



第二届进博会俄罗斯国家馆内展示了中俄两国正在合作或是具有合作前景的领域，如航空和船舶制造。摄影 / 沈琳

的威力。”《日本经济新闻》记者松田直树如是说。

尽管当前中国经济增速放缓，但对许多国内市场饱和的美国公司来说，中国是未来实现增长的地方，从奢侈品到廉价商品，中国人对美国产品的胃口丝毫没有减弱。同样是8月，美国开市客在华首家门店落户上海，开业当天就被挤爆，顾客争抢打折商品，并等待数小时去付款，以至于这家门店不得不暂停营业。美国海鲜连锁企业红龙虾目前在中国只有两个点，但它觉得自己的未来也在中国，公司首席执行官金·洛普德鲁普说：“中国注定要成为我们最大的海外市场，而且将遥遥领先于其他市场。”具有指标意义的是，就在进博会举行两个月前，上海美国商会发布一份声明，语气最重的一句话是：“我们没有看到美国公司离开中国。”

让别人赚到钱，难道意味着自己荷包吃亏？不，是带动更大的创新和市场机遇，正如英国《经济学人》周刊所见，得益于国内国际市场联动与开放，中国向着更高端的供应链跨越式发展，消费者从中得到真正的实惠。《经济学人》的证据是电子商务公司阿里巴巴持股的连锁超市——盒马鲜生，它看起来像传统超市，可本质是全球采购并追求“实时新鲜送达”的创新企业，比如它供应的美国缅因州龙虾之多令人印象深刻。正是在进博会“溢出效应”带动下，盒马获得广阔的全球生鲜食品货源，而随之产生的精准快速物流需求，推动了不竭的技术创新，“许多购物者离开时没拿现金，而是信用卡或移动支付，

一袋袋杂货物品在头顶上的传送带上嗖嗖移动。盒马投资了将线上和线下购物结合的技术，购物者可用人脸识别技术进行支付（年轻人喜欢这个）。这些飞来飞去的杂货物品流向蓄势待发的快递员，他们保证在30分钟内把在线下单的物品免费递送给3公里内的用户”。

事实上，在“买世界”与“卖全球”的大循环里，中国站到技术创新和商务升级的前沿。阿里巴巴的物流平台——菜鸟正投资1000亿元人民币升级物流系统，确保中国国内次日送达和全球范围三天送达，菜鸟首席技术官王文彬表示：“我们的仓库系统是世界上使用最多的。”早在2018年11月11日的购物狂欢节上，戴着虚拟现实眼镜的购物者只要轻轻动一下头部，就能在阿里巴巴的淘宝上完成购物，而那次菜鸟公司在2.6天内递送了（10亿个订单的）首批1亿件包裹，快于2017年的2.8天，令西方同行瞠目结舌。

目睹中国的成功，阿泽维多向德国《商报》记者坦言，别把自由贸易与贸易赤字乃至工作岗位流失对立起来，“贸易赤字可能是结构性的，也可能归因暂时因素。一些国家在商品交换中出现赤字，但在服务交换中却出现顺差，实际情况远比一张贸易结算表要复杂”。他拿自己的母国巴西为例，“几年前，巴西自豪于贸易顺差，但那是进口大幅下降造成的，那不是好的趋势，因为进口下降往往意味着经济困难，实际上，巴西经济增长不久便大幅下降。对一个经济体来说，顺差并不总是好消息”。