

左手边是上海老妈 右手边是洋媳妇

中国小伙携波兰蜜蜡来站台

波兰老丈人青睐上海女婿

故事要从9年前开始说起,刚刚大学毕业的上海“80后”小青年胡俊伟进入了一家建筑企业,被外派到波兰华沙修路。上海小囡普遍恋家,一个人背井离乡去人生地不熟的东欧,胡俊伟实在不认为这是份美差。

在波兰外派的日子很是无聊,闲暇之余只能靠网聊打发时间。胡俊伟在网上认识了一位1991年出生的波兰妹子,也就是他现在的太太莫妮卡。虽然两人毫无交集,生活背景也相差很远,但按胡俊伟的话说,突然之间,王八瞪绿豆,两人就这么看对眼了。

莫妮卡的家乡,是位于波兰波罗的海之畔的城市格但斯克,盛产琥珀蜜蜡,被称为世界蜜蜡之都,而她家里经营着一家90年历史的家族蜜蜡加工企业。胡俊伟觉得很厉害,就带着一瓶伏特加上门提亲,到了格但斯克一看,家族企业其实就是一个小作坊,前店后工厂,老板员工就一个人,帕弗里克蜜蜡世家第四代掌门——莫妮卡她爹。

女婿见丈人,是人类自古以来永恒的考验。所幸胡俊伟酒量还不错,推杯换盏之间用伏特加赢得了未来老丈人的青睐。当然主要还是老帕弗里克开明,一点都不介意女儿带回个中国女婿,而精明能干的上海小胡也让正在为家族产业后继无人而苦恼的老帕弗里克眼前一亮。

说来也巧,胡俊伟父母都曾经商,他也遗传了些做生意的基因。在迎娶莫妮卡加入帕弗里克家族后,他就寻思着怎么把波兰

要是早个几年,胡俊伟怎么也不会相信,自己将以波兰帕弗里克蜜蜡世家第五代掌门人的身份“荣归故里”参加进博会。昨天,第三届进博会开馆首日,他站在6.1消费品馆C8展区“波兰蜜蜡世家”展台前,右手边是他的波兰媳妇莫妮卡,左手边是他的上海老妈,三人卖力地推广着波兰帕弗里克家族祖传蜜蜡,胡俊伟觉得这画面实在是太魔幻了。



优质蜜蜡对接中国市场,把家族企业做大做强。凭借着中国发达的电商网络,以及近年来兴起的蜜蜡热潮机遇,胡俊伟成功了,原本不咸不淡的生意大有起色,家

庭小作坊变成了国际贸易公司,从一个人一家店,发展到在中波两国拥有40多名员工的规模。

蜜蜡其实就是不透明的琥珀,最主要的产区就是在波罗的

海周边,波兰蜜蜡加工拿手的是镶嵌工艺,而中国则胜在雕刻。胡俊伟发挥各家所长,用波兰优质的蜜蜡原料,在两国工厂加工,然后借助中国淘宝、拼多多等电商渠道销售,商品很受市场认可,每天都能发出几百件包裹。

经过胡俊伟一番操作,帕弗里克家蜜蜡生意越来越好,不料今年遭遇疫情,跨境贸易一落千丈,而进博会的召开,让他们看到了转机。

其实前两届进博会他们就准备报名参加,但因为错过了申请时间而被耽误,这次提前了半年多申请终于成行。

不久前,胡俊伟好不容易买到机票,带着莫妮卡和三岁的混血宝宝从波兰回到上海,隔离了十多天后参加进博。

上海婆婆鼎力支持洋媳妇

一起来参展的还有胡俊伟的老妈刘彩霞,一家三口中西搭配在参展商中也是一道独特风景。三人合作分工有度,不会说中文的莫妮卡负责貌美如花,金发碧眼的她往展位一站,就是最好的广告;胡俊伟负责技术支持,专业客户由他对接;而刘彩霞则发挥上海阿姨的特长,专门负责讲价。

说起波兰媳妇,婆婆刘彩霞“哎”了一声,说跨国婚姻看上去浪漫,但经营起来真的不易,波兰媳妇遇到上海婆婆,语言不通观念不同,如何相处对双方都是挑战。“但是中国的父母总是一心为小孩的,不管是婚姻还是事业,我们总归要鼎力支持,比如帮他们带带孩子。”一说到孙子,刘彩霞眼睛亮了起来,说宝宝太可爱了,

一口中文说得比他妈流利多了。和所有家庭一样,孩子总是最好的黏合剂。

一边是波兰老丈人的信赖,一边是上海爸妈的支持,还有照顾妻儿的责任,胡俊伟觉得压力山大。十多年前他原以为自己会在上海当一个会计,平平淡淡地度过一生。而现在机缘巧合之下,他娶了一个洋媳妇,打听着跨国商贸业务,还成为波兰蜜蜡家族的第五代掌门人,如何一步步走到今天,连他自己也觉得很神奇。

但有一点可以肯定,正是因为背靠强盛的祖国,以及中国始终坚持对外开放的政策,这几年每一步他都走得胸有成竹。上海是“一带一路”的桥头堡,波兰则是“一带一路”沿线的重要国家,如今加上进博会的助力,这个跨国婚姻小家庭如同一艘小帆船,顺着大时代的东风,正乘风破浪,扬帆起航。

昨天是进博会第一天,生意还没有完全进入状态。但能顺利参会,胡俊伟已经心满意足。就在一天前,波兰日均新增病例突破2万例,全国酒吧餐厅封闭,形势异常严峻。一边和波兰的家人发着信息互报平安,一边身处进博会热闹现场,令他感觉很是逃离,仿佛在两个世界不停切换。

但无论如何,正常生活已然开始重启,莫妮卡和宝宝都很喜欢上海,预计今后很长一段时间里,他们一家都将生活在这里。回到日思夜想的家乡参加进博,身边陪伴着自己最爱的人,对胡俊伟而言,没什么比这更令他感到安心了。

本报记者 李一能



进博会有多棒?听听国外媒体和网友怎么说

高科技很吸睛“磁力”难抗拒

看看非遗客厅,体验异国文化;兜兜汽车展区,感受酷炫科技;展现“十八般武艺”,聊聊合作意向……

前天开幕的第三届中国国际进口博览会,物质、文化好物云集,让身在“四叶草”展馆中的参展商、观众和媒体记者逛得不亦乐乎。而正式开门迎客的第一天就为参展的新西兰外资公司颁发了首张营业执照和食品经营许可证,签下首个价值5亿美元的采购订单,则让人们感受到了中国进一步开放市场的诚意。

热闹的场景,令国外媒体和网友不由得感叹疫情背景之下的这场进博会,为世界经济复苏、提振世人信心注入的更多正能量。

这里的一切很吸睛

千万别以为进博会只是参展企业在意的事。

悠扬柔和的音乐,搭配绚丽

光影的夜上海。社交网站一段进博会举办地、上海的黄浦江畔夜景的直播视频,吸引了众多外国网友的目光,他们纷纷在评论区留言道:“太美了!”“欢乐之城!”“哇,上海的美丽灯光。”

这两天,与进博会有关的图片和视频,总是格外能引起外国网友的兴趣。除了夜上海,正在进博会上展出或是已经投入使用的黑科技尤为吸睛。

中国媒体在社交网站上开出的直播间里,外国网友一边看着中国记者在“四叶草”展馆中用英文介绍场馆内各色新奇玩意,一边点赞,送上越洋的祝福。进博会汽车展区中,各家车企酷炫的新款“尖货”和汽车零部件制造商最新技术展示的照片,更是引来了一大波外国车友的啧啧称赞“太酷了!”还有学会了中国网络用语的外国网友点赞“666”。

除了这些尖端、前沿、吸睛的

展品,主办方为本届进博会顺利举行准备的高科技防疫设备,也成了外媒竞相报道的对象。《西日本新闻》和朝日电视台等就向日本民众详细介绍了在会场周围运营、能自动对乘客测温、为车内进行紫外线消毒的穿梭巴士的情况。

进博“磁力”难抗拒

在各家通过线上或线下方式参展第三届进博会的企业眼中,进博会是一个互通有无、积聚力、争取订单的关键平台,尤其是在新冠肺炎疫情极大冲击世界经济的大环境之下。

对“老朋友们”而言,进博会的“磁力”难以抗拒。今年是宝马集团第三年参会。马来西亚《星报》报道称,宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐在接受媒体采访时表示:“我们认为,进博会是中国持续开放的象征。在过去

的40多年里,正是开放为中国带来了可持续的成功。”

而“新朋友”之所以愿意成为“回头客”,除了疫情冲击正常贸易往来带来的压力外,更多的是出于对中国市场和经济韧性以及复原力的信心。

全球轮胎行业知名企业米其林在1月底就果断报名,成为本届进博会的“回头客”。在第三届进博会开幕倒计时的100天之际,米其林又与中国国际进口博览局签下了3年长期参展的合作备忘录。米其林大中华区总裁兼首席执行官韦书杰表示,今年的进博会上,除了展示自家丰富的产品外,还将抓住契机寻找新的商机和潜在合作伙伴。马来西亚《星报》援引韦书杰的话报道称,“像进博会这样的平台,对帮助世界经济复苏和恢复人们的信心都十分重要”。

开放的承诺,就像磁力一样,

吸引着“回头客”年年回头,“回头客”升级成为“回头客”。

乌兹别克斯坦媒体评论称,中国通过进博会积极回应了当前疫情大流行的背景下各国对扩大国际合作的关键诉求。

在线上为参展的本国企业“站台”的挪威贸易、工业和渔业部国务秘书桑德-艾登表示,中国举办进博会,迈出了开放的重要一步,采取措施保障贸易和就业,不仅将推动贸易往来,也将促进经济全球化。桑德-艾登期待,挪威与中国进一步挖掘潜力,加强交流与合作,实现两国共同利益。

事实上,开展国际合作,是世界各国当下的关键诉求,也是应对新冠肺炎疫情、推动经济复苏的有效出路。正如希腊学者乔治·措格普洛在听完中国国家主席习近平的进博会主旨演讲后所分析的那样,习主席屡屡提及“开放”,发出加强国际合作的信息,而国际合作正是解决国际问题的基础前提。

比利时《晚报》写道,进博会的特别意义和重要性已经超越一个普通的贸易展览会,它将为深陷困境的世界经济带来“光亮”。

本报记者 齐旭