

观象台

「八大行动」结硕果⑦

人文交流为中非友好事业注入新活力

□ 徐令缘

近年来，中非人文交流日益密切。《山海情》等中国电视剧在非洲国家热播，中非青年大联欢等交流活动影响力提升，中非媒体、智库等交流合作日益密切，赴非洲旅游受到中国民众青睐……中非在文化、媒体、科技、智库和青年妇女等领域交流全面深化，为中非友好事业不断注入新活力。

中非人文合作推动双方文化交流与融合，增进相互理解与尊重。2012年，1986年版电视剧《西游记》的英语、法语译配版首次进入非洲。10余年来，越来越多中国优秀影视剧走进非洲千家万户。讲述邻里关系的《邻居也疯狂》、展现青年实现梦想的《士兵突击》、探讨当代家庭生活的《媳妇的美好时代》等，跨越山海，收获非洲观众的喜爱。非洲的文艺作品也逐渐走进中国观众的视野。2023年7月，南非开普敦大剧院埃尔夫舞蹈艺术团访问新疆乌鲁木齐、浙江金华等地，舞剧《乌班图之魂》让中国观众欣赏到非洲艺术作品的独特魅力。中非艺术作品来到双方民众身边，让中非民众更加深入地理解彼此的文化传统、价值观念和生活方式。

中非人文合作促进双方相互支持、真诚合作，推动中非结下同呼吸、共命运、心连心的兄弟情谊。2015年4月，赤道几内亚总统奥比昂对中国进行国事访问期间，宣布为云南金平苗族瑶族傣族自治县捐建“中国—赤道几内亚友谊小学”。9年来，2000多名孩子从这所小学毕业。“我们十分骄傲地看到，在中国—赤道几内亚友谊小学栽下的友谊种子，正在开花结果。”奥比昂总统说。在非洲，越来越多人开始学习中文。许多非洲青年通过学习中文，了解中国历史文化，拓宽职业选择道路，不仅实现了自己的人生梦想，也为传承中非友好、促进中非合作、共筑高水平中非命运共同体贡献了青春力量。同时，中国在非洲开展了一系列职业技能培训项目，帮助非洲培养建筑、电气工程、机械制造等领域的专业技术人才，为非洲经济社会发展注入动力。中非同心同向、守望相助，走出了一条特色鲜明的合作共赢之路，中非人民相知相亲、友好薪火相传。

中非人文合作作为国际社会树立文明互鉴与团结互助的典范。联合国前副秘书长沙祖康表示，中国和非洲国家历来相互支持、相互帮助，是真实诚挚的友好兄弟，是发展中国家团结合作的典范，“中国和非洲都有灿烂的文明，中非两大文明历史悠久，它们的相遇与交融是历史的必然，更是时代的呼唤”。不断建设完善的人文交流合作平台，为中非人文百花园愈发繁盛培植沃土。中非人文交流合作论坛、中非民间论坛、中非青年领导人论坛等活动为中非人文交流提供了舞台。联合国前秘书长米歇尔·西迪贝表示，中非人文领域合作的成功案例数不胜数，“我们期待中非开展更多联合研究项目，进一步深化教育领域交流合作，以技术创新发展造福非中人民。”

“一花独放不是春，百花齐放春满园。”中非人文交流欣欣向荣，展现出蓬勃生机。相信即将举行的2024年中非合作论坛峰会将进一步推进中非务实合作和人文交流，书写下更多有关中国和非洲文明交流互鉴、增进友好往来的故事。

中国跨境电商加速出海非洲

本报记者 严瑜

环球热点

德国之声电台网站日前报道称，非洲人正逐渐接受网购带来的便利。而在非洲消费者常用的跨境电商平台中，有相当一部分来自中国。近年来，越来越多中国电商企业走进非洲，在为各类“国货”进入非洲市场提供新渠道的同时，也将众多“非洲好物”带到中国，推动中非经贸往来更加紧密。



近年来中国企业积极参与非洲海陆电缆、5G网络、数据中心等数字化基础设施建设，加大金融科技、电子商务、移动互联网等投资服务，让更多非洲用户享受数字化带来的便利。

进一步挖掘非洲电子商务市场潜力

随着电子商务蓬勃发展，新的电商平台在非洲大陆不断涌现。据报道，非洲已有数百家电商平台。而中非之间的跨境电商合作也为中非贸易往来提供强劲动力。中国海关总署最新发布的数据显示，今年前7个月，中国对非洲进出口1.19万亿元，同比增长5.5%。2023年，中非贸易额达到历史峰值2821亿美元，同比增长1.5%，展现中非贸易强劲韧性。

德国之声电台网站报道称，电子商务在非洲具有巨大潜力。麦肯锡全球研究院的预测表明，到2025年，电子商务有可能在尼日利亚、南非和埃及等非洲大型经济体中占全部零售额的10%。而要想让电子商务在非洲大陆蓬勃发展，还需要解决一些问题，如高效的送货服务、专业的客服以及可靠的信用体系等。

李鸣涛指出，非洲国家在仓储、物流、支付等跨境电商相关配套设施领域还存在一定短板，中非可以通过政府间合作与企业投资来加以完善，即一方面通过政府间合作与企业投资来加以完善，另一方面借助企业投资，鼓励更多中国跨境电商企业到非洲设立进口集货仓、出口海外仓等。“此外，中非可以在跨境电商人才培养、企业培育、创业孵化等领域加强合作，帮助非洲提升本土电商发展能力、营造良好营商环境。跨境电商的一个优势是能够收集和分析大量消费者数据，精准把握消费者的需求和喜好。未来，根据中非消费者需求，更有针对性地开发、生产相应产品，通过跨境电商平台进行销售，也是中非企业努力的方向。”李鸣涛说。

值得关注的是，目前，在非洲，电商的蓬勃发展带动了传统供应链和商业模式的变革。例如，肯尼亚的食品公司直接从农民手中采购新鲜农产品，向城市农产品零售商供货；埃及的电商平台将食品和杂货零售商与供应商联系起来，减少了中间环节。

“在通过电商改变传统商业模式方面，中国跨境电商企业可以向非洲合作伙伴分享成功经验，帮助非洲农户和消费者更好地从中受益。同时，有效的政策引导、良好的营商环境以及安全可靠的支付体系对电商发展非常重要。加强非洲国家的数字化基础设施建设以及电商人才培养，将有助于中国跨境电商企业在非洲持久发展，也将推动非洲本地电子商务市场更好发展。”毛小菁说。

题图：在肯尼亚姆洛隆吉，Kilimall员工在仓库内包装商品。
新华社记者 李亚辉摄

跨境电商成为对非合作新业态

《非洲商业报》近日报道称，中国电商平台正以强劲势头进入非洲市场。今年1月，拼多多旗下跨境电商平台Temu登陆南非，成为拼多多进入非洲市场的第一个重要布局。

另一家中国海外电商平台Shein也积极开拓非洲市场。据路透社报道，Shein近期在南非开设了一家快闪店，店内商品价格不高，吸引了大批消费者，不仅店里人头攒动，店外还有近百人排队等候。

近年来，阿里巴巴国际站、集酷等中国跨境电商平台纷纷进入非洲市场，为当地消费者带去更加便捷和高效的购物体验。

商务部国际贸易经济合作研究院西亚与非洲研究所所长毛小菁在接受本报记者采访时分析称，近年来，跨境电商成为中国对非合作的一个新业态。中国跨境电商平台纷纷布局非洲市场，呈现不断增长态势。“中国跨境电商平台选择入驻的非洲国家，如肯尼亚、南非、埃及等，其电商发展基础条件相对较好。中国企业往往在这些国家站稳脚跟后，再逐步向其周边国家拓展业务。此外，中国企业不只在当地搭建电商平台，还建立起包括仓储、物流、线上支付等配套服务在内的全产业链模式。”毛小菁说。

成立于2014年的Kilimall便是一个典型例子。作为在肯尼亚运营的主要电商平台之一，Kilimall在非洲设立了海外仓并实现了100%在线支付。目前，Kilimall涵盖电子交易、移动支付和跨境物流三大领域，服务近千万非洲用户，成为当地民众喜爱的购物平台之一。

“与欧美等传统电商市场相比，非洲市场的竞争还不是特别激烈，整体上是一个增量市场，因此对中国跨境电商企业具有很大吸引力，成为它们出海的重要目的地。”商务部中国国际电子商务中心研究院院长李鸣涛向本报分析称，目前中非在跨境电商领域的合作值得关注。“在合作机制方面，共建‘一带一路’倡议框架下推进的‘丝路电商’合作，推动众多中非跨境电商合作项目顺利落地，如设立中非跨境电商服务中心、举办非洲好物网购节等，通过线上线下相结合的方式，在让中国产品‘走出去’的同时，也助力更多非洲企业通过跨境电商平台将产品卖到中国，实现互利共赢；在服务资源方面，中国跨境电商平台走出去的同时，许多中国企业围绕跨境电商产业需要提供配套服务，如在非洲设立出口海外仓，提供货物仓储、粗加工、售后等服务。此外，一些支付机构也在逐步拓展非洲市场，让便利化的支付手段更好服务非洲跨境电商发展；在人才培养方面，许多非洲国家日益重视自身电商能力建设，派遣大量人员赴中国参与电商相关研修班，学习中国的成功经验。”李鸣涛说。

多因素助力中国跨境电商在非发展

李鸣涛指出，非洲市场之所以成为中国跨境电商全力开拓的新蓝海，基于多方面因素：一是非洲人口基数庞大，且平均年龄较低，这意味着拥有大量潜在消费者，尤其是年轻人对新事物的接受度较高，为跨境电商提供了广阔的市场基础；二是非洲经济增长速度较快，不少非洲国家政府支持外国投资，提供优惠政策，为跨境电商创造了有利的发展环境；三是非洲国家的互联网及智能手机普及率快速提升，非洲消费者的在线购物习惯逐渐形成，非洲市场的电商消费潜力正被逐步挖掘。

统计数据显示，非洲现有超过14亿人口，其中25岁以下人口占非洲总人口的60%以上。当前，非洲国家互联网普及率不断上升，互联网用户已超5亿，通过手机上网和进行移动支付的非洲民众越来越多。据全球移动通信系统协会相关报告，非洲移动电话普及、互联网连接以及社交媒体等稳步增长，推动非洲电子商务不断发展。预计到2027年，非洲将有近6亿在线购物者。

“近年来，非盟及非洲国家高度重视包括电子商务在内的数字经济发展，绝大部分非洲国家都出台了有关数字经济的发展规划，为跨境电商发展提供了有力的政策支持。”毛小菁说。

非盟《2063年议程》将数字经济列为优先发展目标并提出旗舰项目，如建设泛非电子网络、非洲虚拟电子大学等。一些非洲国家也采取相关举措，包括制定将数字经济列入国家经济优先发展目标的战略规划，出台旨在扶持数字经济发展的政策法律及措施，改善数字经济环境，成立国家级数字创新创业中心等。

越来越多中国跨境电商企业进入非洲国家，也为当地电子商务发展注入活力。

“伴随共建‘一带一路’倡议推进实施，大量中国企业到非洲投资设厂，在提升当地整体经济社会发展、带动就业及民众消费能力的同时，友好的合作氛围也使非洲民众对中国企业及中国产品产生更强的信任。”李鸣涛说，通过跨境电商平台，越来越多质优价廉的中国商品进入非洲市场，满足当地民众消费需求。同时，非洲本土企业尤其是中小企业参与国际贸易的门槛随之降低，直播带货等形式让更多“非洲好物”走近中国消费者，带动非洲本土企业的发展。

毛小菁指出，中国电子商务起步早、发展快，积累了丰富的经验。中非加强跨境电商领域合作，在推动双边贸易往来的同时，为非洲当地电子商务发展带来新的机遇。无论是相关基础设施改善，还是非洲本土跨境电商人才培养，都将为非洲经济社会持续发展注入动力。

今年7月底中非数字合作论坛发布的资料显示，

第四届“用英语讲中国故事”活动举行——

让更多人了解中国

严瑜 王菁杭 刘耀阳

近日，由中国国家创新与发展战略研究会、中国教育电视台和新航道国际教育集团联合主办的第四届“用英语讲中国故事”活动在北京举行。来自美国、俄罗斯、日本等国的来华留学生与中国各地的大学生、高中生共赴盛会，通过中外青少年展演、中国故事嘉年华等系列活动，以故事会友，分享交流彼此对中国以及中华文化的认知与喜爱。

第四届“用英语讲中国故事”活动自2023年12月正式启动以来，共吸引60余万名青少年参与，报名人数创历史新高。经过层层比拼，其中75人最终进入中外青少年展演。展演活动分为高中组、大学组、来华留学生组三个组别，中外青少年围绕不同主题，讲述他们对中国历史文化、发展成就的了解与观察。

活动中，来华留学生是一个非常具有特色的群体。不同于中国青少年用英语讲述中国故事，来华留学生尝试用中文进行演讲，展现他们独特视角下的多彩中国。

来自莫桑比克的小伙刘亦辰在展演活动中分享了他与中国戏曲结缘的故事。“对我来说，中国戏曲里的咬字、腔调以及一些句

子的拉长并不容易。学习唱戏，一定要坚持！”谈及中国戏曲演员在舞台背后付出的努力与艰辛，刘亦辰用流利的中文总结道：“台上一分钟，台下十年功。”他说，通过中国戏曲，他更加深入地感受到中华文化的博大精深。

身着一袭红色长袍的伊朗姑娘风舟讲述了她与中国古典文学的不解之缘。风舟说，小时候，她因一次偶然机会读到了后羿射日的故事，被中国古老而神秘的神话世界深深吸引。随着年龄增长，她开始深入研读中国古典四大名著，从其中获得了巨大乐趣。风舟说，她由衷羡慕中国有如此丰富的古典文学作品，中国深厚的文化底蕴为她10余年的阅读之旅增添了无尽色彩。

北京大学对外汉语教育学院院长、世界汉语教学学会副会长赵杨表示，相比往届，参加本届活动的来华留学生中文水平显著提高。他们的演讲涉及题材广泛，故事性强，情感丰富，展现出他们对中华文化的深入理解。参加本届活动的中国青少年用英语讲述了他们向外国友人展示中华文化、介绍中国

发展的生动故事。他们表示，通过参加“用英语讲中国故事”活动，更加坚定了传播中华文化的愿望和信心，未来他们希望借助拍摄英语短视频等更多新的传播形式，让世界看到中国的活力和魅力。

中央外办原副主任、中国前驻英国大使刘晓明在活动中以《青少年如何讲好中国故事》为题，分享了他对培养青少年国际传播能力的思考。刘晓明表示，加强中外人文交流具有重要意义，既要让更多外国民众听到中国故事，也要鼓励外国朋友一道讲中国故事，把“自己讲”和“别人讲”结合起来，推进中国故事的全球化表达。

厦门大学美籍教授、“用英语讲中国故事”活动形象大使潘维廉参与并见证了活动的发展，他为中外青少年在展演中的成长感到欣喜。他认为，讲好中国故事，就是帮助世界更好地理解中国、读懂中国。而向世界讲述中国故事的好方式有两种，一是中国人用英语讲述，让外国人更好理解中国；二是鼓励外国人学习中文，使他们增进对中华文化的理解，进而成为中国故事的讲述者。

“这两种方式可以更加有效地向世界传播中国故事，促进中外之间的理解与交流。”



扫码观看视频



一渠清水润民心

为解决部分地区旱季严重缺水问题，斯里兰卡政府制订了马哈韦利水安全投资计划，希望将斯里兰卡西南部丰富的水资源引入相对缺水的中部、北部和东部地区，中国建筑集团有限公司承建的斯里兰卡中部17公里水渠项

目成为其中重要的组成部分。今年5月，该项目主体工程完工，水渠覆盖加莱韦勒镇周边的10个村庄，可灌溉农田近400公顷。

图为近日，当地民众在17公里水渠中嬉戏、洗涤衣物。
新华社记者 伍岳摄

环球掠影