别人所未想，做别人所未做”。最后，产业重构一定是既有创新，也有继承。企业需要不断加深对产业重构的认识，正确判断和修正努力的方向。

第三，强化“新汽车”生态建设。基于专业化分工的多主体协同创新、共建生态，是产业发展的大势所趋。唯有顺势趋势，才能让每个主体都充分发挥自身特色优势，再通过“相互支撑、互为依存”的生态效应，实现强强联合。这就要求整车企业“有所为有所不为”，不是盲目追求全栈自研、垂直整合，而是聚焦于培育独特的核心能力，并基于此从生态伙伴处提取所需的其他核心能力。

总之，合理平衡新老业务投入、坚持“守正出奇”原则、有效建设生态体系的传统车企，有望成功应对产业重构的挑战。

【作者系清华大学(车辆学院)汽车产业与技术战略研究院院长助理】