

进博会故事

进博会为泰国香椰打开广阔市场,为当地农业发展增添活力——

椰子飘香 机遇共享

本报记者 白元琪

清晨,泰国中部叻丕府的一处椰园内,熹微的阳光将树影拉得修长。身手敏捷的椰农们手持特制长竿,轻轻划动椰茎,一簇簇椰子落了下来。随着香椰进入收获旺季,泰国叻丕府等主要产区的种植园内一派繁忙景象。

泰国香椰以独特的芳香和甜味而闻名。进博会为泰国椰农打开了一扇新的致富大门,促进了中泰香椰贸易的蓬勃发展。借助进博会等平台,泰国本土品牌NC香椰等一批中小企业在短短几年内迅速跻身行业前列。

泰国副总理普坦表示,进博会为泰国香椰打开了广阔市场,为泰国农业发展增添了新活力。随着泰中经贸合作不断深化,未来将有越来越多的泰国优质农产品进入中国千家万户,丰富中国消费者的餐桌。

小企业圆大梦想

从泰国首都曼谷驱车向西,约两个小时便抵达位于叻丕府的NC香椰公司。在公司创始人、叻丕府工业委员会主席那龙撒的办公室里,半面墙的书架上摆满了各类荣誉证书和奖章。其中最显眼的是一个相框,里面展示着一份中国颁发的知识产权专利证书。

“这是我发明的开椰器。”那龙撒一边指着文件,一边拿起一个椰青向记者展示。“只需向下一按,即可插管饮用,方便极了。这款产品在中国市场很受欢迎。”

2009年,那龙撒创立NC香椰公司。2013年公司进入中国市场,并与中国生鲜电商开展合作。2018年,参加首届进博会让公司走上了发展的“快车道”。

“第一次参加进博会时,我们的展位前人潮涌动,来自世界各地的采购商和消费者络绎不绝。”那龙撒回忆道,“当时,我被进博会的火爆氛围所震撼,更加坚信我们的产品一定能迎来更大市场。”

据统计,首届进博会后,泰国椰青短短一年内就在中国生鲜电商平台上创下近2000万只的销量。第二年,那龙撒带着升级后的椰子水产品再度亮相进博会,销量进一步增长。随后,他与佳农、都乐等水果生产经销商建立合作关系,品牌影响力不断扩大。

“进博会让我们更准确地了解到中国消费者的需求,并根据他们的反馈来调整我们的产品。”那龙撒表示,公司随后推出的罐装椰子水、椰子果冻、椰奶等新品广受好评。“我们扩建了工厂,产能提升了3倍,员工也从最初的20余人增长到400多人。”那龙撒表示,目前,中国是NC香椰公司的最大出口市场,约占出口总量的六至七成,进博会为公司拓展中国市场业务发挥了至关重要的作用,“对我们这样的小企业来说,进博会意味着实现大梦想。”

事业的发展,让NC香椰公司的一些员工也受到鼓励。去年,经理助理潘不筹筹备建立了自己的椰子种植园。她说:“得益于进博会带来的市场效应,更多工人及当地居民参与到椰子种植中来,构建了一个互惠互利的产业生态链。”

致富路更加多元

每到周末,坤恩的“欧寇”椰子农场便成了乐园。这里种植有种类丰富的椰子树,还开发了不断新的旅游体验项目,仅鲜椰子冰淇淋就有20多种口味,受到不少消费者青睐。

“最近两年,组团而来的中国游客逐渐增多,农场的生意也越来越好。”坤恩告诉记者,农场还推出了香椰培育体验项目,游客们可以参与有机种植,学习用碎椰壳施肥、喷水灌溉等技巧。

“进博会让泰国香椰声名远播,我们椰农也受益匪浅。”坤恩告诉记者,在了解到泰国香椰正日益受到中国消费者欢迎后,自己决定将原来的蔬菜园改成椰子农场。如今,这片郁郁葱葱的椰林为她带来了可观的经济收益。

随着生椰拿铁等椰类饮品的走红,2023年中国



进博会为泰国椰农打开了一扇新的致富大门,促进了中泰香椰贸易的蓬勃发展。

上图:位于泰国叻丕府的一家椰子农场。

左图:在艾可可公司的工厂内,工人正在对椰子进行分类处理。

以上图片均为本报记者白元琪摄

市场上椰子水相关团购订单量同比增长300%。“这一市场变化,大大改变了泰国椰农的生产经营状况。”泰国香椰协会秘书长玛仕告诉记者,过去椰农们担心销路不佳,不敢扩大种植规模,“如今,中国市场对椰子产品的需求量稳定增长。椰农们种植椰子的信心更足了。”

香椰生意蓬勃发展,带动了更多产业发展。随着椰子产量快速增长,椰子皮作为一种新型燃料可以更好实现规模化加工。原本种植水稻的纳特在从事椰子皮运输后,两年内收入就翻了一番。他说:“收入增加后,家里的生活条件明显改善,我可以给孩子提供更好的教育条件了。”

产业链提质升级

在叻丕府的一家椰子加工厂,伴随着机器的轰鸣声,一排椰子去皮机正在高速运转:一个个椰子被精准固定、旋转去皮。“从中国引进的先进设备使椰子去皮效率提高了一倍。”艾可可公司副总裁覃绍宇向记者介绍。

在中泰双方紧密合作下,这座两国企业合资的香椰加工基地已实现从原料到成品全产业链覆盖。“香椰运来后,工人们会进行去茎叶、果皮等初步处理。随后,根据椰子品质分级,进入不同的生产线。”覃绍宇介绍,品相优良的椰子经过清洗、包

装后,直接进入冷链运输环节。外表有磕碰的椰子将用于提取椰子水,制成罐装饮品。椰肉也会被充分利用,加工成椰奶等多种产品。

“近年来,在进博会带动下,中泰两国在椰子产业链上的合作不断加深,越来越多中国企业参与到泰国椰子的产业链中。”泰国农业大学教授吉塔婉表示,从最初的椰子采购,到承包工厂、合资建厂,再到如今多元化产品的加工制造,泰国椰子产业链不断提质升级。

椰子市场的扩大,促进上下游产业联动发展。当地一家生产椰子泡沫保护网的小工厂,与艾可可公司签下长期合作合同后,规模扩大了4倍多,成功转型为现代化化工厂,并陆续承接其他行业订单。

泰国香椰源源不断地进入中国市场,满足了更多中国消费者对优质农产品的需求,为泰国相关产业发展注入动力。据泰国商业部统计,中国市场是泰国椰子的最主要出口目的地,占出口量的约60%。香椰正成为中泰合作的“友谊果”。

“进博会不仅为泰国香椰等农产品打开了广阔市场,更将中国发展机遇分享给泰国民众,实现了泰中合作互利共赢。”宜家中华总商会主席林楚钦表示,在第六届进博会上,泰国参展商成交额创造了佳绩,充分展现了进博会的巨大商机。期待第七届进博会上,各方继续携手共赢。

(本报泰国叻丕府11月3日电)

(上接第一版)将全球优质商品引入千家万户,让寻常百姓也能轻松享有全球“好物”,进博会见证了中国消费升级、民众生活质量提高,成为中国人民追求美好生活的生动注脚。

以高水平开放推动高质量发展,中国经济不断增强韧性与活力,在世界市场的汪洋大海中乘风破浪,一路前行。

(三)

进博会是中国的,更是世界的。

从一度面临倒闭危机,到接到3.3吨羊驼纤维大订单;从因为太辣而“有质无市”,到成千上万吨的干辣椒热销……越来越多参展商像新西兰羊驼毛制品、卢旺达辣椒厂商一样,通过进博会感受到中国市场的广袤、吸力。

进博会让中国大市场成为世界共享的大市场。前六届进博会累计组织1130多家次外资企业和投促机构赴各地开展精准对接,不少展商在中国开出新店、新工厂、新研发中心。

近4年,新设18个基地。松下集团持续加大在中国的投资规模,工业自动化系统等领域实现在华研发、制造、销售一体化。“中国并不仅仅是一个市场大国、制造大国,也是创新大国、工程师大国。”松下集团有关负责人的话,道出了参展商变为投资者的重要原因。

七届,186家企业和机构连续参展。进博会打开通往中国市场的“金色大门”,让各方共享中国大市场机遇。14亿多人口,超4亿中等收入群体,完整的供应链,完善的基建配套,丰富的人才储备,充满活力的创新……中国市场不断释放巨大的红利,让各方实现共赢。

“进博会是一场独一无二的盛会。”进博会参展商联盟主席欧莱雅集团首席执行官叶鸿慕表示,进博会充满机遇,不仅成为新品首秀的“放大器”、促进合作的“催化剂”,也是企业发展的“推动器”。

中国始终坚持扩大高水平开放,促进合作共赢。与29个国家和地区签署22个自贸协定;高水平实施《区域全面经济伙伴关系协定》,主动对接《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》和《数字经济伙伴关系协定》等国际高标准经贸规则,持续深化区域经贸合作……中国开放的春风持续温暖世界。今年前三季度,中国进出口总值历史同期首次突破32万亿元人民币,与全球160多个国家和地区贸易实现增长。伴随着全体人民稳步迈向共同富裕的步伐,中国还将释放更多高水平开放红利,为贸易伙伴带来更加广阔的市场机遇。

中国坚持扩大高水平开放,不是权宜之计,而是面向世界、面向未来、面向共同发展的长远思考。“稳步扩大制度型开放”“主动对接国际高标准经贸规则”“扩大自主开放”……不少国际观察人士敏锐地发现,中共二十届三中全会对完善高水平对外开放体制机制作出部署,中国主动向世界开放的大门更加广阔、步履更加自信。

大处布局、细处落子。开放新举措接踵而至——全面取消制造业领域外资准入限制措施,在服务业开放上持续压减负面清单数量,市场准入负面清单再“瘦身”;《关于完善市场准入制度的意见》《关于以高水平开放推动服务贸易高质量发展的意见》等文件接连出台;与相关国家自贸协定谈判不断取得新进展,实质性结束中国—东盟自贸区3.0版谈判……中国言必信,行必果,开放只有进行时。

相约七载,初心不改。进博会将持续传递开放强音,积极打造推出重大开放举措、展示开放信心决心的平台;持续释放开放红利,着力打造让世界共享中国新发展新机遇的促进平台;持续凝聚开放共识,努力搭建助力完善全球经济治理规则、推动建设开放型世界经济的交流平台。

(四)

普惠包容的经济全球化是人心所向、人间正道。

“甜”,是贝宁参加进博会最深刻的体会。第六届进博会上,被誉为“非洲甜面包”的贝宁菠萝在中国首次亮相,立刻成为进博会的“明星展品”,签署采购意向成交额达6000万美元。尝到进博会“甜头”的贝宁,今年还将首次参加国家展。贝宁工业与贸易部长芬迪娅·阿苏曼表示,进博会为贝宁优质农产品进入中国市场提供了广阔舞台,期待更多贝宁优质产品亮相第七届进博会。

进博会,让不少“曾经被遗忘的角落”变身“希望的田野”。像贝宁一样,越来越多的最不发达国家通过进博会找到了快速进入中国市场的“金钥匙”。孟加拉国的手工艺品、赞比亚的蜂蜜、坦桑尼亚的腰果、埃塞俄比亚的咖啡等通过进博会漂洋过海进入中国,带动相关国家产业发展、民生改善。从首届开始,进博会就通过给予展位搭建、展品运输和人员接待等多方面优惠,为最不发达国家参展提供便利。第七届进博会,参展最不发达国家达37个,为其参展企业提供的免费展位数量超过120个,食品及农产品展区对非洲产品专区扩容升级,助力扩大对最不发达国家单边开放。

作为发展中国家、“全球南方”的当然一员,中国始终是南南合作的坚定支持者、积极参与者和重要贡献者,坚持以开放纾发展之困、以开放汇合作之力,以开放聚创新之势,以开放谋共享之福,让发展成果更多更公平惠及各国人民。今年12月1日开始,中国将对原产于同中国建交的最不发达国家100%税目产品适用关税税率为零的特惠税率。这是习近平主席在2024年中非合作论坛北京峰会开幕式上宣布的重要举措。中国是实施这一举措的首个发展中国家和世界主要经济体。

数据显示,前六届进博会累计意向成交额超过4200亿美元,每届进博会均有来自五大洲的数千家参展企业和数十万专业观众开展洽谈合作。进博会溢出效应持续放大,充分证明开放合作是增强国际经贸活力的重要动力,是推动世界经济稳定复苏的现实要求,也是促进人类社会不断进步的时代要求。

近年来,经济全球化遭遇逆流,“脱钩断链”“小院高墙”甚嚣尘上,单边主义和保护主义明显上升,世界开放指数呈下滑趋势。通过虹桥国际经济论坛交流开放发展的理念,凝聚合作共赢的共识,进博会于逆流中彰显人间正道。

作为进博会重要组成部分,第七届虹桥国际经济论坛以“坚持高水平开放,共促普惠包容的经济全球化”为主题,紧紧围绕促进全球开放、完善全球经济治理的功能定位,为促进全球开放和发展贡献智慧。旗舰报告《世界开放报告2024》将公布2023年世界开放指数,并通过深度分析强调在扩大国际合作中提升开放能力。

“万物得其本者生,百事得其道者成”。中国通过举办进博会身体力行、积极实践,推动经济全球化朝着更加开放、包容、普惠、均衡的方向发展,推动构建人类命运共同体不断走深走实。

奋蹄逐浪天地宽,万里写入胸怀间。

踏上新征程的中国,正在以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业。中国将坚持对外开放基本国策,坚持以开放促改革,依托中国超大规模市场优势,在扩大国际合作中提升开放能力,建设更高水平开放型经济新体制。

透过第七届进博会,世界各国将再次见证中国推进高水平对外开放的坚定承诺和行动,见证中国继续引领世界开放之风的大国担当。一个进一步全面深化改革、扩大开放的中国,将始终是世界发展的重要机遇。

马来西亚总理安瓦尔今起来华工作访问



安瓦尔总理

应中方邀请,马来西亚总理安瓦尔将于11月4日至7日来华工作访问。

安瓦尔·易卜拉欣,生于1947年8月。先后担任马来西亚文化、青年及体育部长,农业部长,教育部长,财政部长,副总理等职。2022年11月就任马来西亚总理。

(新华社北京11月3日电)

匈牙利国会主席克韦尔将访华

新华社北京11月3日电 应全国人大常委会委员长赵乐际邀请,匈牙利国会主席克韦尔将于11月5日至12日率团访华。

马来西亚总理安瓦尔等外国领导人将出席第七届中国国际进口博览会

新华社北京11月3日电 外交部发言人毛宁3日宣布:第七届中国国际进口博览会将于11月5日至10日在上海举行。应国务院总理李强邀请,马来西亚总理安瓦尔、乌兹别克斯坦总理阿里波夫、斯洛伐克总理菲佐、哈萨克斯坦总理别克捷诺夫、蒙古国总理奥云额尔登、塞尔维亚总理武切维奇等外国领导人将出席进博会开幕式及相关活动。

中国—东盟关系雅加达论坛举办

本报雅加达11月3日电 (记者曹师韵、李培松)中国驻东盟使团联合马来西亚常驻东盟使团近日在雅加达举办中国—东盟关系雅加达论坛。东盟秘书长高金洪,各国驻东盟使节及地区政商学媒各界代表150余人参加。中国驻东盟大使侯艳琪介绍中国共产党二十届三中全会精神和东亚合作领导人系列会议成果。

论坛以“互联互通,桥梁与纽带”为主题。与会嘉宾积极肯定中国东盟互联互通与人文交流合作成就,希望双方继续携手共进,抓住数字转型、绿色发展等机遇,为地区人民创造更多福祉。

见证·中国机遇

“为中国消费者带来更多新产品新服务”

本报记者 龚鸣 孟祥麟

“进博会是发布新产品的绝佳平台。宜家连续七年参加进博会,每年都会推出首发首秀。我们期待通过这一平台为中国消费者带来更多新产品新服务。”宜家中国区总裁兼首席可持续发展官庞安泽在接受本报记者采访时表示,进博会吸引力不断增强,众多公司都在积极抢抓其带来的重要机遇。宜家对中国市场充满信心,希望能更好适应中国市场和消费需求的变化,与中国市场共同成长和繁荣。

庞安泽曾两次参加进博会,对展会规模、现场热度等印象深刻。他认为,进博会“既有广度,又有深度”,企业不仅能与政府、各类机构的专业人士交流,还能与其他公司合作,拓展和巩固伙伴关系。进博会同时提供了与消费者互动的机会。第六届进博会期间,宜家展台迎来了近4万人次访客。庞安泽说,“我非常享受与消费者面对面的交流。在宜家的客户需求调研和产品开发工作中,进博会发挥了重要作用。”

庞安泽说,进博会既是交流互动的场所,也引领着很多创新理念和发展趋势。例如,进博会积极倡导的绿色、环保、可持续发展,也是宜家参展进博会的重要主题之一。本届进博会上,宜家将推出“回购和再售”服务全国首发,消费者可以将符合要求的旧产品卖回,换取和回购价格等值的购物卡。“这一举措契合中国政府推动的消费品以旧换新政策,将激励更多消费者积极参与绿色消费行动。”

“中国在推动全球数字化转型发展中发挥着重要作用。”庞安泽说,在中国,人工智能等新兴技术被广泛应用于各类消费场景,展现出商业创新的可能性。新型消费业态与场景加速涌现,进一步丰富了消费者的购物体验。宜家将在本届进博会上正式启动一项全球首发的创新实践,希望借助进博会持续放大的溢出效应和不断升级的影响力,探索未来零售业的更多可能性。

“对宜家而言,中国是一个极具战略意义的重要市场。”庞安泽介绍,中国是除瑞典以外唯一拥有完整宜家价值链的市场,涉及产品设计、测试、生产、采购、仓储配送、零售、购物中心和数字创新等各个领域。他举例说,宜家经常从中国民众的日常生活方式中汲取灵感,开发出众多产品和解决方案,如新春系列等。类似的创新设计不仅在中国市场受到欢迎,也成功推广到全球各地。

“进入中国市场26年来,我们受益于中国经济发展,也持续助力中国人民打造更美好的日常生活。中国推进高质量发展让我们看到了中国消费市场的巨大潜力。”庞安泽表示,中国持续扩大高水平对外开放,促进各方互利共赢。今年以来,中国开展“消费促进年”活动,实施“放心消费行动”等一系列行动举措,进一步增强了宜家对中国市场的信心。未来,宜家将以更本土化的方式贴近中国消费者,更好满足中国市场多元化需求。