

春城的小雨淅淅沥沥，空气湿润凉爽。为期5天的第二届南博会暨第22届昆交会圆满落幕。但昆明的“南博热”并没有褪去热度——人们还在谈论着南博会上的新、奇、特，采购商们还在线上线下联系着商品，企业家们在各州市考察项目的脚步没有停止，南博会还在“延续”着……

生意、笑脸、拥抱、畅谈、合作，第二届南博会给云南留下了许多难以忘却的印记。有人说：“今年的南博会，开得非常‘高大上’。”



彰显国际化 一张可喜的成绩单

孟加拉国总理谢赫·哈西娜在南博会开幕式上的一番话让人印象深刻：南博会把中国与孟加拉国历史上延续的友好关系上升到一个新的高度，其正在成为推动南亚国家与中国贸易、投资、旅游和文化交往发展的催化剂。

是的，第二届南博会交出了可喜的成绩单：共有来自32个国家、两个地区及南亚区域合作联盟431名外国贵宾到会，境外参展国家和地区达到46个，国内24个省区市及多家央企、民企和金融机构派代表团参会；展会累计外贸成交210.3亿美元，同比增长20.4%；签订外来投资项目508个，项目签约资金总额7082亿元人民币，实现了“搭建一个平台，让大家互利共赢”的目标。

国际面孔、国际水准、国际眼光、国际规范，南博会的各项活动无不展示着云南越来越开放的姿态，越来越明显的国际范儿。

出口日韩的辣椒、在港澳台地区受到热捧的茶叶、远销欧美的蔬菜，云南各州市借南博会积极对接外部市场，发掘商机。几天时间，临沧市连推3场招商推介会，用足南博会平台优势；苹果、三七、辣椒，文山壮族苗族自治州响当当的品牌悉数亮相，文山州商务局副局长徐顺勇说，文山州外贸年均增长率在16%，这一成绩与南博会的巨大影响力分不开。

探索市场化 擦亮企业金字招牌

南博会期间的昆明国际会展中心，帝泊洱自助茶饮小站人头攒动，5天展会期间，参展商、观众在这里可以自助免费冲泡茶水。

政府精心组织搭建了南博会的良好构架，而充分借助市场的力量才让南博会真正羽翼丰满。今年的南博会“试水”市场化，吸引了近40家知名企业以协办等方式参与。参与其中的企业认准了南博会这一平台的巨大效益，让参加展会的数十万潜在消费者品尝、接近自己的产品，这就是像帝泊洱一样的企业期待的宣传效果。更多的品牌瞄准了参展的商界、政界人士，利用这个平台寻求更加广阔的合作机遇。

市场总是存在无限的可能性和无穷的创造力。小到展会期间茶杯的图案、餐饮服务、邮件快递，大到法律服务、金融服务、运输通关……不仅面向参展商和观众，更延伸到了参展各国政界、商界的高层。今年的成功尝试，无疑开了一个漂亮的好头。借助市场的力量，南博会的金字招牌更闪亮、更具吸引力，也必将更加充满活力。

迈向专业化 走向长远的必由之路

专业是一种态度，更是一个展会走向长远的必由之路。本届南博会初步实现了专业采购和展

销的分开，描绘了一个更加明晰的发展方向，探索建立区域内最具专业水准的采购平台。

本届南博会迈出了走向专业化的坚实步伐。“展会销售只是获得短期收益，对接产业链才是企业发展的生命力。”一位国企的采购总监在本届南博会商品（服务）采购大会上告诉记者，世界上许多顶级专业化的展会甚至不向公众开放。

商品（服务）采购大会这一云南首个国际化采购展会平台已具雏形。为期4天的采购大会包括旨在沟通厂商和采购商团的说明会、对接会和各类洽谈活动，会场即时免费提供采供信息发布、企业形象宣传，专业化发挥体现得淋漓尽致——为生产商和供应商提供优质商品资源；为采购商提供商品展示、洽谈的最佳渠道；为全球产品进行国



际流转提供最佳途径。

从货物贸易向服务贸易延伸、从进出口向促进相互投资延伸、从线下向线上（电子商务）延伸，专业化的提升得以体现，并最终转化为活跃的交易和互利共赢的成果。

共享多元化 南博会属于每一个人

南博会的风景属于每一个参与其中、享受过程、期待未来的人。

苏茉莉每天都会来到商品采购大会现场，这个年轻漂亮的印度女子既不是商人、也不是企业家，而是印度观察家研究基金会的一名学者，她的工作是向各国客商推介“印度商业投资的机遇与风险”。为了让更多人了解印度，在参加南博会之前，她就有针对性地市场调查问卷发放给参展企业，并邀请企业随时前来咨询。

苏茉莉认为，由于民间交流渠道太少，很多中国、东南亚中小企业并不了解印度的市场情况。她希望通过这种形式，促进中国与印度的民间交往，分享发展成果。

南博会正是这样一个多元化的舞台，政界精英、商业领军、学者专家都可以在这里发出自己的声音，施展各自所长。

在会展中心，各国琳琅满目的商品让购物者看得稀奇、买得过瘾；在海埂会堂，关于“新能源与投资”、“旅游与服务业”的话题不仅让南亚各界人士兴奋，也让各方发现新的合作可能；在东盟华商会上，华商的爱国热情和对祖国发展的担当，凝结成回国开拓事业、融入新一轮西部大开发的积极行动；在泛亚金融开放合作讨论中，创新金融合作方式，探寻孟中印缅经济走廊建设行业突破口成为话题焦点……多样的视角、多彩的方式，共同组成了一个世界的南博会。



第三届云台会举行

据新华社昆明电（记者吉哲鹏）近日，由国务院台湾事务办公室和云南省人民政府共同主办的第三届云台会在昆明开幕。

第三届云台会以“台企入滇，西进东盟，开拓南亚，优势互补，资源共享，产业对接”为主题，相关活动在昆明、玉溪、楚雄三地举行。

开幕式上举行了项目签约仪式，云台两地签署了21项合作协议，协议金额达31.99亿美元。云台会是云台两地交流合作的重要平台。首届云台会于2012年举办。据介绍，2013年云台两地贸易额达11亿美元，云南赴台交流、旅游、探亲、学习约4万人次。

云南规划建设台湾产业园

据新华社昆明电（记者吉哲鹏）记者从10日在昆明召开的云南台湾产业园区建设研讨会上获悉，云南滇中产业聚集区将规划约10平方公里土地，用于建设台湾产业园核心区，吸引台企入园发展。云南台湾产业园区建设研讨会是第三届云台会系列活动之一，来自海峡两岸的200余名各界代表出席了研讨会。

云南省台办主任李极明表示，目前云南台湾产业园区核心区的选址已经完成，正在进行规划工作，并已成立投资公司。

中越农行启动跨境结算



6月10日，中国农业银行云南省分行与越南农业与农村发展银行河南省分行跨境结算业务启动仪式在云南麻栗坡县正式启动，此举将推动沿边金融综合改革，简化企业跨境贸易手续、规避汇率风险、节省交易成本，促进中越贸易的发展。图为中越两国农行员工在进行交流。

梁志强摄（新华社发）

云南直通新疆内蒙古列车开行

据新华社昆明电（侯文坤、邓瑜）从昆明铁路局获悉，7月1日起，昆明铁路局将开行昆明至乌鲁木齐K1502/3、K1504/1次和昆明至呼和浩特K692/3/2、K691/4/1次直通旅客列车。

据介绍，新开行的昆明—乌鲁木齐K1502/3、K1504/1次直通快速旅客列车由昆明铁路局担当。经由广昆（广通至昆明）、成昆（成都至昆明）、宝成（宝鸡至成都）、陇海（连

云港至兰州）、兰新（兰州至乌鲁木齐）线运行。新开行的呼和浩特—昆明直通快速旅客列车K691/4/1、K692/3/2次由呼和浩特局担当。经由沪昆（上海至昆明）、内六（内江至六盘水）、成渝（成都至重庆）、襄渝（襄樊至重庆）、西康（西安至康定）、包西（包头至西安）、集包（集宁至包头）线运行。

近年来，云南建工集团有限公司（下称云南建工）积极走出去参与国际竞争，不断拓展海外市场，在东南亚市场探索从竞争走向合作共赢的途径——

把抢饭碗变成做蛋糕

杨红川 张若谷

“积极参与并利用好各种展会平台，是企业走出去的一个重要途径。”在介绍走出去的成功经验时，云南建工国际工程部部长陈伟强举了个例子，“通过去年南博会和中国—南亚商务论坛，云南建工在尼泊尔寻找到了合作伙伴并签署了战略合作协议，为云南建工开拓尼泊尔市场奠定了良好的基础。一些项目合作的洽谈已经展开，预计今年内实现项目合作的突破。”

规划先行 布局未来

随着桥头堡建设的推进，已经在海外市场颇有建树的云南建工开始把眼光投向了印度洋沿岸那片广阔的南亚市场。

“对南亚我们很早以前就比较关注。云南建工把南亚市场作为发展战略的一个重点，从2012年开展了一系列前期准备。”陈伟强介绍说。虽然一开始没有具体的合作项目，但在云南省商务厅支持下设立了斯里兰卡商务代表处，着手对当地市场展开调研。“正是由于集团对南亚市场的高度重视，提前谋划布局，先期做好了充分准备，去年我们在斯里兰卡获得第一个工

程项目，实现了在东南亚市场的突破。”

目前，云南正积极加快“一带一路”的融入和孟中印缅经济走廊等区域合作进程，顺应时势走出去就是抢抓机遇。正是基于对南亚市场长期的研究准备，云南建工改变了以往通过项目先行开辟市场的传统套路，转为先搭建平台，建立推广营销渠道，再逐步争取项目合作的南亚新模式。

尊重文化 赢得互信

互惠互利不是简单的利益取舍，尊重才能赢得信任。“总结多年来走出去的实践经验，尤其是在开辟南亚市场的过程中，我们最深刻的体会是：语言不是走出去的最大障碍，最重要的因素在于我们是否主动地去了解、认识并尊重当地的文化。”在陈伟强看来，文化的认同是建立互信的基础，了解文化也是一种成本投入。

作为进入南亚市场的落脚点，云南建工在斯里兰卡设立商务代表处后，就通过开展高层互访、协助民间宗教、文化交流等形式，积极推进云南与斯里兰卡社会各层面的交往。“南亚国家人民的心态是开放、包容的，但我们走出去的企业一定要了解并尊重当地的文化。文化的交流和认同更能超越商业利益建立起互信基础，有了互信，才能创造发展的空间，实现互惠互利。”

经营资源 互利共赢

“把云南建工走出去项目变成南亚国家走出去的渠道。”一种“搭桥式”资源整合模式正在成为云南建工在南亚实现互利共赢的途径。陈伟强表示，印度劳动力资源丰富，在目前还

没有找到投资建设项目的情况下，云南建工统筹整合海外项目资源，通过搭建劳务输出渠道，从印度输送务工人员参与云南建工在沙特的工程建设项目。“创造机会，就是为将来的合作奠定基础。”

从经营项目到经营资源，这是云南建工转型升级的方向。由于世界性金融危机的冲击，近年来国际贸易保护加剧，中国企业在海外进行的投资和建设项目常被曲解为“抢饭碗”。利用企业的平台和渠道进行市场整合，在走出去的同时，帮助南亚国家实现劳动力资源的走出去，云南建工经营资源的理念，让海外客户看到了中国企业实践互利共赢的真诚态度，也把“抢饭碗”的疑虑变成了“做蛋糕”的共识。



老挝万象东昌五星级大酒店 云南建工供图

云南自主研发 3D打印机亮相



US团队成员在介绍3D打印技术产业



研究人员向观众讲解打印原理

6月13日，中国船舶重工集团公司昆明七零五所在昆明推出了由该所科技人员组成的U3团队自主研发的实用型3D打印系列产品，并向公众演示了3D打印流程。

新华社记者 陈海宁摄