

# “昂切!”今年非洲朋友特别多

埃塞俄比亚的咖啡、南苏丹的乳木果油等越来越多的非洲特色产品正在通过进博会走向国际市场

“昂切!”来自马里共和国的阿马都(AMADOU THERA)一边在产品手册上印上手机号码,一边给老乡做义务翻译。他说“昂切”在马里语的意思是“你好”,“今年我的非洲老乡特别多,有的在国家馆,有的在论坛艺术展上,其中2.2食品及农产品展区里最多”。

► Justin (左一)、王杰美(右一)期待在进博会大展拳脚

本报记者 钱文婷 摄



▲ 来自塞内加尔的猴面包树果实亮相

本报记者 刘歆 摄

第七届进博会食品及农产品展区继续以三个场馆的大体量网罗世界美食。为了让更多发展中国家参与到包容开放的经济全球化进程中来,本届进博会为37个最不发达的国家参加国家展和企业展提供支持,食品及农产品展区也进一步扩大了非洲产品的专区面积,共设来自12个非洲最不发达国家和地区的26个展位,参展面积增至225平方米。马达加斯加的羊肉、埃塞俄比亚的咖啡、南苏丹的乳木果油等都将通过进博会平台触达更广阔的国际市场。

## 不放过每次展示的机会

用非洲鼓的动感韵律为自己的产品打CALL,熟门熟路的阿马都今年是第四次参加进博会,去年他从西南林业大学博士毕业后,开始一心一意地为家乡工厂生产的肌

肤黄金油带货。通过进博会,这款来自非洲马里的纯天然手工护肤品,在中国以每年2%的销售增量领跑当地同行,不仅带动了就业,也将纯天然的健康护肤产品引进中国、走向世界。“当前全球市场存在一定挑战,但中国是最坚韧、表现最好的市场之一,我们通过进博会结交了许多采购商,转化率和效果非常不错。”

据阿马都介绍,进博会让他结交了许多进出口贸易公司的朋友,其中不乏需求量大、并计划将产品销往澳大利亚等国际市场的中国人。由于产品坚持手工制作,生产规模尚未进一步扩大,但他从不放弃在中国各个城市参加展会的机会。“我在昆明注册了贸易公司,在上海也有很多代理商,许多中国朋友加了我微信,期待一起将品牌做大做强。”

## 寻找现代化发展的灵感

来自南苏丹的Justin第一次来进博会,他曾于2005年在同济大学做过三个月的短期交换生。阔别近20年再度来华,上海日新月异的变化令他感慨万分,接连用好几个“blessing(祝福)”形容他的感受。Justin的妻子Regina是南苏丹西赤道州尼罗蒂咖啡乳木果油工厂的负责人,她说在南苏丹,乳木果采摘提炼技术世代传承,每到丰收时节,当地的女性和孩子们参与到采摘收集、打碎生产和加工包装等一系列工序当中。

尼罗河岸水草丰美土壤肥沃,带来了许多大自然的馈赠。Justin还带来了几瓶纯液态蜂蜜,当地人仍然以烟熏这一传统收集方式在野外获取。“尼罗蒂咖啡乳木果远销欧美,纯天然蜂蜜市场反馈也不错,我

们希望通过进博会参与到中国这个充满活力的市场,带来南苏丹的精品和当地人的劳动成果,也看看世界最顶尖的食品科技变革和行业趋势。”Justin期待在进博会上找到探索农业现代化发展新思路的灵感。

## 建设更开放包容的市场

北京威斯世纪商贸有限公司执行董事王杰美是展区里为数不多的中国人,她所在的Safari import and export机构是众多非洲品牌的中国合作伙伴。这回她带来了来自非洲的猴面包果汁和洛神花茶,还将作为Justin的得力帮手开展与采购商的一对一对接。“这几年,来自非洲的手工艺品和原材料虽然设计简单、形制粗犷,但异域风情和历史底蕴浓郁,深受国内消费者的欢迎。”

作为沟通双方的纽带,王杰美也用实际行动帮助非洲小伙伴完善当地的产业链和供应链,她曾向南非客户出口制砖机,提高生产效率、降低成本,改善当地居民的居住水平和生活条件。得知南非北部的林波波省缺少钉子,她便在中国全套采购了制钉机生产线,帮助建设了当地唯一一家制钉厂。这几天,她还和Justin沟通,准备帮助南苏丹工厂采购一批水果烘干设备,提高水果研磨成粉的效率,这样既有利于保存又方便运输。

今年9月,中非合作论坛北京峰会成功召开。“中非携手推进现代化十大伙伴行动”备受关注。在扩大对非洲市场开放方面,中国给予包括33个非洲国家在内的所有同中国建交的最不发达国家100%税目产品零关税待遇。而支持非洲最不发达国家参加进博会正是落实本次中非合作论坛成果的实际行动,推动中国大市场成为非洲大机遇的有力举措。越来越多的参展商和采购商主动担当起友谊大使的责任,为中非共逐现代化之梦、构建人类命运共同体作出新贡献。 本报记者 钱文婷

一批跨国车企在进博会释放出强烈信号

# 持续加码中国 发力本土研发

## 将“中国创新”带到全球

“虽然我们正经历挑战,而且在中国的竞争对手比在美国还要多,但在我看来,正是竞争才让通用汽车成为更好的企业。我觉得无论对通用汽车还是我们在华的合资企业而言,中国市场能为带来许多绝佳的机遇。”通用汽车中国公司总裁何思文今年4月刚到中国,体会最深的就是“中国速度”,特别是产品开发速度以及业务落地的速度。“在中国市场,我看到很多特有的创新。比如,其他市场就没有直播卖车的做法。现在,在上汽通用和上汽通用五菱工厂里都没有直播中心。又比如,中国本土车企在座舱的智能化设计上,也让人印象深刻。过去,汽车行业的许多创新源于美国加州或欧洲。现在我相信,中国正走在世界的前沿——许多正在中国率先发生的趋势,会在未来遍布全球。”

中国汽车产业进入创新驱动、绿色发展新阶段,汽车竞争越来越激烈,消费者需求也越来越多样化。大众汽车集团管理董事会主席奥博穆表示:“中国是推动全球汽车产业发展的重要引擎。我们将持续投入,勇于创新,

中国团队主导研发、与本土科技企业合作、研发中心全面升级……在本届进博会上,跨国车企正释放出强烈信号:中国市场是全球车企探索转型的重要试验田。如今技术创新不再只是满足单一市场的需求,而是要通过在中国市场的创新,推动全球技术的迭代和升级。而“加强本土化研发”不仅成为跨国车企高管口中的热词,更是落实到了具体行动上。

更好满足中国用户日益丰富的需求。”

## 加强新一轮研发布局

过去,跨国车企在华研发主要是将全球市场的产品进行本土化的调整和适配,但今后的中国研发方向会转向基于中国客户的需求为中国和全球创新。

此次进博会上宝马强调,宝马中国研发团队正在深度参与BMW新世代车型的研发工作,每一个环节都融入对中国市场的深刻理解和创新理念。目前,已在中国建立了德国之外最大的研发网络,四大创新基地位于北京、上海、沈阳和南京,覆盖新能源汽车、自动驾驶、智能互联等领域。宝马集团中国技术中心已全面升级为宝马集团亚太技术中心,专注前沿技术探索。

今年,梅赛德斯-奔驰带来10款车型,展品数量创历史新高。自2025年起,梅赛德斯-奔驰将陆续投产中国专属的新车型。其中,长轴距GLE SUV新车型首次由中国团队主导研发。在本届展会上,进口的标准轴距E级车运动版配置了由中国研发团队主导开发的L2+导航辅助驾驶,实现多场景下自动变道、自动远离大车等功能。随着上海研发中心全新大楼在今年4月启用,梅赛德斯-奔驰中国研发正式进入“以中国创新,领全球风潮”的新阶段。

## 与本土科技企业紧密合作

中国汽车市场已经成为智能驾驶技术领域应用最广泛、最前沿的地区之一,车企开发一款技术应用到全球市场这种“一招鲜

吃遍天”的打法已不再适用。从长远角度来看,智能与软件将取代发动机和底盘,成为汽车新的核心竞争力。从进博会上透露的信号看,加强与本土科技企业的合作,是跨国车企突围的方向。

今年以来,大众中国与小鹏汽车合作步伐加快,双方将研发CEA电子电气架构,用于2026年起生产的纯电动车型。记者看到,CEA取得的阶段性成果已在进博会亮相。“它是可扩展的软件平台,可实现敏捷的、定制化的座舱数字服务开发,降低系统复杂性,支持未来升级,还能带来更多样的应用和顺畅的智能互联。”大众汽车集团的软件研发中心CARIAD中国的工程师展示了由CEA赋能的创新应用“旅行记忆”,该应用可即时捕捉用户在旅行中的沿途风景,生成私人旅行手记。

在丰田展台上,小马智行与战略合作伙伴丰田共研和生产的纯电铂智4X Robotaxi概念车,以及沉浸式自动驾驶VR虚拟体验,成为打卡焦点。在HONDA展台上,全新电动品牌“烨”的概念车十分吸睛。这款车全部由中国研发团队自主设计,产品采用宁德时代电池、华为光场屏、航盛生命感数字座舱、科大讯飞语音等中国顶级供应商产品和技术。

跨国车企在进博会上展示了积极拥抱中国科技的决心和热情。他们正进一步加强与本土科技企业的合作,快速适应中国市场的技术迭代速度。 本报记者 叶薇