

东方风劲,全球共享中国机遇

——写在第六届进博会倒计时100天之际



7月26日,参观者在国家会展中心(上海)举行的第六届进博会食品及农产品、医疗器械及医药保健展区展商供需对接会上参观咨询。

□新华社记者 周蕊

100天后,在国家会展中心(上海),备受全球展商期待的第六届中国国际进口博览会将再次如约而至。这一次,将是新冠疫情后进博会首次全面恢复线下办展。

开放育新机、开放促发展、开放促改革,作为世界上首个以进口为主题的国家级博览会,进博会为全球国家和企业分享中国机遇打造了一条“开放快车道”。

开放育新机 进博会疫情后首次全面恢复线下办展

今年11月,第六届进博会即将全面恢复线下办展。作为全球贸易发展史上的创举,首届进博会2018年11月在上海启幕。在开幕式上,中国向世界庄严承诺,“中国国际进口博览会不仅要年年办下去,而且要办出水平、办出成效、越办越好。”

前五届进博会,累计进场观众近330万人次,131个国家和国际组织参加国家综合展,企业商业展参展商15800余家次,首发新产品、新技术和新服务近2000项,累计意向成交额近3500亿美元。进博会已成为中国构建新发展格局的窗口、推动高水平开放的平台、全球共享的国际公共产品。

据中国国际进口博览会局副局长孙成海介绍,截至目前,超过50个国家已确认参展。企业商业展签约展览面积已超过36万平方米,达到预期目标。

大到近200吨重的“金牛座”龙门吊,小到与硬币相当的心脏起搏器,进博会已成为全球新品的舞台。瞄准各类“未来赛道”,设立创新孵化、人工智能等专区,第六届进博会不断优化展区专区设置。孙成海说,今年还将有大量“黑科技”“绿科技”亮相。

与此同时,作为进博会重要部分的第六届虹桥国际经济论坛,将以“携手促发展 开放赢未来”为主题,举办主论坛、“投资中国年”峰会和若干场分论坛。

“我们将继续发布《世界开放报告2023》和最新世界开放指数,为推动世界共同开放、支持世界经济复苏贡献智慧。”孙成海说。

开放促发展 “进博纽带”释放超强磁力

国家会展中心(上海)一街之隔的绿地全球商品贸易港内,巴基斯坦展商哈比正在擦拭即将亮相第六届进博会的新品骆驼皮灯。

“在第四届进博会上,我们带来的盐灯成为爆款商品。”哈比说,骆驼皮灯是巴基斯坦传承千

年的文化遗产,曾经家家户户都用,现在却慢慢在消失,他们正定制一批带有中国特色和元素的骆驼皮灯,希望通过进博会,把这项快要失传的手工艺“救”回来。

“我们即将成为进博会的‘六年级生’”“我们已经签约未来三年进博会”……“进博纽带”串联起全球展商,在展品变商品的同时,更让参展商变投资者。

不少全球企业成为进博会的“回头客”。截至目前,第六届进博会有约200家企业连续6年签约参展,还有近20家世界500强和行业龙头企业,以及500多家中小企业首次签约参展。

日本知名消费品无印良品今年将首次参加进博会。无印良品中国总经理清水智说,希望借助“进博首秀”,向外界展示企业扎根中国市场的决心。

绿地全球商品贸易港集团总经理薛亚杰介绍,今年以来企业携28个国家和地区的海外客商,成功推动近200款进博会同款商品进入浙江、山东、河北等地,实现“进博溢出效应”再放大。

今年上半年,中国新设外商投资企业2.4万家,增长35.7%。透过进博会的窗口,更多企业与中国续写更长久的约定,深度嵌入中国的产业链乃至创新链。

一周前,“进博老友”美敦力与浦东新区签约,正式启动美敦力中国二期风险基金。“中国不仅是我们的市场、制造基地,也是全球重要的医疗科技创新策源地,我们对中国经济充满信心。”美敦力董事长兼首席执行官杰夫·马萨说。

开放促改革 “进博支点”撬动新发展格局

第六届进博会国家综合展的中国馆里,将设立“自贸试验区建设十周年成就展”,全面展示自贸试验区的探索实践和建设成就。

以进博会为支点,中国高水平对外开放持续深入。前五届进博会开幕式上宣布的多项重大开放举措,有力推动高水平开放取得新进展,充分彰显中国建设开放型世界经济的信心和决心。

孙成海说,作为推动高水平开放的平台,进博会上发布的一条条措施“真刀实枪”,国家有关

部委实施的相关政策,包括展商客商入境便利、展品留购税收优惠、知识产权保护等,优化了国内营商环境。

浦东碧云美术馆内,一场特别的文物艺术品公益展正在举办,黄宾虹、齐白石、张大干、草间弥生等中外艺术家的28件精品之作吸引公众慕名而来,这些作品还有另一个身份——第四届和第五届进博会免税进境销售的文物艺术品。

得益于政策利好,前两届进博会共成交78件文物艺术品,成交总额达12.5亿元。

上海自贸区国际文化投资发展有限公司总经理谭翼说,第五届进博会前,一件大型雕塑作品在开幕前夜才到机场,通过进博会绿色通道快速完成入库、审批、运输、组装等程序。今年,公司招募了10家新展商,其中包括画廊业态。

“法治是最好的营商环境。”上海市政府副秘书长、进博会城市服务保障领导小组办公室副主任章雄介绍,2022年出台的《上海市服务保障中国国际进口博览会条例》为进博会办得好提供了有力的法治保障,在此基础上,进博会城市服务保障领导小组今年专设法律服务保障组,为展商提供不间断的专业法律服务,并提供“全链条”的知识产权保护,推动新产品、新技术、新服务在进博会首发、首展。

在继续沿用通关便利、市场准入等19项支持政策的基础上,今年海关总署新增1项支持举措:在评估确认风险可控的前提下,允许无动植物疫情流行国家(地区)未获检疫准入的动植物产品、食品,经特准审批后入境参展。“这项措施将有助于更大范围、更多品类的展品参展。”上海海关副关长叶建说。

上半年我国经济同比增长5.5%,恢复速度在全球主要经济体中处于领先地位。

二季度以来,包括联合国、世界银行等多家国际组织和机构纷纷调高今年中国经济增长预期,显示出对中国发展前景的信心。不久前结束的第十四届夏季达沃斯论坛,传递出自信有力的中国声音——全年有望实现5%左右的预期增长目标。

“一展惠全球”,中国正为世界提供更多、更丰富的国际公共产品。”对外经济贸易大学中国世界贸易组织研究院院长屠新泉说,年年如约而至,中国举办进博会传递了坚持对外开放、继续支持经济全球化的信号,也展现了负责任的大国形象,中国经济态势稳,为世界经济注入更多确定性。

(新华社上海7月27日电)

推动万亿级网红经济成为长红经济

□半月谈记者 商意盈 张璇 马剑

网红经济年交易规模突破万亿元,已成为经济社会发展的重要板块。半月谈记者在网红经济发达的浙江省杭州市调研了解到,网红经济业态呈现分化、细化、数字化的趋势,推动网红经济成为可持续发展的长红经济,还需进一步提升监管能力,强化行业行为规范,瞄准高质量发展目标提质升级。

网红经济跻身万亿级产业

在杭州钱江世纪城,一幢浅蓝色的39层商业综合体屹立江畔。这幢名为丽晶国际中心的建筑吸纳1.2万人入住。物业工作人员介绍,在近1700户中超过六成是租户。由于不少租户从事直播相关工作,这里被称为杭州最大的网红公寓楼。

丽晶国际中心3508室是一间器乐培训工作室。工作室负责人何昌铭是楼内不少网红主播的钢琴老师。这位23岁的湖南郴州青年正探索开启网红事业:“杭州直播经济生态很好,我身边也有很多人慕名而来,感觉在杭州能拼一把。”

杭州不仅有想要开启网红事业的年轻人,一些头部主播及背后的MCN(多频道网络)机构也在这里加大布局。杭州交个朋友控股有限公司拥有1600多名员工,公司创始人黄贺说:“杭州电商氛围浓郁,在这里找直播人才、供应链资源都更高效。”

据浙江省商务厅统计,目前杭州有近5万名主播,直播相关企业注册量超5000家,带动就业超100万人。这相当于,在杭州每12人中就有1人从事直播相关行业。

通过聚集社会关注度,网红经济已形成庞大的粉丝和定向营销市场,围绕IP衍生出各种消费市场,最终形成完整的网红产业链条,包括以直播间为代表的直播经济、形成个人品牌的带货经济等。

当下,网红经济迎来爆发式发展。据网经社电商大数据库显示,2022年直播电商交易规模达3.5万亿元,同比增长48.21%。蘑菇街合伙人俞林茂说,头部主播在大促期间一晚上的交易额,已经可以和一家上市公司年销售额比肩。

近年来,网红产业生态不断完善,带动服务业和制造业上下游转型升级,成为就业蓄水池、促消费动力源。浙江清华长三角研究院新经济发展研究中心执行主任明文彪表示,杭州已出现大量网红提供专业服务的网红产业园、供应链服务商、风投公司、租赁公司等,网红经济成为疏通产业链供应链的重要纽带。

网红经济“三化”趋势明显

据统计,截至2022年12月,我国网络直播用户规模达7.51亿人,占整体网民的70.3%,主播账号累计开通超1.5亿个。半月谈记者调研发现,作为新型经济

形态,网红经济的内涵和外延不断更迭,呈现明显的“三化”趋势。

——以马太效应为特征的分化。当市场趋于完善和相对充分竞争时,“去中心化”的网红经济开始出现“中心化”,逐渐形成头部主播为主导的市场。“如果一个头部主播一场能卖500万元的货,则相当于找10个中腰部主播卖10场以上,因此品牌商更乐意选择头部主播。”俞林茂说,“这就导致好的资源、更实惠的价格、更优质的供应链都向头部主播倾斜,阶梯式上升的主播序列会导致强者愈强。”

——以垂直细分为特征的专业化。明文彪认为,得益于早期的块状经济,杭州网红经济在各地设立了专业的直播基地。淘宝直播生态负责人叶镇参介绍,平台上店播(品牌直播间)越来越多,各行各业都在拥抱直播等数字经济形态。

此外,网红团队专业化程度较高。半月谈记者在一家MCN机构看到,50个达人主播背后有上千人的团队为其服务,包括选品员、直播销售员、视频创作者和平台管理员等,甚至在直播间还有严防广告法差错的合规师出现。

——以新技术融合为特征的数字化。在“蚊子会”办公楼里的电子大屏前,一个“卡通少女”在直播间带货,取代了真人主播。“元宇宙、数字人等新技术正在改变这个行业。”“蚊子会”创始人兼董事长王俊桦说。

目前数字人从应用层面分为以数字主播为代表的“服务型数字人”、以虚拟偶像为代表的“身份型数字人”。业界认为,“服务型数字人”“身份型数字人”都有较高的商业潜力,元宇宙热正加速推动数字人产业升级。

规范引导网红经济健康发展

网红经济已成为不可忽视的数字经济力量,未来如何推动网红经济高质量发展?

多位从业者表示,网红行业普遍需要对接的网信、广电、市场监管、税务等多个部门,如产品质量对应市场监管、直播内容对应网信部门,这些部门对行业主要是“事后监管”。如果平台、企业等有相关诉求时,较难找到一个可以拍板的部门。业界期待,加强网红的“事前监管”,从“事后监管”向“事前监管”推进。

网红已被人社部认定为“互联网营销师”,但目前网红行业尚存在恶俗炒作、虚假销售、平台垄断等问题,给部分主播带来职业困扰。“对这个行业最大的支持就是规范。”茶叶主播“小师妹”郑茵之期待建立更完善的行业标准,形成正当竞争和准入退出机制,抑制平台流量冲动,扫清供应商家灰色产业。

多名业内人士建议,加强立法规范,发挥行业协会作用,保障行业健康发展,切实推动网红经济成为长红经济。

(新华社7月27日电)



追求绿色时尚 拥抱绿色生活