

发挥中博会溢出效应 进一步提升上海开放水平

——市政协课题组赴苏、浙、粤调研情况的报告

■ 市政协经济委员会

阅读提示

4月16日至19日,市政协“抓住中国国际进口博览会重大机遇,建设国际消费城市”课题组赴浙江省义乌市、江苏省南京市调研,市政协副主席金兴明参加。课题组与浙江省、义乌市政协及相关政府部门,江苏省、南京市政协及相关政府部门进行了深入交流,实地考察了义乌港、义乌国际商贸城、“义新欧”中欧班列铁路口岸,南京市江北新区、新街口德基广场等当地重点区域及重点项目建设发展。

5月8日至11日,市政协“抓住中国国际进口博览会重大机遇,推进上海国际贸易中心建设”重点课题组赴

广州、珠海调研,市政协副主席金兴明参加。中共中央政治局委员、广东省委书记李希同志会见了调研组一行。调研组与广东省、珠海市政协及相关政府部门进行了深入交流,实地考察了中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)、中国国际航空航天博览会(以下简称“中国航展”)、中国(广东)自由贸易试验区横琴新区片区(以下简称“横琴新区”),以及广州正佳广场、太古汇等当地重点区域及重点项目。

在此摘编课题组赴苏、浙、粤调研情况的报告,以飨读者。

义乌、南京:创新制度供给,优化营商环境

苏浙两省坚持开放发展,聚焦创新制度供给和优化营商环境,推动义乌和南京消费城市建设成效显著

义乌:坚持开放理念,持续推动贸易转型升级,独树一帜打造“义乌模式”名片

锐意创新先行先试,多项国家试点获批。义乌除了获国务院批复开展国际贸易综合改革试点之外,还获批了国内贸易流通体制改革发展综合试点、国家新型城镇化综合试点,被确定为国家农村改革试验区、列入全国农村土地制度改革试点、国家首批创建社会信用体系建设示范城市、国家深化基础设施投融资体制改革试点、电子商务大数据应用统计试点等,拥有优越的先行先试政策环境。

着力发展开放型经济,进出口并重打造新竞争优势。义乌的外贸份额占到70%左右,2017年出口额达到2304.48亿元,出口范围覆盖219个国家和地区,出口前十的国家中有7个是“一带一路”沿线国家。

发展新业态新模式,经济活力不断增长。电商平台蓬勃兴起,义乌电子商务展现蓬勃之势;跨境电商快速发展;义乌商贸城实现线上线下融合发展;积极搭建展会平台。

积极打造贸易生态圈,提升贸易聚合能力。形成了高度成熟的外贸出口生态圈,集聚了大批服务企业和人才,国际贸易各领域的专业化分工精细。

不断优化营商环境,提高贸易便利化水平。提升口岸开放度,义乌机场提升至4D级,开通运行从义乌出发横跨亚欧的“义新欧”中欧班列等,创新监管方式,实现了本级政府管理权限内涉外项目“一站式、集成式”的服务。

南京:围绕优化制度供给,强化商业规划引导,大力推进消费城市建设

创新政府制度供给,提升商业发展环境。作为国务院确定的9个国内贸易流通体制改革发展综合试点城市之一,南京市形成了“以精准服务保障为核心”的实体商业转型升级机制,“共商共绘共建共享”的都市圈市场一体化发展机制,“政府控股、企业运营、稳价保供”的公益性农产品批发市场建设运营机制,“枢纽引领、环城集配、终端便利”的区域商贸物流体系和“规划引领、法制保障、信息服务”三位一体的商业网点管理机制5项经验成果,相关做法和经验被国家商务部、发改委等9部委在全国复制推广。

强化商业规划引导,促进商业布局优化。修编《南京市商业网点规划(2016—2030年)》,率先在全国副省级、省会城市,形成了以政府规章形式正式出台了《南京市商业网点规划建设管理办法》,着力构建规模适度、布局合理、业态多元、品质高效、线上线下融合的现代商业网点体系。

加快商业创新转型,强化商旅文融合发展。一方面,传统商业加快转型升级;另一方面,各种新模式、新业态蓬勃兴起。

构建现代物流体系,助力消费城市建设。南京市以城市共同配送和物流标准化为试点,探索建设物流标准化体系,形成了南京市物流标准化联盟,并着力发挥平台作用,有效降低了空车率和客户的物流成本。

发挥地缘区位优势,扩大商圈辐射作用。南京位于江苏省西南部,立足江苏、紧邻安徽,承东启西贯穿南北,是华东地区重要的交通枢纽。依托南京区域商贸中心城市的优势,南京的商圈在苏皖两省区域市场形成了强大的磁场效应,外来消费成为南京消费的重要支撑。

借鉴义乌、南京经验,抓住中国国际进口博览会机遇,推动上海国际消费城市建设

课题组认为,“义乌模式”推进和南京消费城市建设,都是当地政府积极加强市场引导,创新制度供给,优化营商环境,推动当地商贸流通领域转型升级和创新发展的结果。对于上海在新形势下抓住进口博览会机遇,推动国际消费城市建设,具有重要的启示。

进一步提升开放水平,发展开放型经济体系。应积极抓住“一带一路”倡议和中国国际进口博览会的重要契机,进一步研究深化自贸试验区制度创新和改革系统集成,从推动长三角市场一体化着手,进一步加强对内对外开放,将“引进来”和“走出去”提升到一个更高的层次,提高国际国内两个市场的资源配置能力,打造成为服务“一带一路”建设的桥头堡,提升上海作打造全球城市的国际竞争力和影响力。

进一步加强政策制度供给,促进营商环境优化。要围绕抓住进口博览会机遇,推进国际消费城市建设,在营商环境上不断简化手续,降低成本,形成开放性政策制度优势,打造营商环境高地。一方面,要加强政策突破,针对退税限额、保税展示等属于国家事权的问题,结

合上海举办进口博览会,统一向国家有关部门提出一揽子政策需求,争取国家授权先行先试。另一方面,要加强“放管服”改革,以包容审慎的态度对新模式、新业态、新技术加强制度供给上的创新突破,简化资质条件和办理流程,探索负面清单管理模式,形成开放性、包容性的制度环境。

坚持面向未来创新驱动,积极培育新优势新动力。抓住中国进口博览会契机,推进上海国际消费城市建设,重点是在培育和扩大中高端消费,积极发展新业态新模式,创造新供给,释放新需求方面发力。面向未来商业发展态势,应加快新业态新模式新技术的应用和发展,重点引进和培育商业领域体验型、服务型、智能型业态,推动上海形成新零售新消费的引领地和发源地。

加强市场供给侧变革,实现高质量发展。打响“上海购物”品牌,推进上海国际消费城市建设,重点是要全方位满足多层次消费需求,并用优质的商品和良好的服务体验来吸引消费,倒逼国内工业制造和服务水平提升,以及流通体制机制变革,带动产业转型和结构优化。

上海抓住中国国际进口博览会重大机遇,建设国际消费城市,进一步提升市场开放水平,重点推进几项工作

扩大开放与创新制度供给并举,构建上海国际消费城市建设的新优势

扩大进口商品和服务供给。抓住中国国际进口博览会在上海举办的契机,鼓励钻石珠宝、化妆品、豪华汽车等高端专业交易平台建设,加快集聚国际知名品牌、特色品牌和跨国企业总部,增加国际中高端商品和服务的有效供给。结合上海自贸试验区建设,进一步扩大服务领域开放度,重点引进具有运营经验与特色的外资企业,在文化、娱乐、健康、医疗等领域进行项目投资,带动本地服务消费质量和水平的提升。

进一步提升贸易便利化水平。积极争取退税政策突破,简化境外旅客购物离境退税流程。争取打通电子发票与离境退税管理通道,争取“即买即退”政策试点突破。加快进口许可证审批速度,推进自动进口许可证通关作业无纸化,进一步压缩审批时间。接轨国际规则和国际惯例,引入国际通用的行业规范和管理标准,进一步加强与国际标准的对接和实施。

强化规划引领作用。借鉴南京经验,加强科学规划引领,从全市层面统筹规划各区商业发展,下好全市“一盘棋”。对应《上海市城市总体规划(2017—2035年)》,启动新一轮《上海商业布局规划》调整修编,分层级、分类别建立健全全市商业网点规划布局“一张图”。进一步增强本市商业网点布局规划实施的刚性,从传统空间落地性规划转变为以布局引领、规范控制、措施引导的主动性规划,加强对全市商业设施、商业面积、商业布局规划、业态导向、物流配送网络等的干预和控制。

加强制度创新供给。对消费领域出现的新模式、新业态、新技术探索的负面清单管理模式,以包容审慎的态度、宽松的管制对待新生事物,在确保安全的前提下,积极探索从“前置审批”向“企业告知承诺”的转变,从“管商品”向“强化市场主体责任”的转变,加快推进网上审批,简化资质条件和办理流程,加强体制机制的创新突破,实现“放管服”的有效结合。

优化营商环境。深入开展商品假冒伪劣专项治理,消费者权益保护、知识产权维权、诚信体系建设等专项行动,营造安全放心的购物环境。出台《上海商业服务标准》,加强商业服务人员的职业素养培训,提升商业服务能力和服务水平。引导城市主要商圈街提供移动支付、打包托运、退换货和售后维修等便利化服务等举措,让消费者享受到“上海购物”的温度。

主动对接长三角市场,拓展上海商业发展空间

积极完善联动发展协调机制。强化上海在长三角地区合作交流中的龙头带动作用,重点在规划对接、战略协同、专题合作、市场统一、机制完善等方面的着力推进。

强化中国进口博览会溢出效应。充分发挥中国国际进口博览会“6+365”溢出效应。一方面,积极推进综合类、国别类、专业类、跨境电商类等“进口博览会展销中心”的子项目到义乌、南京、杭州等长三角重点城市落地,借助上海成熟的进口生态,帮助长三角重点城市培育、引进龙头进口企业和进口贸易服务企业,合作建设“6+365”展示交易平台。另一方面,协作组织境外参展商开展“走进上海、走进长三角”投资贸易对接促进活动,协助长三角重点城市对接境外投资贸易资源,支持外资企业来长三角发展,设立分支机构或生产、研发基地。

建立商业联动合作机制。对接中华老字号中国行计划,组织上海中华老字号企业参加长三角重点城市巡展。引导上海大型商业国有企业参与长三角重点项目的开发投资。鼓励上海重点商圈与长三角发展层次水平相应的重点商圈建立合作关系,设立购物节、旅游节分场,在整体营销、品牌推广、会展旅游等方面联动发展。

广州、珠海:广交会与中国航展经验值得借鉴

围绕国家开放战略,坚持政府主导和市场导向的办展模式,打造具有全球影响力和风向标作用的国家级展会

广交会:推动办展体制机制改革,完善场馆建设,是我国目前历史最悠久的国际性展会

推动办展体制机制的完善。1996年开始,广交会深化组展机制改革,不断优化参展主体,优化参展商品,在促进我国出口商品结构调整方面发挥了重要的示范和导向作用。

推动功能完善。第93届广交会首次搭建跨国采购平台,推出“网上广交会”;第101届广交会首设进口展区,增加进口功能;第106届广交会首次设立了国内采购中心,推动出口企业开拓内销市场。

推动招展模式创新。广交会以互联网应用为重点,建立展前、展中、展后全过程的互联网客户关系联系机制,推动招展模式创新。

推动服务配套。从第118届开始,广交会在官方网站推出“品牌橱窗”专栏;大力发展契合企业需求的会议论坛,助力企业拓宽国际视野和启发战略思维;建立广交会产品设计及贸易促进中心,为境内外设计机构和广交会参展企业搭建产品设计服务对接平台。

中国航展:围绕实物展示、贸易洽谈、学术交流、飞行表演,发展为最大型的国际航空航天展览

形成“政企分开,各司其职”的办展模式。政府在此过程中,除了履行自己的政府行政职能外,不提供任何资金的扶持。

不断扩大办展规模。从目前情况来看,预定的室内展位面积已经超过10万平方米,室外展览面积预计将达到40万平方米。

不断创新展示内容。中国航展是全世界军工从业者和“军迷”所关注的焦点之一,为满足参展和观展需求,主办方不断引进最新的航展表演。

不断完善办展的举措。中国航展将会秉承着以人为本、注重细节的理念和原则,在展场服务,包括餐饮、票证、接待、安全等方面实施创新举措,全面提升航展的服务保障水平。

做好展后评估,发挥国家级展会的溢出效应,为举办中国国际进口博览会提供重要借鉴

无论是广交会还是中国航展,都委托专业机构对展会效应进行了评估。经中山大学评估,广交会拉动效应约为1:13.6。中国航展间接效应与直接效应之比为1.65:1,第十一届中国航展为珠海带来总经济效应达到了50.92亿元,GDP占比为2.29%。

广交会:发挥了作为国际贸易晴雨表和外贸企业助推器作用

发挥了主场外交作用。广交会曾被形容为共和国“最大的外事场所”。截至2016年第120届广交会,约有82个国家,116位副总理以上政要先后到访。

集聚了世界各地的采购商。在世界知名的展会中,广交会到会采购商人数最多,国别地区最广。2017年第122届广交会,共有213个国家和地区的191950位采购商与会。

提升了本土企业竞争力。广交会是中国企业的主场,是企业成长的孵化器,使千千万万的中国企业走向国际。除了为广大家企业提供平台外,广交会还重点扶持自主品牌,“中国制造”和“中国智造”,以及扶持贫困地区和企业走向国际化的平台。

带动了区域经济发展。广交会对广州经济的拉动作用是巨大的,经中山大学评估,拉动系数约为1:13.6,“1”可以理解为广交会的收入,“13.6”则为广州当地的经济。

传播了中国文化。传播了广交会作为“友谊的纽带”、“贸易的桥梁”的作用。广交会自101届开始更名为“中国进出口商品交易会”,确定了以盛开的“宝相花”和“顺风轮”为创意原型的广交会新标识,采用“中国红”标准色,体现了光明、喜庆、祥和和尊贵,有效传播了中国传统文化。

中国航展:发挥了中外军事交流合作的平台和航空产业孵化基地作用

通过二十多年的发展,中国航展已经成长为展示我国综合国防实力和军民融合成果的主窗口,是中外军事交流合作的大平台;同时,航展也承担着一定的社会功能,即作为普及航空航天知识和进行爱国教育的课堂,并且对珠海当地经济的拉动作用显著。

形成了直接、间接的经济拉动作用。通过问卷数据计算,第11届中国航展共为珠海市带来了直接经济效应19.22亿元,间接经济效应31.71亿元。

推动了航空产业发展。中国航展带来的经济效应不仅限于航展期间短短的6天时间,而是更多地体现在除这6天时间之外,对当地产业的经济拉动作用。第11届航展期间,共有18个项目获得签约,这些对珠海当地的航空产业园带来了明显的拉动作用。

推广了珠海城市形象。中国航展的举办,推动珠海市成为名副其实的“珠江口西岸核心城市”,极大地促进了城市未来的发展。

抓住中国国际进口博览会重大机遇,推动上海国际贸易中心建设几项重点工作的建议

形成系统的办展机制

借鉴广交会和中国航展的办展经验,形成城市会展模式,聚焦便利化、高效化,为中博会量身定制的展品便利化措施,复制推广形成一揽子展览监管模式。加强规范化、标准化建设,制定旅游、餐饮、住宿、志愿者服务等相关标准。落实精细化、长效化要求,推进道路建设、环境整治、交通运行、安全保卫等城市保障。深化和完善组展机制,形成有效的招展和招商效果。建立布展和撤展机制,做到有序、可控、顺畅、安全,尤其是与国家会展中心周边的交通、城管等做好衔接。制定现场服务机制,建立中博会现场的服务点,提高信息的沟通效率。建立危机预案机制,应对自然、经济等不可预测事件的发生,保证全体与会客商的安全,以及进口博览会的长效运行。

建立专业的配套服务体系

建立有效的通关服务。推动口岸集疏功能进一步增强,加快建设在全球贸易投资网络中具有枢纽作用的国际贸易中心。提升促进进口贸易的服务能力,建设“6天+365天”一站式交易服务平台,打造集商品展示交易、线上线下、文化创意、消费体验、会展服务为一体的保税进口商品展示平台,完善保税仓储、贸易物流、检测认证、展示销售、商务咨询、供应链金融等专业配套服务,为展商进入中国市场提供全方位、多模式、多渠道服务。提供面向国内外城市的销售服务。深化外高桥建设进口贸易促进创新示范区、虹桥进口商品交易中心等建设,打造联动长三角、服务全国、辐射亚太的进口商品集散地。建立知识产权保护窗口。设立知识产权保护投诉机构,提供相关法律咨询与调处服务,保护各国参展商和相关知识产权权利人的合法权益,为境外参展商在中国获得知识产权保护提供指引。

发挥会展长效的溢出效应

发挥主场外交效应。全力办好中博会,加强同世界各国和国际组织的合作,努力把中博会打造成为世界各国展示国家形象、开展国际贸易的开放型合作平台,成为推进“一带一路”建设、推动经济全球化的国际公共产品,成为践行新发展理念、推动新一轮高水平对外开放的标志性工程。中博会举办期间,上海不仅需要为来参展的国内外城市做好保障工作,利用进口博览会外交窗口作用,积极推动国内外城市之间的合作,形成上海与全球城市之间的合作网络。

发挥投资规模和结构升级效应。推动货物市场开放,将推动国内消费的升级需求。发挥先进技术的溢出效应,扩大资源类产品的进口。推动服务市场开放,中博会是综合货物和服务的展览平台,以此为契机,力促一批服务企业扩大开放措施取得突破。推动金融市场开放,中博会的举办,将推动贸易主体、贸易方式、贸易内容的不断创新,需要改变我国现有外汇管理方式,加快外汇结算的便利化。推动贸易监管服务水平提升,上海积极配合中博会筹办工作,联合海关、检验检疫局等相关单位,提出可操作性的展品通关便利化政策。强化大通关协作机制,探索建立长三角和长江经济带国际贸易“单一窗口”的途径和方式。

发挥消费创新升级效应。结合全力打响“上海购物”品牌,云集更多全球有优势、有特色、有竞争力的商品和服务,力争社会消费品零售总额、服务消费总额实现较快增长,加快建设具有全球影响力的国际消费城市,让全国乃至世界各地的人们“要购物,到上海”。鼓励上海商业企业获取国际高端消费领域买断经营权权和总经销、总代理权,扩大在新品牌导入中的话语权和国内经营渠道优势,实现上海进口商品从品牌集聚优势向品类优势、价格优势、首发优势的转化。

发挥投资规模和结构升级效应。把中博会作为招商引资的重要窗口,借助进口博览会主宾国主题日、主题周、主题月等系列活动,市区联动开展投资贸易对接促进活动。创造更有吸引力的投资环境,加快落实开放型经济新体制“33条”、外资研发中心“16条”等政策,强化产权保护,完善外商投资企业权益保护机制。

发挥文化推广效应。聚焦世界共同文化、中华优秀传统文化、上海本土文化,在博览会期间推出一批精品力作和“拳头”文创产品,形成规模优势和标识性品牌。把中博会作为宣传“精彩上海、品质之旅”的重大契机,提升上海旅游知名度,用好上海文化资源,集中展示上海城市精神,努力彰显海派文化魅力,显著提升上海文化的标识度,增强上海文化国际影响力。

发挥长三角区域合作效应。借力中博会加快长三角区域经济一体化进程,使得长三角地区成为更大范围吸引外商直接投资,更高质量引进外国先进技术、产品和服务,承接发达国家高新技术产业和高端服务业的国际转移城市群,将整个长三角融入世界贸易投资体系,更好地带动长江流域发展,服务好国家战略,更好地代表国家参与全球合作。