

进博会上的华商

助力海外产品与中国市场更快更好「相遇」

本报记者 高乔文图

侨界关注

11月10日，第七届中国国际进口博览会在上海圆满收官。6天里，近3500家参展商、约800个采购团体乘兴而来、满载而归。每年进博会上，总能看到全球多国华商奔走忙碌的身影。把海外特色产品引进中国市场，与中国企业搭建信息交流桥梁，为促成中外经贸合作提供助力，海外华商的进博故事，也是华侨华人为中外经贸牵线搭桥的生动缩影。



上图：在第七届进博会中东欧国家特色商品中心展台，观众正在挑选展品。
左图：澳大利亚华裔曹佩青带来的文创新品。

把全球优品“带回家”

消费品展区的榴莲、大米、零食，新西兰中国商会展台的蜂蜜、牛奶、保健品，浙江青田侨乡进口商品城境外展台的火腿、红酒、巧克力，珠宝玉石专区的钻石、翡翠、蜜蜡……在进博会的大小展台，海外华商带来不同国家的特色商品，也为中国企业了解海外品牌、交流商业资讯提供独特窗口。

美国蔻菲护肤品公司董事长蒋勇连续7年参加进博会，他发现，今年进博会的人流量尤其大。“进博会让我们有机会把全球优品‘带回家’。参加进博会的采购商和海外企业代表洽谈得非常热烈。我们展台接待的客户专业程度也在不断提升。”他说。

塞尔维亚华裔、青田维拉纳就业有限公司董事长何冰也是连续7年参展的“全勤生”，今年她在进博会现场有3个展位：除了今年加一的地代表塞尔维亚知名酒庄亮相塞尔维亚国家馆，今年何冰还在中东欧国家特色商品中心展台、浙江青田侨乡进口商品城境外展团展台展出来自黑山等中东欧国家的葡萄酒。在3个展台间奔走，是何冰忙碌的进博日常。

西班牙华裔、青田宝地进出口贸易有限公司董事长洪永旺带来的西班牙火腿在会场深受欢迎。“每天都有很多观众来试吃，队伍有的时候要绕展区好大一圈。”洪永旺说，这次他带来金标、黑标等多种等级的火腿。“我想把西班牙最有特色的火腿产品带到中国，送到中国消费者面前。”

莫桑比克红宝石、缅甸红宝石、斯里兰卡蓝宝石、马达加斯加蓝宝石、尼日利亚红碧玺、斯里兰卡猫眼石……说起带到进博会的宝石品类，泰国永泰珠宝集团董事长李嘉淳如数家珍。从参加首届进博会至今，李嘉淳公司的展位从最初的36平方米扩大到72平方米。今年进博会，他带来近1000件首饰，100多颗红、蓝宝石，为全球珠宝商和爱好者备足货。

在澳大利亚CPG集团董事长曹佩青位于消费品展区的展台，印有考拉、袋鼠、袋熊等澳大利亚动物图案的摆件、笔筒、收纳篮琳琅满目，吸引着年轻观众驻足。

今年，她带来文创品牌“SPACE18”的新品——澳大利亚动物系列永生笔套装。“我们希望通过这套富有澳大利亚特色动物元素的文具，把绿色环保、热爱自然的理念传递给中国的孩子们。”曹佩青说。

为进入中国市场打开新思路

有逾百年历史的华商企业正大集团将全球食品送上中国餐桌，创立“上好佳”品牌的菲律宾晨光有限公司将菲律宾唐人街等华侨华人特色元素搬到进博会展台，由印度尼西亚知名华人黄奕聪创办的金光集团APP带来最新产品——多功能可再生复印纸……华商企业深度参与进博会，不仅搭建起中国与海外商业贸易的桥梁，也拉近了中国与华商所在住国的距离。

“连续7年参展，我能明显感受到进博会在海内外的知名度越来越高。进博会对参展商的产品质量进行严格把关，进博会的‘认证’就像给参展商的一个‘验证码’，为海外企业更快地进入中国市场提供支持。”何冰说。

了解市场、打开市场、融入市场，在与华商的交流中，他们对中国和全球市场的观察思考让人印象深刻。

“新西兰商界有大量中小企业，中小企业发展的涓涓细流汇聚成中新经贸合作的源源活水。”新西兰中国商会会长祁军对中小企业在进博会上展现的生命力印象深刻。“商会为新西兰的中小企业接触中国市场创造机会，许多贸易商机就来源于这样的信息交流和沟通往来。”

新西兰亿倍通品牌管理有限公司执行董事王思维领略了直播电商在中国快速提升的影响力。在新西兰中国商会展台，隔不了多远，就能看到主播拿着产品生动讲解。“直播电商让产品直接触达消费者，接地气，高效率，无论是日常用品还是高端产品，总能通过直播电商让全国各地消费者更好地了解、购买，这个趋势为海外企业快速进入中国市场打开新思路。”王思维说。

作为护肤品产业的从业者，蒋勇敏锐感知到中国护肤品“国货”的力量。“现在中国有非常完善的护肤品产业链，从原料

生产到打样包装、运输各环节都发展得较为成熟。海外护肤品牌如果进入中国市场，甚至可以实现从生产到销售一步到位。”蒋勇说，他将深耕国内市场，在日化相关领域做精做细，与国内优秀企业进行深度合作，期待开发出更多贴合中国市场、在中国研发制造的日化产品。

交易商品也交流文化

“进博会让海外企业来到中国，亲身感受中国的发展变化，了解中国的开放包容和多元，华侨华人在其中发挥着不可或缺的作用。”正如祁军所说，为进博会忙碌的华商不仅为中外经贸往来织密网络，也为中外人文交流搭建桥梁。

新西兰纽天然（HAUORA）品牌进博会参展主要负责人张燕旅居新西兰21年，这次她带来蜂蜜、蜂胶、膳食补充剂等多种产品。“我们了解中国消费者的需求和偏好，同时与新西兰的供货商保持稳定且紧密的联系，能够帮助海外产品与中国消费者更快更好地‘相遇’。”张燕说。

“华商的独特作用在于讲述产品背后的故事。”何冰介绍，她的公司十多年来专注于将塞尔维亚和黑山优质葡萄酒引入中国，她不仅将中东欧的葡萄酒产品带进中国市场，也将当地的饮食文化和人文风情借由美酒传递到中国。“从供货端来看，华侨华人在海外生活多年，对当地企业有很深的了解，这有利于华商在当地市场筛选优质商品。从销售端来看，华侨华人了解产品在海外市场的核心竞争力和使用场景，在产品引进中国的过程中，能更洞悉消费者的使用偏好，帮助中国消费者增进对海外产品的了解。”何冰说。

“进博会把来自全球多国的企业汇聚起来，交流商业讯息，了解不同国家市场差异，感受全球市场变化趋势，这些都是弥足珍贵的商业资源。”李嘉淳说，“中国和泰国民众都知道一个词：中泰一家亲。作为常年往来中泰两国的华人，我深感中泰友好已深深植根在两国人民心中。作为华商，我不仅直接参与了中泰两国经贸往来，更致力于织密中泰商界的交流网络，为中泰友谊贡献商界力量。”

近日，由广东省深圳市侨商智库研究院与印中商务理事会联合主办的第四届侨交会（雅加达）智能科技展在印度尼西亚雅加达国际会展中心举办。来自人工智能、大数据、物联网、机器人技术、光伏储能以及医疗健康等领域的中国、印尼展商齐聚展会，侨交会为两国智能科技领域合作搭建桥梁。

为友好合作创造更多可能

炫酷又节能的透明显示屏、契合农业和采矿业自动化作业需求的机械设备、智能监控设备和便携式无线网络、中国的智慧城市解决方案……在这次智能科技展上，一系列产品、设备以及解决方案不仅技术领先，还具备适用性和性价比优势，契合印尼本地市场需求，得到现场参观者以及当地专业专家的热烈响应。

“中国与印尼在智能制造、绿色低碳和健康医疗等新兴产业领域的合作，已经成为推动两国经济高质量发展的新亮点。”中国国际贸易促进委员会驻印度尼西亚代表处首席代表李丰说。

据深圳市贸促会公布的数据，2024年上半年，深圳与印尼的贸易额达到38.8亿美元，同比增长48.3%，尤其在高科技产品方面表现突出。深圳作为中国的经济特区和创新之城，在与印尼的经贸交流中扮演着重要角色。

促成一对一深度洽谈

“从展会开始，展位上就一直人挤人。我们的交互投影产品非常受欢迎，开展当天就有30多名强意向客户。”夏单科技总经理夏静美说。

展会期间，多次参加侨交会境外展的三江电气迎来了印尼电信等多家优质客户；兴发铝业收获了设计师、代理商等合作伙伴；华南三弦参展第一天遇到的强意向客户已达45名……智能科技展上，中国展商提供的智慧物联网、智能电力设备及相关系统解决方案成为展会亮点，这些产品针对印尼人口密集、城市化进程迅速的现状，可以为印尼智能化生活和生产提供技术支撑，有效满足印尼当地市场需求。

据主办方统计，展会3天共计6107人观展，意向采购金额1.51亿美元。展会期间，物联网行业、工业机器人、绿色建材、3C家电的专场采购对接会，为展商与买家的买家提供一对一深度洽谈的机会，500多名专业买家预约参与其中。

共话科技合作新机遇

“我们非常欢迎印度尼西亚与中国之间的合作，特别是在智能技术方面，希望这次智能科技展能够激励并推动印度尼西亚经济的进一步发展。”雅加达工商会广播及出版事务副主席苏丹·阿南德说。

本次智能科技展受到印尼智能科技专业买家的关注。印尼工商会、印尼电子目录协会（印尼国家采购协会）、印尼数字领袖协会等多家在印尼影响力较大的行业协会带着采购需求组团观展。此外，展会还吸引了来自新加坡、马来西亚等周边国家的买家前来参观。

深圳市海外交流协会会长刘昕说，期待通过这一平台，展示两国在智能科技领域的最新成果，促进技术交流与合作，推动产业升级和创新发展，为两国的友好合作创造更多的可能。

侨交会为中国与印尼「智造」合作搭桥

高乔 刘耀阳

华人武者匈牙利传武：

从少林弟子到特警“总教头”

吴侃

“以前常有学员问我，能不能只跟我学招式不学文化，现在完全不同了，很多‘洋弟子’从习武开始渐渐喜欢上中华文化。”近日，匈牙利华人、禅武国际联盟总会主席王德庆接受采访，讲述30多年来在海外传武的经历。

20世纪80年代初，电影《少林寺》风靡全国，还在上小学的王德庆连看十几遍，梦想有朝一日成为武林高手。9岁时，王德庆从家乡浙江天台到了河南登封，进入一所武术学校，他天赋不俗、练功勤奋。1987年，嵩山少林寺武僧团建立，13岁的王德庆入选，法号释行嵩。

“不管寒风凛冽还是烈日酷暑，我们伴着晨钟暮鼓日复一日地练，练不好或偷懒时，也会被师傅拳脚收拾。”王德庆说，在少林寺的日子让他练就一身精湛武艺，也磨炼了意志，磨砺了心性。

1990年，王德庆第一次出国，与师兄到意大利教学一年。此后几年间他随武僧团到世界各地演出，从小在深山练武的他从没想过中国功夫在海外如此受欢迎。

“1995年，武僧团开启欧洲巡演，一家合作的当地公司花重金在舞台上还原了一座少林寺山门。演出当场爆满，观众近乎狂热，他们拿着鲜花簇拥着我们，出口总被堵得水泄不通。”王德庆说。

在马来西亚槟城的一场演出也让王德庆印象深刻，他回忆道：“当时可容纳2万余人的体育场座无虚席，表演时突降暴雨，我们在湿滑的梅花桩上表演，观众无人离席，在雨中看完演出。”

1999年，王德庆离开少林寺，只身到匈牙利传武。2003年，他在匈牙利建立禅武国际联盟，系统教学武术，他以少林功夫十八式为基础制定基本功训练法，从练功礼仪到考核分级都有细化标准。

有一天武馆里来了个“大块头”，要用空手道与王德庆较量，结果很快败下阵来，心悦诚服地拜了师。这名弟子是时任匈牙利国家警察局特警队队长西蒙·佐丹，

后来他邀请王德庆去警队教学。

王德庆说：“匈牙利警察以前只练空手道和跆拳道，我第一次在警察训练中心教课，台下近百人脸上写满了不服。我邀请了一位远比自己魁梧的警员切磋，几个招式下来就把对方摆倒，武术的力量和速度让在场警察叹服。”

2003年至2012年，王德庆担任匈牙利国家警察局特警基地总教练，同时任匈牙利总统卫队搏击教官，他还编写了一部教材，将武术融入警察日常训练中。后来王德庆转而从事警务交流工作，有空时仍会为警察授课。他的经历还被匈牙利人写入书中。

如今禅武国际联盟已在匈牙利建立10余个协会和60多家武术俱乐部，培养出100多名教练。学功夫的匈牙利人越来越多，在广场公园都有当地人在练太极，当地政要名流也热衷于这项中国传统拳术。

“对学员们来说武术已经成为一种生活方式。”王德庆说，他有一名叫沙尼的匈牙利弟子，曾经混迹街头，学武多年后成为教练，开了武术俱乐部，还组建了龙狮队，他常说，武术蕴含的智慧改变了他的一生。

少林功夫强调意、气、劲、形的和谐统一，反映了天人合一的理念，王德庆在传授武术招式套路的同时，也会解释其背后的文化内涵和哲学思想。他说：“比如在教推手的时候，我会讲解如何化解对方力量，从而达到以柔克刚、以和为贵的境界。”

不仅在匈牙利，禅武国际联盟已在21个国家建立分支机构，有近10万名“洋弟子”在这里学过武术，中国茶道、书法等也被融入日常培训。

“禅武国际联盟已举办5届国际武术赛事，还多次组织匈牙利华裔青少年赴中国研学。”王德庆说，未来，他计划举办功夫文化周，同时组织团队在海外展演，让禅武文化继续在海外“开枝散叶”。

（来源：中新社）



侨乡新貌

广西梧州：百年骑楼焕新

近日，2024年广西文化旅游发展大会在广西壮族自治区梧州市举行，梧州市万秀区百年骑楼城亮起璀璨灯光，吸引市民游客前来游玩。图为11月10日晚，梧州市百年骑楼城灯光璀璨，人群熙攘。

何华文摄（人民视觉）