中国和墨西哥“心灵相通”

——访墨西哥驻华大使贝尔纳尔

海外网 **张六陆**

身材挺拔，眼睛有神，一头明亮的白发，墨西哥驻华大使何塞·路易斯·贝尔纳尔很容易给人留下深刻的第一印象。驻华两年多来，贝尔纳尔见证了中国的快速发展，也对中国社会进行了细致的近距离观察。

2019年是中墨建交47周年，贝尔纳尔近日接受人民日报海外网专访时，分享了他在中国的“文化之旅”，也表达了对两国深化多个领域合作、增进彼此了解的期待。

中墨两国人民都热爱美食

墨西哥和中国相距万里，中间隔着一个太平洋。地理上的隔阂往往会形成迥然不同的文化习惯和民族性格。但在贝尔纳尔眼里，远隔重洋的墨中两国在很多方面都“心灵相通”。

关于墨中两国的相似性，贝尔纳尔侃侃而谈：两国都是具有悠久文明历史的国家；历史上两国都曾遭受巨大苦难，但都凭借努力一步步摆脱困境；两国在家庭观念上有许多共同点，“我们都热爱美食，喜欢和家人朋友在一起”。

对生活的热爱，对欢聚时光的珍视，体现在两国对待食物和节日的态度上。早在20世纪初，在贝尔纳尔的故乡墨西卡利市就已经能够品尝到中国美食。走过一个世纪的岁月，中国味道已经在墨西哥“遍地开花”，品类丰富、美味可口是墨西哥人对中国菜的印象。同中国人一样，墨西哥人对食物也很讲究，除了人们耳熟能详的墨西哥玉米卷（Tacos）外，墨西哥人会根据地域、季节、时间等享用不同的美食。“在这一点上，墨中文化很相似。”贝尔纳尔说。

墨西哥驻华大使何塞·路易斯·贝尔纳尔近照。 海外网 **谢 明**摄

到中国担任大使两年来，贝尔纳尔的足迹遍布大江南北，他惊喜地发现两国在节日庆祝方面有很多相似传统，无论是地方舞蹈、音乐还是节日特色食品都能引发他的共鸣。在众多中国传统节日里，让他印象最为深刻的是端午节和春节。在贝尔纳尔看来，节日对于两国人文交流非常重要，能够增进双方对彼此的理解。

对华贸易逆差不是“损失”

谈及两国经贸合作，贝尔纳尔高兴地表示，过去20年间墨中合作不断深化。原因归结有三：不断增加的政治互信、互利的国际分工合作以及持续扩大的双边投资。

2003年中墨建立战略伙伴关系，2013年升级为全面战略伙伴关系，为两国经济合作打下了坚实的政治基础。同时，两国在进出口货物结构上的高度互补也为经济合作提供了源源不断的动力，墨西哥从中国进口货物，经国内加工后再销往国外。墨西哥对中国的出口货物不仅仅是农产品和食物等初级产品，还有汽车等高附加值产品。最后，墨中双边投资也是重要的组成部分。“近年来，不少中国公司将目光投向墨西哥，也有越来越多墨西哥公司来华投资，目前中国第二大面包生产商就是一家墨西哥公司。”贝尔纳尔表示。

而谈到如何看待墨西哥在对华贸易中所处的逆差地位，贝尔纳尔将目光放得十分长远：“墨西哥并不把对华贸易逆差视作‘损失’，从某种意义上说这是件好事。”贝尔纳尔进一步表示，“墨西哥正在积极对接全球价值链，全球价值链带来的国际分工和巨大的潜能才是墨西哥所看重的。”

墨西哥欢迎更多中国游客

中墨两国关系的未来不仅要有经济政治层面的合作，也要保持更为深层的人文交流。2018年共有17万中国游客到访墨西哥，贝尔纳尔表示，墨西哥拥有多元开放的文化、美丽的自然和人文景观以及完备的旅游服务，当地人热情好客，“墨西哥已经准备好接待更多中国游客”。

此外，体育合作也是两国人文交流合作的增长点。贝尔纳尔介绍，近年来，墨中两国不断推进体育合作，在墨西哥的跳水、羽毛球、射箭等领域，出现了很多中国教练的身影。在中国教练的帮助下，墨西哥在前不久举行的泛美运动会上取得了历史最好成绩，这使墨西哥将更自信地参与2020年东京奥运会的竞技。

采访结束前，贝尔纳尔再次表达了通过各种渠道加强双边关系的强烈期待。他说：“有时候我们不理解彼此，是因为不了解对方的表达方式、价值观和期待，双方要通过使馆和商业往来，进一步拉近彼此的距离。”

采访手记

大使的解释很有参考意义

张六陆

玛雅金字塔、阿兹特克人的太阳历……对同样拥有灿烂文明的墨西哥，中国人并不陌生。“我在中国当大使”栏目组在走进墨西哥驻华大使馆前查阅了大量资料，希望为海内外受众更深入认识中墨关系提供历史文化之外的新视角。

“中国是墨西哥的第二大贸易伙伴，墨西哥是中国在拉美的第二大贸易伙伴”，这些信息引起了栏目组的关注，于是经贸合作成为我们采访的重点问题。

北邻美国，南接危地马拉和伯利兹，东临墨西哥湾和加勒比海，西望太平洋和加利福尼亚湾，墨西哥是两大洲、两大洋的陆路通道交汇点。作为“陆上桥梁”，墨西哥经济发展高度依靠对外贸易，因此对外部经济形势的冷暖变化格外敏感。

贝尔纳尔大使指出，墨西哥非常重视发展对华贸易，对华贸易逆差并不意味墨西哥“吃了亏”。大使谈到，如今中国已成为全球130多个国家和地区的主要贸易伙伴，虽然中国从不以追求贸易顺差为目标，但由于中国商品物美价优，在市场选择下形成了一些国家与中国的贸易逆差现象。一方面要看到，中国通过不断向世界开放市场、主动降低进口关税、积极扩大进口等举措在持续收窄贸易顺差；另一方面一些国家也要认识到，不能简单用“逆差”等于“吃亏”的思维模式来看待对华贸易。对于应该如何客观认识对华贸易逆差问题，贝尔纳尔大使无疑提供了一个具有参考意义的角度。

我们试图通过文字和镜头，将贝尔纳尔大使的观点带给海内外的广大受众，同时也希望传递一个重要信息：墨西哥和中国都是自由贸易的支持者，以全球价值链为导向的经济全球化进程不可逆转。

“品质生活论坛”在蓉举行

成都引领生活方式新时尚

2019年11月4日，由英国《Monocle》杂志主办的“品质生活论坛”在中国成都举行。本次“品质生活论坛”是《Monocle》杂志在亚洲举行的首场高级别会议。

创立于2007年的《Monocle》杂志，总部位于伦敦，关注生活的品质和价值，注重城市发展的软实力，在国际时尚界具有较大的影响力。而成都是中国西部的中心城市，是集历史、人文、自然、经济和优质生活方式于一体的现代化都市，魅力无穷，机遇无限。

时尚之都

本次“品质生活论坛”选择成都作为会议地点，是对成都的肯定，也是成都向世界展示城市形象的机遇。

走在太古里商圈，时尚气息便扑面而来。坐落在这里的成都国际金融中心就是一个打卡胜地，大楼外墙上趴着一只大熊猫雕塑，这是国外装置艺术家设计的雕塑作品“I Am Here”，很多游客都乐意到此一游。在国际金融中心附近，以川西风格的青瓦搭配落地玻璃的太古里步行街区人流如潮，热闹非凡，许多国际时尚品牌都聚集在此，周围高档酒店林立……

不只是太古里商圈，春熙路、骡马市、天府广场……老商圈焕发新颜，新商圈层出不穷。目前，成都国际一线品牌数、门店数量均位居中国城市前列，许多国际品牌开始倾向于将成都置于中国战略的前线和中心。

不只是商圈，成都的时尚还表现在当地对于艺术、文化的追求。

书店能展现一座城市的阅读氛围和文化指数，而成都的书店不仅数量多，而且各具特色。方所、西西弗、言几又、Page One、散花书屋、三联韬奋……成都人在逛街时都有可能停下脚步，走进书店，或倚在书柜旁，或坐在台阶上，手捧一本书，让自己徜徉在知识的海洋中。

在艺术方面，红星路35号、蓝顶、明堂……各种艺术区特色鲜明，风格独特，吸引国外内人士前来创作，也培育、孵化出高价值的文创产品。此外，博物馆、艺术展、音乐会，都能让人感受到成都的时尚与文化品位。

活力之城

成都是时尚之都，也是活力之城。随着中国商业版图变化，成都正在成为公司总部和制造业的中心。这里生活成本低，拥有大量的商机，无论是高街还是高科技园区，都蕴藏着巨大的发展机遇和潜力。

如今在成都，英特尔、戴尔、德州仪器、富士康等世界500强企业纷纷落户，地奥集团、海特高新、奥泰医疗、相机360等一系列具有高科技含量、代表新兴发展趋势的企业也诞生在这里。在天府软件园、天府国际生物城，几乎每天都有新的企业注册、新的产品诞生。

为了赶上时代发展的潮流，成都瞄准“新经济”发力。从举办新经济发展大会，到设立新经济发展委员会，再到全国大众创业万众创新活动周主会场落地——成都，正成为适宜新经济成长的城市，汇聚了众多新经济机遇。

经济活力的绽放，机遇的大量涌现，吸引了众多人才加入成都，在这里挥洒青春，实现价值和梦想。当下，许多精英人士选择来到成都，许多高校毕业生也愿意留在成都发展。

在成都，人们可以在白天忙碌的工作后，晚上到各类美食餐厅大快朵颐，到酒吧放松，消除一天的疲劳。活跃的“夜购、夜赏、夜食”等夜间消费场景，向世人展现了这座城市的独特魅力。在成都，人们可以在节奏缓慢的茶馆谈项目、谈融资，在悠闲的气氛中开展经济活动，实现快节奏与慢生活的平衡。

开放之地

此前，《Monocle》杂志先后在里斯本、维也纳、柏林、苏黎世、马德里等城市举办“品质生活论坛”。这些城市无一不是国际化程度较高的都市。当然，成都在这一方面也毫不逊色。

汉唐时期，成都因大量生产丝绸等精致货品而成为制造业重镇和物流集散地。时至今日，成都在开放之路上又焕发出新的风采。

从青白江出发的中欧班列，经过十几天运行可抵达欧洲，不断把“四川造”和“成都造”商品运往欧洲，同时又将欧洲的各类商品运到中国。

在航空方面，成都已开通的国际航线遍布全球，旅客吞吐量名列全国前茅。而正在修建，将于2020年投入使用的天府国际机场将使成都成为全国少数拥有双机场的城市。

开放的环境吸引了众多国际机构在成都设立办事机构，经贸和文化交流成为成都对外交流的“双引擎”。近期，尼泊尔获批将成为第18个在成都设立领事机构的国家。国际城市也纷纷与成都握手结好，目前成都36个国际友城和66个友好合作关系城市遍布全世界。

因为开放包容的环境、便利的交通，世界警察和消防员运动会、联合国世界旅游组织第22届全体大会、G20财长和央行行长会议等国际会议在成都举办。成都，正在吸引世界目光。

数据来源：成都市人民政府新闻办公室

·广告·