



日本家电制造商松下公司为中国老年人推出居家养老解决方案。

和日本国内市场差不多大。去年，李克强总理访日期间，参观了丰田汽车北海道工厂，提振了日本车企对华贸易的信心。特别是李克强重点了解了氢燃料电池车的情况后。”在第二届进博会上，日本车企进一步彰显了他们在氢能源汽车领域的重视程度。丰田将氢燃料电池的卡车、拖车、叉车等一股脑儿摆上了展台，就是明证。

无疑，对于日本企业来说，国土面积比日本大得多、人口数量比日本大得多的中国，是一个不容放弃的大市场。而进博会将是一个大“桥梁”。在贸易领域与中国有许多感同身受的日本，当然能感觉到进博会的好，且感觉第二届进博会比第一届有更多触摸得到的干货，同时也期待未来的进博会时光。

更好的服务值得期待

在罗和庆看来，现在日本投资中国，比之上世纪八九十年代，

有几处不同。一方面，日本投资中国，两国在经贸领域的关系更为平等；另一方面，在投资额上没有像八九十年代那样占国民收入比份额之高，但投资内容更高级化。譬如两国之间创新型企业交流合作将是一个新的增长点。

比较两届进博会，也参考了近些年中国公民赴日旅游情况后，伊藤智认为，目前中国游客对日本的旅游产品的需求，更为细化了。“以前更多的是跟团游，现在自己来日本旅游的人多了起来。”伊藤智说，“东京、福冈、大阪、京都，各有什么特色，吸引哪些人前往，都会有明确的目标。甚至我觉得旅游资源算不上丰富的埼玉县，都会将自己的特色展示出来。也就是说，在旅游产品的开发上，日本的地方政府、企业也需要创新。在推介上来说，中国消费者在来日旅游之前，对日本各地具体的旅游特色，就能有更明确与细化的了解。”最近去过日本旅游的朋友印证了伊藤智的观点。譬如滋贺县甲贺市的美秀美术馆，近年就多有中国人前去。而这里，原本被认为是少有日本以外游人前往之地。