

年份的更替，在企业里感知明显。那是投资者对市场的预期，是公司的业务决策，是新的一年经营目标……不少跨国公司的全球报表中，中国一直是难以忽视的存在。而在中国，2023年1—11月，新设立外商投资企业48078家，同比增长达36.2%，吸引外资规模也处于历史高位。2024年，外资企业对中国市场怎么看？有哪些新愿景、新期待？本报记者采访了多位跨国公司高管，一起来听他们的心声。

强生全球资深副总裁、中国区主席宋为群：

“对在中国投资创新充满期待”

本报记者 李婕

截至2023年12月，强生创新制药业务的33个产品中，已有30个被纳入中国国家医保目录；强生医疗科技业务旗下全资子公司广州倍绣生物技术有限公司“升级扩产项目”正扎实推进，投资1.5亿元，项目投产后整体产能预计将提升140%……

过去一年，强生公司在中国的业务又有许多新进展。

“在强生的全球业务版图中，中国是发展最快的市场之一。”强生全球资深副总裁、中国区主席宋为群说，扎根中国近40年，强生旗下的医疗科技、创新制药两大业务获得长足发展，每年服务超10万家医疗卫生机构，为1亿人次提供医疗产品和解决方案。

持续发展的动力在哪儿？宋为群感受最深的是两方面：政策和市场。

“中国坚定不移扩大高水平对外开放，持续优化营商环境，给世界经济发展增加一抹亮色，也为外资企业在华发展提供了强大动力。”宋为群说。同时，他观察到中国百姓对高质量医疗服务的需求不断增长，中国政府推动健康中国建设的行动力度不断加大，这也坚定了强生深耕中国市场的信心。

泰国天丝集团首席执行官许馨雄：

“比以往更有信心拓展在华业务”

本报记者 徐佩玉

提起泰国，有人会说一句“萨瓦迪卡”（你好），有人则会想到红牛饮料。

2023年12月，总投资额20亿元的天丝集团红牛饮料（四川）生产基地项目正式投产，为红牛在中国的发展打开新空间。

红牛品牌进入中国市场已有30年。1993年，天丝集团创始人许书标在海南成立了第一家中国红牛工厂。“30年间，中国市场发生了翻天覆地的变化，我有幸能够跟随中国开放发展的机遇和脉搏，带领天丝集团不断深耕中国市场，加大在华投资，拓展在华业务。”泰国天丝集团首席执行官许馨雄说。

2022年3月至今，天丝集团先后在四川内江、广西南宁设立了生产基地，累计在华投资达33亿元。

“中国一直是我们最重要的海外投资市场。我们选择中国市场，是因为看到了中国市场的巨大潜力和广阔前景，感受到了中国市场的澎湃活力和无限机遇。”许馨雄说，一系列对外开放领域的利好政策接连落地，中

对强生来说，中国不仅发展速度最快，也是“全新的创新战略市场”。

据介绍，中国是强生公司在美国以外唯一在各大业务都设立了研发中心或研发部门的市场。同时，强生积极与各类本土创新领军企业合作，在手术机器人、AI诊疗、CAR-T细胞疗法等方面持续突破。

为了加速创新落地，强生在上海、苏州、西安、广州、杭州等地建设投产了大型高端供应链生产基地或研发中心。例如，强生医疗科技苏州产业园融合多品牌研发、制造、共享服务、技术创新等业务于一体，是强生全球唯一拥有先进外科、骨科和心电生理产品生产能力的供应链基地。

2023年11月，强生宣布旗下医疗科技业务的MONARCH®经人体自然腔道诊疗机器人在中国境内获批上市，成为中国在美国以外首个获得监管机构批准的市场。

新的一年，强生在中国的创新、“智造”仍将步履不停。“我们对在中国投资创新、共同发展的广阔前景充满期待，将加速把全球创新落地中国，让更多中国百姓用上创新的医疗健康解决方案。”宋为群说。

泰投资贸易合作空间进一步扩大，天丝集团比以往更有信心持续深耕和拓展在华业务，为中国消费者带来更多高质量的产品。

“中国能量饮料行业处于快速发展期，市场规模增长迅速且潜力巨大。”许馨雄表示，近年来中国消费者对高品质、多元化产品的需求加大，能量饮料产业正在经历持续创新和快速迭代，这将为天丝集团和其他跨国企业提供更多机会。

天丝集团2022年面向中国消费者首发“0糖果味红牛”新品，2023年又发布了全新的瓶装红牛能量饮料。未来，天丝集团将持续深化和拓展中国市场，将集团旗下的更多优质产品带给中国消费者。

“天丝集团一直都看好中国经济的强劲韧性。”许馨雄注意到，2023年，中国经济持续恢复向好。他表示，天丝集团将紧跟中国市场的发展趋势，与中国经济发展的新机遇共同成长，落实好在华长期投资计划，在促进当地就业、提升市场活力等方面作出应有的贡献。

爱普生（中国）有限公司董事长兼总裁深石明宏：

“希望在中国收获更多机遇”

本报记者 廖睿灵

2023年，爱普生在华交出了一张亮眼成绩单，爱普生墨仓式打印机连续12年位居中国市场出货量和销售额第一。

爱普生是最早进入中国市场的外资企业之一。1985年，爱普生在中国建立了第一家工厂；1998年，爱普生（中国）有限公司正式成立。“经过近40年的发展，现在在中国已经有12家分公司，我们始终和中国经济社会发展同频共振。”深石明宏说。

作为爱普生（中国）有限公司董事长兼总裁，深石明宏几乎每周都会到中国各地出差，拜访合作伙伴和客户。“我们高度重视中国市场，密切关注市场需求并及时作出反应。”深石明宏说，以爱普生的深圳工厂为例，基于中国用户对于产品智能化、移动化的需求，公司在深圳工厂开辟了专为中国定制投影机的新产线，“中国市场产业链供应体系完备、配套能力完善，我们希望通过本地创新、就地生产、及时供应的产

业链条，让中国消费者体验到爱普生的创新产品。”

深圳工厂的创新制造是爱普生“在中国为中国”的一个缩影。2020年，中国提出“双碳”目标，积极推动经济社会发展绿色转型。打造更具环境价值的产品，成了企业在中国市场发力的方向。“我们以‘省、小、精’理念为持续创新的基础，并在坚持‘科技+本地化+环保’战略，努力提供更环保、更高效、更具个性化的产品和服务。”深石明宏说。

2023年3月，爱普生对外宣布了企业最新的环境声明——精益求精，可持续创新。深石明宏表示，愿和中国本土优秀合作伙伴一起，发挥爱普生绿色科技优势，为用户追求高品质生活贡献力量。“2023年，中国经济稳中有进，一系列推进对外开放、推动行业高质量发展的政策落地见效，更坚定了我们对中国市场的信心。希望继续在中国收获更多成长和机遇。”他说。

听跨国公司高管说

新的一年，继续看好中国市场

富士胶片（中国）投资有限公司董事长兼总裁田中健一：

“将长期致力于中国市场业务经营”

本报记者 王俊岭

地上四层、地下一层、总使用面积近2700平方米……2023年12月15日，富士胶片（中国）在上海市闵行区举办了“富士胶片智慧医疗技术培训中心”启动仪式，宣布富士胶片集团旗下全球首家完全自主管理的智慧医疗技术培训中心正式面向行业亮相。这成为富士胶片在华持续兴业的又一最新写照。

“自从20世纪60年代，我们就开始在华展业。”富士胶片（中国）投资有限公司董事长兼总裁田中健一说，2001年，为了扩大在中国的业务，富士胶片株式会社在上海成立了独资公司——富士胶片（中国）投资有限公司，并在2002年成为首批获得上海跨国公司地区总部认证的企业之一。

扎根中国，富士胶片（中国）投资有限公司规模、员工人数、业务范围、纳税金额等都取得了巨大发展，从成立之初以销售影像类产品起步，到现在富士胶片（中国）在全国设有5处分公司、近15个事业部，业务涉及医疗健康、生命科学、影像、光电、高性能材料、印艺传播等领域。

在田中健一眼里，超大体量的市场规

模、完整成熟的产业链、良好的创新环境和人才资源等，让中国市场有着独特吸引力。“这些年，中国为中国经济增长作出了巨大贡献。我们企业也享受到了中国开放发展带来的红利。特别是上海市打造的优质营商环境以及持续优化总部增能政策，对外资企业发展形成了充分的保障和吸引，激发了企业的创新活力和内生动力，带动企业积极布局未来前沿领域。”田中健一说，“我们对这样的营商环境充满信心，将坚定深耕上海，长期致力于中国市场业务开拓和经营。”

事实上，富士胶片智慧医疗技术培训中心建设，正是这家外企依托自身技术积累和研发实力，与中国经济同步成长的创新性举措。

新落成的培训中心内，有多间手术培训室、内镜洗消中心、手术培训室配置了富士胶片吊塔、透视摄影X射线机等设备，可实现多平台实时联动教学。“这个培训中心是我们与全球医疗专业人士共享知识、共享成功的平台。”田中健一说，富士胶片将继续扎根中国市场，寻找更多深度参与中国发展的机会。

霍尼韦尔中国总裁余锋：

“共塑可持续发展的未来”

本报记者 李婕

“我到每一个楼层，给每一位员工送纪念品，感谢他们一整年付出的辛劳。”前些年，霍尼韦尔中国总裁余锋和北京办公室的同事们一起提前庆祝了新年的到来。

年轮增长，标注的是霍尼韦尔中国业务的不断发展。“过去这一年，霍尼韦尔喜事很多。”余锋说。

比如，申请的专利数量又比前一年实现大幅增长；与中国合作伙伴达成一项项合作，将共同打造年产30万吨的可持续航空燃料产业基地；公司在中国的首家合资企业——中石化-霍尼韦尔（天津）有限公司成立30周年……

说起霍尼韦尔，大家的印象或许“五花八门”。小到一枚口罩，大到航空航天领域，都能看到它的身影。的确，霍尼韦尔跨界工业自动化、建筑、安防、航空航天、石油化工等多个领域，是全球最大的高科技和制造企业之一。现在，中国不仅是霍尼韦尔的全球第二大市场，还是霍尼韦尔的制造基地、创新基地。霍尼韦尔在中国有20余家工厂、近万名员工。

2024年，霍尼韦尔还将为中国市场带来什么？

余锋在新年伊始的第一件事，就是确定公司新年各项业务的目标，并制定具体的行动方案。他告诉记者，霍尼韦尔公司业务围绕自动化、未来航空和能源转型三大发展趋势展开，这也与中国市场和客户的需求一致。新的一年，还将在这些方面更进一步。

比如，很多人喜欢吃火锅，如何将厨余油变废为宝？航空运输业碳排放的主要来源中，航油燃烧约占总排放量的79%，减碳的关键之一就是寻找更环保的替代航空燃料，如何实现？“整合并解决这些问题，是我们的目标。”余锋介绍，霍尼韦尔约60%的新产品研发都以改善客户的环保表现和社会效益为出发点。

新的一年，霍尼韦尔对中国市场更是信心满满。“中国的发展还远远没有达到顶峰，潜力空间很大。”余锋分析，需求端，人们对美好生活、美好环境的追求，饱含机遇；供给端，本土供应链配套完善，受过良好教育的庞大人才和工程师群体优势明显；政策端，持续改善的营商环境和政策利好为企业带来信心和动力。

“我们将抓住广阔发展机遇，与中国合作伙伴共同塑造可持续发展的未来。”余锋说。

德国卡赫大中华区总裁唐晓东：

“不断加码的资金，说明一切”

本报记者 孔德晨

2023年8月，德国卡赫投资1亿元在苏州工业园区打造的全球研发中心投入使用。对卡赫大中华区总裁唐晓东而言，这意味着他将正式开启往返上海、苏州和常熟三地进行办公的新生活。“研发中心的启用是德国卡赫在中国的又一件大事。”唐晓东笑着说，“虽然通勤时间变长了，但我不觉辛苦，干劲十足。我们将加速研发，为中国消费者带来更多定制化的产品和解决方案。”

“专注做好清洁这一件事”，是来自德国的家族企业卡赫88年来奉行的准则。“要说卡赫与中国市场的缘分，可以追溯到2002年，当时卡赫进入中国的第一站就是在上海外高桥保税区成立销售公司。”唐晓东说，“历经多年发展，蕴藏巨大消费潜力的中国市场早已成为卡赫全球市场的重要组成部分，营收持续实现两位数增长。”

与之相对应，卡赫集团也将更多资源投入到中国，参加进博会就是其中一个典型例子。

回忆起初次报名进博会的时刻，唐晓东感慨颇多：“当时刚听说有这样一个展会，内心多少有些忐忑，不过我的疑虑很快就

被展会期间爆棚的人流量和纷至沓来的订单打消了。”

感知到中国市场的巨大潜力，卡赫不仅成为进博会的“全勤生”，还逐年加大了对中国的投资力度。“不断加码的资金，体现我们的信心，说明了一切。”唐晓东回忆：2019年，卡赫投资3.8亿元在常熟成立卡赫中国总部，整合卡赫在中国各独立运营的制造工厂、研发中心和销售公司资源；2021年，增资1亿元加大本地化投入；2022年，再度投资1亿元在苏州成立全球研发中心。

中国丰富的人才资源和前沿技术，也是吸引卡赫将优质资源不断倾向中国的原因所在。“我们希望携手更多优秀的中国科研人员，聚焦电池和机器人领域，研发出更针对中国市场、更具有竞争力的产品，并将它们推广到全球市场，惠及更广泛的消费群体。”唐晓东说。

岁末年初，唐晓东对卡赫在中国的发展充满信心：“除了将整个供应链——从研发到制造再到销售，进行更加彻底的本地化，我们还将进一步发挥带头作用，引领中国清洁行业的高质量可持续发展。”

图①：强生旗下创新制药业务工作人员正在做实验。
图②：天丝集团红牛饮料（四川）生产基地生产线上的产品。
图③：霍尼韦尔西安工厂，工人在车间忙碌。
图④：中国（上海）自由贸易试验区张江片区。

受访者供图
受访者供图
受访者供图
新华社记者 方 喆摄

