

创造新奇迹 展现新气象 深刻领会总书记重要讲话精神 深入贯彻十九届五中全会精神

贯彻落实十一届市委十次全会精神

见证中国对外开放的决心,也成为大市场的受益者

外资企业与“上海机遇”并肩同行

四十年前独领风气之先

1979年的中国,改革开放之初,对于海外投资者来说,神秘而又充满未知性。但一批具有长远目光的企业家却预料到,中国在未来成为非常重要的市场。瑞士迅达公司的创始人 Schindler 先生就是其中之一。

1980年,经过半年多磋商,迅达电梯与中方股东一起成立了中国工业领域第一家中外合资经营企业——迅达中国。从此,中国电梯行业掀起了引进外资的热潮,迅达电梯及其附属北京电梯厂、上海电梯厂在合资经营道路上所进行的有益探索,也为以后众多的中外合作企业提供了经验。

谈起这段历史,迅达(中国)现任首席执行官施达毓满是感慨:“从1980年开始,中国就成了迅达的‘第二家园’,我们不断将先进的电梯技术带到中国,包括迅达首创的 Miconic 10 目的楼层控制系统、无机房电梯专利技术以及随后问世的现代 PORT 技术等。这些世界领先的创新技术,均在第一时间通过迅达进入中国市场。”

除了提升中国的技术水平、人才素质和制造能力,外资企业也给国内消费者带来了更时髦、更美好的消费品。1981年,十多款资生堂的进口护肤品和彩妆第一次进入北京友谊商店。尽管零售价格高达100多元,但还是引起了国人极大的兴趣,这让资生堂意识到,也许机遇就在这里。

从中日合作起步,指导中方建厂生产,到独立投资建厂,为中国市场创立全新品牌,资生堂一步步将美丽带到中国。2004年初,资生堂中国第一任总裁斋藤总代表从时任上海市市长韩正手里接过了上海第一批

1979年,我国颁布《中外合资经营法》。第二年,迅达公司从风景秀丽的瑞士卢塞恩来到中国,成立中国第一家工业性合资企业。今年,它在上海迎来了入华40周年的庆典,将这里视为“第二家园”。

40年来,中国持续改革开放,融入世界,已经成为全球最具发展机遇的市场之一,而上海始终是改革开放的桥头堡。在外资企业掌门人的眼中,这座城市长期领开放风气之先,企业的发展之路始终离不开“上海机遇”。

新一轮开放已经打响发令枪,走开放路、打创新牌,让上海这座城市始终成为投资兴业的热土。

跨国公司地区总部的认证书,开启了在沪发展的新篇章。

中国市场成为增长引擎

见证了中国对外开放的决心,也成为了大市场的受益者,这些扎根上海、深耕中国的外资企业,如今无一例外地说,中国市场是其全球业务的增长引擎,“在中国、为中国”也成为他们的共识。

你知道吗?上海在用电梯达到了26万台,是全球电梯最多的城市,而且“冠军”地位已占据了十多年。为了与大市场相匹配,迅达中国在上海的投资也是大手笔、高能级。2016年,迅达在上海嘉定建成了全球最大的生产基地,而这里的研发中心则负责迅达全球的核心产品管理,这是迅达集团历史上最大的投资项目,见证了迅达立足长远的意愿。

而在资生堂中国的大事记中,2011年是一个值得记住的年份。这一年,资生堂上海工厂的产量破亿,成为集团海外生产基地中的最

大工厂。资生堂中国也成为集团全球六大地区总部之一,自2017年起,中国已经成为资生堂海外第一大市场,2020年前三季度在华销售额达1550亿日元,占集团整体的23.7%。

资生堂中国区总裁藤原亮太郎说,资生堂在中国的成长进步离不开上海浦东这片沃土,我们在享受“制度型开放”的红利之际,持续刷新在中国市场的业绩表现,也更加坚定了我们深耕中国市场的决心。

2020年,新冠肺炎疫情突如其来,但中国经济和产业链的韧劲,在疫情下作用尤为明显,中国市场的销售业绩撑起了不少外资企业全球市场的“半边天”。在第三届进博会上,参展商们也纷纷用重磅新品“加码”展会,中国市场、上海机遇被视作助力其走出疫情阴霾的加速器。

做更加“中国”的跨国公司

随着中国本土企业的强势崛起和本土人才的成长,外企不再是“神话”,但在中国

经济高质量发展的新阶段,外资企业仍将继续发挥重要作用。

外资企业正在通过新一轮的本土化,在中国这一独特而重要的市场完成更好的“内嵌”,从全产业链拓展、管理团队更迭、研发中心转移乃至决策机制的变化,系统性的本土化已然启动。在进入中国市场40年后,外资企业也正在汲取中国基因,重塑面貌。

目前,落户上海的外资研发中心有479家,包括生物医药、集成电路、智能制造等多个战略性新兴产业。从本土化生产到本土化研发,再到决策能力的倾斜,外资企业已经尝到了甜头。今年3月,资生堂入驻上海奉贤东方美谷,突发的疫情也没有减缓双方的合作步伐,这将是资生堂在中国的第三个研发机构。“我们希望借助东方美谷进一步深化在中国的本土化运营和创新研发,不断为中国消费者提供高品质产品,推动‘美好消费’。”

而在外资企业的中高层中,不仅有越来越多的“中国通”,也出现更多的本土面孔。新生代管理层中的本土雇员既有跨文化的交流能力,也更了解中国市场,越来越多的人成为手中业务的决策者。

坐在北外滩的办公室里,俯瞰浦江对岸的城市风光,圣戈班亚太区掌门人孟昊文活跃于中法商界,今年9月刚刚获得“白玉兰荣誉奖”这一殊荣。“10年前我第一次来到中国上海,时至今日,对上海的爱始终没有改变。”他说,上海是一座魅力之城,为我们创建了卓越的商业环境和优越的生活条件,值得我们为之奋斗、为之奉献。

本报记者 张钰芸

申城新增文旅新地标

全球最高酒店 上海J今内部试营业

全球一定要体验的酒店清单又多了一个新成员。今天上午,世界上最高的酒店——最高楼层高度556米的上海中心J酒店启动内部试营业,将成为上海文旅新地标。

水晶石库门开启新高度

步入酒店大堂,一片J形铜质羽毛映入眼帘,飘然若动,轻盈优雅,是J酒店的象征。“J”的品牌标识,寓意汉字杰出的“杰”,“JJ”也是“锦江”的拼音首字母。品牌图案源自盛放的上海市花白玉兰花瓣,诠释了她源自于上海,并将在发展中走向世界。

上海中心J酒店在象征中国改革开放窗口的浦东陆家嘴中心地区,打造一座能够展现世界设计潮流、当代艺术美学与中国传统文化相结合的高端酒店。锦江国际集团党委书记、董事长俞敏亮表示,上海中心J酒店是落实打响上海“四大品牌”的一个标志性项目,是上海的一张新名片;更是向全球、全国客人展示上海改革开放辉煌成果的最新视角,展示上海建设世界著名旅游城市独特魅力的最新平台。

在J形铜质羽毛背后是一扇水晶石库门,开启新高度。红色水晶雕刻门头,8米高的

水晶门柱,左侧6根水晶罗马柱,在灯光变幻中,熠熠生辉。

乘坐高速电梯,不到一分钟,你便可直达世界最高的101层酒店大堂,经过超高层特有的龙卷风速体验,一场视觉和艺术的云端之旅,就此开始。

多元艺术在这里融汇

空中大堂、云端客房……上海中心J酒店位于上海中心大厦86层至98层,有165间客房,带领入住者全方位欣赏浦江两岸的多彩景观。不同于普通星级酒店行政楼层客人才能享受贴身管家服务,J酒店为所有客人配备优质的私人管家服务。

J酒店还邀请国内外艺术家量身定制了各种风格的艺术作品,漫步其间,仿佛置身于精心筹备的云端艺术展。

三个错落排列的立体水晶接待台侧面,是由法国艺术家Pauline用金属丝手工精心编制的芭蕾舞,优雅动人的舞姿,在蓝天白云



从位于上海中心一百二十层的J酒店餐厅可以俯瞰陆家嘴和外滩全景

本报记者 陈梦泽 摄

的映衬下,仿佛云中仙女,迎接着人们的到来。

大堂吧和上海101餐厅区域,是由意大利著名艺术家Tresoldi用金银相间的金属丝编制的罗马建筑穹顶,置身其中,仿佛云中海市蜃楼。

走出103层中餐厅的电梯,映入眼帘的是中国传统文化色彩的代表色“中国红”,用红色琉璃烧制的中国传统工艺漆器墙面,红色琉璃的中式门楼,引领人们进入前厅;在走廊的尽头,一条用琉璃雕刻而成、晶莹剔透的祥龙盘旋

着从天而降,龙头之处,一潭水柱托起水晶珠,徐徐升起。餐厅内,大理石镶嵌的祥龙地面,呈现着中国文化的精髓。

世界最高酒店的最高层便是120层的天之锦餐厅。首先映入眼帘的是一幅长达30米,用几十种不同材质的意大利马赛克镶嵌的壁画,呈现出古代丝绸之路的繁荣景象,述说着国强民富的时代企盼。时光流转,透过落地玻璃窗,摩天大楼鳞次栉比,万家灯火若隐若现。

本报记者 杨玉红