

这一天,中国使联合国面貌一新

吴健



新民眼

对中国人而言,10月25日有双重意涵:1950年这一天,面对盗用联合国名义、把战火烧到家门口的侵略者,年轻的新中国派出志愿军,打响“抗美援朝,保家卫国”第一枪,震动了全世界;1971年的同一天,23国推动第二十六届联合国大会通过“恢复中华人民共和国在联合国一切合法权利和立即把国民党集团的代表从联合国一切机构中驱逐出去”的2758号决议,纠正了被超级大国坚持了22年的历史错误,世界再一次被震撼。

对这两件大事,习近平主席都给予深刻的评价。谈及抗美援朝胜利,习主席指出:“这一战,让全世界对中国刮目相看,充分展示了中国人民维护世界和平的坚定决心!”而关于中国恢复联合国合法席位,习主席表示:“中国始终是世

界和平的建设者、全球发展的贡献者、国际秩序的维护者、公共产品的提供者,将继续以中国的新发展为世界提供新机遇。”

众所周知,《联合国宪章》将维护国际和平及安全作为宗旨,体现人类反对战争,呼唤和平的追求。但1945年联合国成立后的头十年间,联合国变成超级大国推行“意识形态外交”和“世界冷战、局部热战”的竞技场,联合国决议大多由其直接提出并策动通过,成为局部战争(或冲突)此起彼伏的重要因素。我曾听过志愿军英雄韩德彩的讲座,当年他击落美国双料王牌飞行员费席尔后,人家问这个才飞了不到100小时的“19岁小毛孩”:“你打下我,能拿多少(战争)佣金?”韩德彩伸出五个手指:“五万万。”费席尔惊讶道:“五亿美金?”韩德彩回答:“五万万颗中国人民的心!五万万颗热爱和平的中国人民的心!”

新中国从一穷二白起步,毛泽

东曾形容“我们还有90%左右的经济生活停留在古代”,人民要幸福,民族要复兴,就需要和平安宁的外部环境,要与各国共建摒弃“丛林法则”的公正国际关系。这一初心,在恢复新中国在联合国合法权利的斗争中体现得淋漓尽致。1949年新中国成立,依照国际惯例和国际法准则,理应取代国民党所窃据的中国在联合国的合法席位,但西方超级大国百般阻挠,还竭力污蔑新中国“好战”,恐吓那些想与新中国建交的国家。但历史潮流不可阻挡,新中国不断发展壮大,率先提出并奉行和平共处五项原则,在国际上获得崇高威望,同时,随着民族解放运动胜利,大批亚非拉国家入联,打破了大国的垄断。1971年10月25日,2758号决议以压倒多数通过,投票成票的不仅有广大发展中国家,也包括13个西方国家,从那一天开始,联合国有了占世界人口四分之一的中国人民的真正代表,使

联合国安理会常任理事国中首次有了发展中国家的声音,有了始终不渝维护《联合国宪章》宗旨和原则的国家,面貌焕然一新。不夸张地说,这是联合国历史上的分水岭,是世界多极化萌芽的肇始时刻之一。

中国恢复合法席位,推动了联合国在国际事务中发挥更加积极的作用,联合国迄今通过的具有重要影响、能代表大多数中小国家意见的决议、法案几乎都诞生在70年代以后,中国所起作用不可低估。尽管联合国仍非十全十美,但它不再是超级大国玩物,反而常常成为谴责霸权主义和强权政治的阵地。对中国来说,恢复联合国席位意义也很重大,是中国打破外部封锁、打开外交局面的有利契机,中美发表《上海公报》,中日建交就在2758号决议通过后的第二年。同样重要的是,2758号决议奠定了反台独、反分裂的法律依据,对那些想利用台湾问题作文章的国家形成有力制约。

当今世界正经历百年未有之大变局,和平、发展、合作、共赢仍是时代潮流,力量不断壮大的中国始终站在历史正确一边,始终以实际行动践行联合国宪章宗旨和原则。2020年,中国完成消除绝对贫困的任务,提前10年实现联合国2030年可持续发展议程减贫目标,对全球减贫贡献率超过70%;中国累计参与近30项联合国维和行动,累计派出维和人员5万余人次,是安理会常任理事国中派出维和人员最多的国家;面对新冠肺炎疫情,中国承诺今年全年努力实现对外提供20亿剂疫苗……

大道不孤,天下一家。在中华人民共和国恢复联合国合法席位50周年之际,中国坚持多边主义、维护世界和平、促进共同发展的初心未改,坚定支持联合国在国际事务中发挥更大作用,让和平的薪火代代相传,让发展的动力源源不断,让文明的光芒熠熠生辉!

第四届进博会开幕倒计时10天,参展展商纷纷晒出3年“成绩单” 香蕉养成“明星” 新品只待今秋

深入“把脉”中国市场

对于跨国企业来说,要将一个全新品牌打入市场,无疑是一项庞大工程。但在进博会上,曾经以“年”为单位的品牌成长期,变成了以“天”计数的“快车道”,新产品、新技术、新服务仿佛插上了“翅膀”,飞进了中国消费者的家中。

作为进博会的“四朝元老”,联合利华就借助前三届展会的“测试”,加速引进了近十个品牌到中国市场,为中国消费者带来了更多选择。去年8月,参加了前两届进博会的蓝多霸(Domestos)正式在中国上市,疫情影响之下,这款洁厕消杀产品的市场反响非常好。这让联合利华洞察到了商机,立即决定开发“中国定制”。目前,蓝多霸不仅实现了在中国生产,还在中国研发,为中国市场专门推出了蓝多霸洁厕泡泡和卫生湿巾,并在第三届进博会上亮相。

同样是借助进博会强大的溢出和循环效应,在第三届进博会上亮相的雪花秀品牌人参系列新品“时光双瓶”在会后成了线上卖断货的“爆款”,带动雪花秀在去年“双十一”预售10分钟即销售额破亿,13个小时就超过前一年“双十一”全天的销量。

看到旗下雪花秀的优秀表现,爱茉莉太平洋公司再靠前一步,更深入地“把脉”中国市场。公司中国区总裁高洋钦告诉记者,首次在海外市场展示的兰芝个性化香氛唇膜深受新消费群体的喜爱,为了更精准地吸引到中国消费者,爱茉莉太平洋与天猫新品创新中心合作,孵化出了与消费者共创的衍生新品。这款兰芝新品唇膜在去年的“双十一”一经上线,预售首日即登上子类TOP1。

有坚守四年的“老朋友”,也有重返“四叶草”的“回头客”。2018年,佛吉亚参展首届进博会,这是佛吉亚中国区总裁唐德福履新后参加的第一个大型对外活动。睽违两届之后,佛吉亚被进博会的“专业”所吸引,带

今天,距离第四届进博会开幕还有10天,各项筹备工作已经进入最后冲刺阶段。

蓄势待发,共襄盛会,进入第四年的进博会对海外企业的吸引力与日俱增。第四届进博会展览面积超过36万平方米,签约参展企业数量和国别(地区)数量均超过去年,世界500强和行业龙头企业回头率超过80%……全球企业即将站上进博会的舞台,再赴“东方之约”。



国家会展中心(上海)南广场鲜花盛开静待各方来宾 本报记者 陈梦泽 摄

着新业务再次参展,这背后是他们的深思,“如今的进博会不仅是进口商品展示平台,而且越来越专业,为汽车行业创造深入交流机会。”唐德福告诉记者,进博会已经成为中国乃至全球非常重要的经济盛会,今年还精准定位汽车行业趋势,打造“智慧出行及新能源”专业委员会,面对与企业发展理念如此契合的平台与机会,佛吉亚决定再次参展,构建起与相关部门和行业的对话桥梁,加速汽车产业的创新发展。

收获高质高速增长

历经疫情冲击之后,全球经济艰难复苏,中国仍是世界经济复苏发展的重要引擎。参展进博会的世界500强及行业龙头发现,参展进博会的三年多来,他们在中国市场收获了高质高速增长。

从最初的198平方米,到今年超过800平方米的展台,进博会“一届都没落下”的德国卡赫持续扩大参展面积。卡赫中国区总裁唐晓东表示,进博会对于卡赫来说至关重

要,是卡赫在华发展和对外展示最重要的平台。2020年,卡赫的中国市场业务同比实现了40%的增长。卡赫中国集团逆势突破了人民币30亿元的销售规模,出口和国内市场双双创下历史新高。

一根香蕉的潜力有多大?从2017年到2020年,都乐超甜蕉在中国市场的销量增长了126%,成为家喻户晓的“明星蕉”。在参加进博会之前,都乐在商超、批发商等专业伙伴中很有知名度,但对于普通消费者来说,却没有那么熟悉。连续参展四届进博会,让都乐旗下的超甜蕉、金菠萝、巴西甜瓜、菲律宾牛油果都成为网红产品,并在去年顺利与上海迪士尼度假村达成战略合作,成为其官方水果合作伙伴,可谓“名利双收”。

携新品四登进博舞台,肖特集团自称是进博会的“优等生”,它晒出的“成绩单”也是硕果累累。参加进博会以来,肖特在中国连续三年业绩保持双位数增长。2018/2019财年肖特在华销售额提升11%,总

额超过20亿人民币。2019/2020财年,肖特克服全球疫情带来的挑战,在中国的销售额达到人民币22.16亿元,同比增长10.1%。目前2020/2021财年在此基础上继续提升,全球投资增至约3.5亿欧元,连续两个财年制定了历史最高的投资计划。在达成多项新品合作之外,肖特集团还如约完成了两个重要投资项目。其中,位于浙江缙云的肖特药用玻管工厂今年盛夏开业后,仅两个月便实现了产能翻倍,足够为抗击新冠疫情提供年产量2万吨的疫苗用中性硼硅玻管。记者了解到,该工厂投资6000万欧元,是肖特在中国最大的一笔投资。此次投资更是肖特首次将核心的玻璃熔炼技术带出德国,在中国国内实现了新冠疫苗用玻管的本土化制造。

上海贝印贸易有限公司总经理渡边博明则告诉记者,自2019年开始参加进博会,公司在中国的销量每年都在以25%的速度增长,远超以往。如果剔除疫情的影响因素,增速很可能更明显。

全球新品联袂赴会

进博会已经成为全球新品争奇斗艳的“试验田”和“竞技场”,距离展会开幕还有10天,一大批中国、亚洲乃至全球首发首秀首展的新品正“锁定”金秋,“赶赴”第四届进博会。

雅培新一代具有蓝牙连接功能的植入式心律复律除颤器和植入式心脏再同步复律除颤器将中国首发;立博迪(LiberDi)便携式腹透仪实现了随时随地腹透治疗和远程数字化疾病管理,该产品为全球首创、中国首发;西门子医疗将全球首发仅需15秒即可完成全身扫描成像的PET/CT产品Biograph Vision Quadra;沃尔沃建筑设备的自动化Zeux装载机概念机实体将于会期全球首次亮相;喜德瑞将带来全球首台零碳排放氢动力锅炉;博西家电将全球首秀其搭载创新等离子技术的博世除菌净味仪……

“我们非常自豪,智·臻座舱是百分之一百由中国本土团队在中国研发打造的产品,希望能在第四届进博会上展现我们对消费者洞察的洞见。”佛吉亚中国区总裁唐德福说,在进入智·臻座舱的一刻起,定制化的舱内迎宾模式随即开启,前排有贯穿式3联屏和后排专属嵌入式显示屏,对后排乘客则提供了一键式零重力休息模式;舱内整合了车载摄像头与毫米波雷达,系统性地为车辆驾驶员和乘客提供实时监测。

为了展示更多的新技术与展品,意柯那今年将展台拓展一倍,达到300平方米。现场将展示无线充电技术,无人驾驶饮料贩售车、具有病毒消杀功能的接待机器人等“黑科技”将亮相。

全球新品选择在进博会首发,正是看中它“加乘”的曝光效应和“加速”的助推效应。“进博会是新产品、新技术进入中国市场的试金石和首发站。”爱茉莉太平洋中国市场部总经理高辛说。米其林、欧莱雅、资生堂、恒天然、ABB……第四届进博会还没开幕,已有几十家全球知名企业提前“锁定”第五届进博会,签下“未来之约”。一张张新订单,一个个新客户,全球客商通过进博会拥抱中国大市场,共享发展新机遇。本报记者 张钰莹