

# 外洽会重务实 筹备工作已就绪

■ 本报记者 郝昱

经过近1年的紧张筹备,第七届中国对外投资合作洽谈会(以下简称外洽会)各项准备工作已基本就绪。本届外洽会将于10月22日至23日在北京展览馆举行,将重点围绕“一带一路”、“国际产能和装备制造合作”等主题进行,同时邀请相关国家(地区)政府机构代表、国内外企业人士参会并进行对接洽谈,介绍投资环境,分享“走出去”经验,寻求跨国合作等。在第七届外洽会新闻发布会上记者了解到,不仅中国企业有意“走出去”,很多国家也都非常重视中国市场和来自中国的投资者。

## 俄罗斯将设规模近150平方米联合展区

本届外洽会继续得到世界各国和地区相关机构以及中国国内企业的重视和积极参与。截至目前,已有来自全球80多个国家(地区)政府及企业代表确认参展参会。同时,外洽会从今年起开始设立主宾国。经甄选及沟通,俄罗斯成为外洽会首个主宾国,届时将有来自俄罗斯联邦及各州团组来华参会,介绍投资俄罗斯机遇。

俄罗斯联邦驻华使馆公使衔商务代表格鲁杰夫表示,近几年,投资合作已成为中俄两国的经贸工作重点,俄罗斯大力改善投资环境,以吸引中国企业对俄投资。

据格鲁杰夫介绍,目前俄罗斯有32个经济特区,覆盖了机械制造、高科技等行业,为中国企业“走出去”找到合适的投资地提供便利。前几年,俄罗斯政府就开始计划设立跨越式开发区,为外商提供税收、签证管理、海关等方面优惠。已经设计好9个跨越式开发区,包括农业机械制造、渔业等行业企业都可以在这里投资。

在接受《中国贸易报》记者采访时,格鲁杰夫表示:“俄罗斯很荣幸成为外洽会首个主宾国,为此,我们在俄罗斯开展了大量准备工作。届时,俄罗斯将组织联合展区,将近150平方米的规模,已经有8个州的地方政府、企业代表确定参展。此外,考虑到每次企业‘走出去’都会遇到人生地不熟的情况,了解投资目的地国家的法律法规极为重要,因此,此次我们请来俄罗斯一家有名的律师事务所,律所律师将针对中国企业的需求进行答疑解惑。”

## 商务参赞“秀”流利中文 邀请中国企业赴罗马尼亚投资

据罗马尼亚驻华公使衔商务参赞奥古斯丁介绍,罗马尼亚是欧盟成员国,有黑海最大的港口。

发布会上,奥古斯丁用中文从几大方面介绍了罗马尼亚的引资需求。在基础设施建设领域,当地需要修建高速公路、改造铁路以及港口等。在能源领域,罗马尼亚需要

改造水利电站、电网等。

罗马尼亚的耕地面积居欧盟第三位。虽然罗马尼亚有着肥沃的土地但缺水,因此,急需改造和扩建灌溉系统。同时,罗马尼亚农副产品丰富,但农产品加工水平相对落后,他希望中国企业能够在此方面与罗方进行投资合作。

“罗马尼亚风景怡人,对游客有巨大吸引力,当地的天然矿泉水产量占欧盟的73%,这种矿泉水可以治疗多种疾病,因此我们将旅游与医疗完美结合,希望在该领域引入新的投资。”奥古斯丁说。

## 提供一对一洽谈便利

据商务部、国家统计局、国家外管局等联合发布的最新统计数据,2014年,中国对外直接投资继续高速增长,创下1231.2亿美元的历史最高值,同比增长14.2%,连续3年位列全球第三,与中国吸引外资仅差53.8亿美元,双向投资首次接近平衡。自2003年以来,我国对外直接投资已连续保持12年的增长,2014年流量是2002年的45.6倍,2002年至2014年的年均增长速度高达37.5%。截至2014年底,中国已经有1.85万家境内投资者在全球186个国家(地区)设立了投资企业近3万家,投资存量已达8826.4亿美元,较上年末增加了2221.6亿美元,占全球外国直接投资流出存量的份额由2002年的0.4%提升至3.4%,在全球排名第八,首次步入前



日前,2015中国国际信息通信展览会在北京开幕。本届展会吸引了来自中国大陆和香港、台湾地区、芬兰、法国、德国、日本、韩国、英国、美国等国家和地区的近400家企业参展。展会向社会集中展示了信息通信行业最新发展成果,进一步增进了社会各界对信息通信业的认识与了解。

本届展会将呈现六大看点:一是宽带网络技术集中展示,二是4G/5G新成果精彩荟萃,三是铁塔公司首次亮相展会,四是“互联网+”应用普惠大众,五是造梦空间全力支持“双创”,六是信息安全应用引人关注。

图为展会现场。

本报记者 郝昱 摄影报道

# 法兰克福车展为何以“移动互联”为主题

今年的法兰克福车展非常特别,主办方德国汽车工业协会(VDA)明确提出以“移动互联”作为展会宣传主题,并且将这个主题贯穿于展会整体策划中。尽管近几年移动互联的概念在全球汽车行业和IT行业非常风靡,但在五大国际A级车展中,如此高调打出“移动互联”旗号,法兰克福车展尚属首次。

今年的法兰克福车展依然是性能车和首发车的主场,但VDA务实地做了很多事情,让本届车展可能成为数十年之内德国最具战略内涵的车展。看看VDA都干了什么:单独辟出一个名为“新移动世界”的展馆以及总面积3万平方米的场外展区,承载与移动互联相关的内容。“新移动世界”的参展乘用车达46辆,参展商约180家,包括很多通信技术供应商。

在“新移动世界”馆,能看到美国创业公司Quanergy Systems,这是一家以激光雷达的智能传感解决方案发家的公司;也能看到信息娱乐系统公司哈曼的新产品嵌入创新安全模块;还能看到恩智浦半导体带来有望创立行业新标准的Mantra射频芯片系列……很多在2015拉斯维加斯消费电子展以及2015北美车展零散展出的移动互联技

术或相关产品,此次在法兰克福集体亮相。在“新移动世界”展馆,共举办了大大小小200余场企业活动,主办者既有IT巨头,也不乏刚创立的公司。另外,本届展会第一场媒体之夜也是在“新移动世界”展馆开启的。

再来看本届法兰克福车展的五个细分主题,分别是互联汽车、自动驾驶、电子移动、城市交通和通行服务,这些主题无一不渗透着移动互联的“血液”。

如今,德国汽车大佬坚定地“拥抱”移动互联,他们宣称,汽车的角色将不仅仅是代步工具。大众汽车首席执行官文德恩表示:“2020年以前,我们的所有新车将成为车轮上的智能手机。”车展期间,来自德国等不同国家的八家汽车制造商免费提供新款车型试驾,参观者仅凭驾照和护照就可以在德国公共路段试驾最新车型25分钟,体验可以即刻消费的移动互联应用。

室外展区由博世和大陆等零部件巨头领衔,生动地展示了移动互联技术如何在未来提高出行安全性和效率。比如,在不久的将来,只需在智能手机上轻轻一按,汽车就会自动找到停车位并自动泊车。

无须赘言,“移动互联”绝不是主办方应景的宣传口号,而是德国政府、主办方、

企业界从思想认识到行动达成一致的体现。正如VDA主席马蒂亚斯·威丝曼在法兰克福车展开幕前所言,“这是为移动互联量身定制的展会”,VDA希望人们在现场“能体会到汽车和智能手机融为一体,而汽车真正变身成为移动通信平台。”目前,欧洲经济回暖给欧洲汽车业以足够喘息之机 and 面对未来的思考空间,这也给法兰克福车展抢先高举移动互联大旗提供了基本土壤。虽然本届法兰克福车展距离VDA的愿景还有一定差距,但是横向比较,它已经走在前沿。

德国汽车界认为,移动互联技术对于汽车业具有很强的实用性,将让交通出行“更加安全和舒适”,通行效率提高,碳排放减少。因此,他们认同基于移动互联技术的巨大产业价值,并愿意投入巨资。根据德国一家机构的预测,两年后,80%的新车都将具有移动互联功能,汽车业数字化将呈现跨越式发展。为此,德国汽车业计划未来3至4年,在车联网和自动驾驶技术方面投入巨资(逾千亿元人民币)。

从表面看,顺应潮流、看好实用性和产业价值是德国支持移动互联的初衷,然而其深层次意图是希望抢占未来汽车行业,乃至数字化制造业发展的战略制高点。在高科

技产业发展方面,美国的王者地位仍相当牢固,亚洲国家的技术追赶势头非常迅猛,德国有很强的危机感。德国总理默克尔今年夏天曾在一次活动上说:“欧洲在许多方面已经落后了,德国必须要重视,我们要关注在中国、在美国、在韩国都发生了什么?”

在德国政府早已提出其高科技战略计划,包括如今广为人知的工业4.0。德国政府认为,微电子技术的发展水平决定德国工业4.0战略能否成功。德国联邦教研部部长莎万不久前就表示:“没有传感器的机器人就是瞎子,发展工业4.0需要强大的微电子芯片技术。”对于汽车业来说,要实现与移动互联的耦合,企业必须开发相应的微电子芯片。推动汽车业发展移动互联技术,构建更大的产业互联网,对德国实现工业4.0意义重大。

在下一轮工业革命到来时,德国汽车业将被赋予新的历史使命。那可能是德国经济顶层设计者和业界共同努力的结果,也可能是无国界消费者共同选择的结果。或许,这就是本届法兰克福车展决定将主题设为“移动互联”的深意所在。

（陶晓哲）

## 本版话题

# 业内通告

## 平壤秋季国际商品展览会吸引众多外国企业参展

本报讯 第十一届平壤秋季国际商品展览会近日开幕。来自中国、德国、罗马尼亚等10多个国家和地区的300多家企业参加了展会,展品覆盖机械、电子、建材、农业、日用品和汽车等领域。

朝鲜国际展览社社长朴雄植在开幕式上致辞说,希望本次商品展会能够成为各国加强友好合作、扩大贸易投资和促进科学技术领域经验交流的良好契机。朝鲜国际展览社将在今后的展览中一如既往地积极履行深化各国经济联系、促进地区经济发展的职责和宗旨。

据记者了解,此次参展商中中国企业占比较大。中企正积极开拓朝鲜市场,2009年进军朝鲜市场的中国品牌比亚迪目前已累计在朝鲜销售近3000辆汽车,其中超过1000辆汽车被作为平壤市内出租车使用。比亚迪在平壤设立了售后服务点,为购车者提供售后维修服务及原装零配件。该公司还计划将节能环保电动汽车引入朝鲜。

平壤国际商品展览会由朝鲜国际展览社承办,每年春季和秋季各举办一次。

（陆睿 郭一娜）

## 中国车企亮相内罗毕车展力争赢得更多市场份额

本报讯 日前,为期3天的肯尼亚2015内罗毕车展落幕,江淮、陕汽、江陵、一汽、重汽、奇瑞等中国车企纷纷亮相这一东部非洲地区最大车展,力争赢得更多非洲市场份额。

近年来,非洲经济发展较快,汽车需求量增长迅速,中国品牌汽车凭借性价比优势在非洲市场取得了一定的成绩。为了更好地开拓市场,具有较大地区影响力的内罗毕车展自然成为中国车企展示形象的窗口。

中航国际北京(东非)有限公司是江淮、陕汽和山推等汽车和工程机械在东部非洲的销售代理商,该公司业务代表常健表示,当地用户的使用反馈显示,一些款式的中国卡车质量并不在日本车之下,“中国车企‘走出来’以后带出来的一些产品,至少从江淮和陕汽品牌来讲,都是在其他市场上经过证明的、是质量非常可靠的产品。我们在性价比上的优势和质量并不处于劣势的情况,能够让更多地让消费者所认知。在重卡方面,中国品牌的性价比比较轻卡更高一些,因而竞争力更强。”

非洲是陕汽的传统市场,陕西重型汽车进出口有限公司内罗毕办事处主任缙国顺负责陕汽在肯尼亚、坦桑尼亚、乌干达和卢旺达四个东非国家的业务。在他看来,虽然竞争激烈,但对中国重型汽车来说,依然有市场潜力,“我们陕汽在肯尼亚、埃塞俄比亚、赞比亚和南非都有办事处,随着中非关系的发展,我们的销量也在逐年上升,特别是在肯尼亚,去年和今年都在上升。市场比较看好,后期发展还有很多潜力可挖。”

常健认为,随着运营经验的积累和时间的推移,中国汽车品牌在非洲的市场份额慢慢增加,但也存在一些问题,比如更多的客户是中资客户,当地客户的支持需要更长的时间去培养,而通过在本地代理的形式加强属地化,则有助于赢得更多的客户,“在肯尼亚,车企使用更多的是代理这种销售模式,它的好处就是减少了自己的运营风险,但缺点是难以真正地将中国人的服务理念传递到当地客户中去。这也是为什么江淮、陕汽、山推都选择和中航技(中航国际的前身)成立合资公司,借助中航技在非洲多年的经验,更全面地属地化地服务客户,这也是中航技帮助中国企业‘走出去’的一个思考方向,我们也是这么去实践的。”

随着越来越多的中国车企走进非洲,如何避免国内企业间的不正当竞争是不少人关心的话题。缙国顺认为,中国品牌各有优势,同行间是可以实现共同发展的,“在肯尼亚市场,就有陕汽、重汽、北汽福田、一汽,可以说在同行也是竞争对手,但各有各的优势。各家都在发挥优势、缩短差距,虽然是竞争关系,但并没有拼价格,各有各的客户群,都可以发展。”

（王新俊）

## 会展观察