



# 新时代 共享未来

## NEW ERA, SHARED FUTURE



# 非洲参展国：“进博会是绝好平台”

■本报记者 邵珍

中国之邀，应者云集。扩大进口非洲商品特别是非资源类产品，支持非洲国家参加中国国际进口博览会，免除非洲最不发达国家参展费用……今年9月的中非合作论坛北京峰会上，中国向远道而来的非洲朋友再次发出邀请，并

一系列务实举措欢迎他们参加首届中国国际进口博览会。

两个月后，旧友新朋如约而至。连日来，在琳琅满目、精彩纷呈的进博会国家馆中，来自非洲国家的展馆成为亮眼的存在。香气馥郁的埃塞俄比亚咖啡、口感醇厚的加纳可可、入口顺滑的南非国宝茶……在非洲这片广袤无垠的土

地上孕育出的独特物产，吸引着参观者纷纷驻足观赏。

近年来，中非贸易合作发展迅速。目前，中国已经连续九年成为非洲第一大贸易伙伴国，2017年中非贸易额实现两位数增长，达到了1700亿美元。对于此次进博会，来自非洲的参展国个个有备而来，心怀期待——“希望借进博会东风，让本国的咖啡走

进更多中国百姓家”“进博会是一个绝好平台，可以让我们在中国找到合作伙伴，并让我们的产品走进中国巨大的消费市场”“我们希望借助进博会加大出口的同时，也能学习中国经验，提升加工制造能力”……

“四叶草”内，一幅幅开放合作的画卷正徐徐展开。新时代，中非合作之手必将相握更紧。

## 肯尼亚国家馆——

### 茶香自东非高原上飘来

肯尼亚是非洲狮、非洲象、犀牛、非洲豹和非洲水牛的故乡，来到肯尼亚国家馆就像置身在国家公园之中。这里的商品货架设计在树木上，上面摆放着咖啡、茶叶、坚果、鲜花、蜂蜜、香料、纺织、宝石等特色展品。

■本报记者 祝越

用金属框架支起简易的大棚，天蓝色的阳光板吊顶象征着蓝天；地上用植物模型模拟各种动物，象征肯尼亚丰饶的草原——简约的设计理念，突出了肯尼亚的热带风情，让参观者的目光更聚焦在肯尼亚宣传片所展示的内容上：阳光下的城市与浪漫岛屿、发达的工业之旅、非洲草原上的鲜花王国、著名的国家公园。

首届中国国际进口博览会，肯尼亚渴望将其优质的茶和咖啡引入中国市场。受几千年茶文化熏陶的中国人喜茶世人皆知，但很多人可能还没意识到，来自数千公里外东

非高原的肯尼亚的茶香已悄然飘来。肯尼亚官方提供的数据显示，肯尼亚如今每年有400万至500万公斤的茶叶向中国出口。不过，作为非洲最大的茶叶生产和出口国，这一数值与其每年动辄数十万吨的茶叶产量相比，远不能令肯尼亚出口商们满足，进一步打开中国市场更是肯尼亚普通茶农的期盼。

凯迈尔国际贸易投资公司常务董事任华德是土生土长的肯尼亚人。此次进博会上，他与肯尼亚最大茶叶品牌Ketepa谈成了进口的初步意向。他认为，首届中国国际进口博览会为优质的肯尼亚茶提供了一个展示良机，有利于进一步提升其在国际市场上的知名度。

## 塞内加尔国家馆——

### 花生系列产品吸引眼球

渔业、花生、磷酸盐和旅游是塞内加尔四大创汇产业。塞内加尔国家馆内处处体现中国与塞内加尔的紧密合作：夜幕下中国援建的迪亚姆尼亚久儿童医院灯火通明，建设中的迪亚姆尼亚久开发区让当地人看到了振兴经济的希望……

■本报记者 祝越

我们平时吃的花生来源地是哪儿？很可能是塞内加尔。经过五年时间，塞内加尔对华几乎零出口变成了中国最大的花生进口来源国。

塞内加尔出口促进署隶属贸易部，负责支持外贸企业开拓海外市场，也是塞内加尔贸易部指定的负责筹备政府及企业参展进博会事宜的机构。塞内加尔出口促进署署长马利克·迪奥普表示，进博会是一场特别的盛会，为包括塞内加尔企业在内的世界各国企业搭建了一个非常广阔的平台。

塞内加尔国家馆内，花生类产品仍是大部分观众关注的焦点，花生放

在手工编织的盘子内，花生油、花生壳都成为花生的衍生产品。马利克·迪奥普说，塞内加尔国家馆旨在向公众推介该国极具发展潜力的产业和特色产品。作为第一个和中国签署“一带一路”合作文件的西非国家，塞内加尔对进博会高度重视，希望借此契机促进国内经济的进一步发展。

“塞内加尔人经常前往上海、广州，非常了解中国的东部和东南部。我们还会研究如何在贸易、旅游等方面加强合作。”马利克·迪奥普说，塞内加尔正积极推动振兴计划，是非洲经济发展最快的国家之一。此次进博会是塞内加尔扩大对华出口，增强两国经贸合作的良好契机。

## 加纳国家馆——

### 可可在此呈现各种可能

走进加纳国家馆就像走进了一个大集市——黑星广场的设计元素就在门口醒目位置；七个平行排列的竹条编成了建筑顶部；多个加纳特产在一个个分隔的“杂物店”内，观众可以品尝加纳的可可，试用椰子油……

■本报记者 祝越

在西非国家中，以农业为主的加纳经济较为发达。黄金、可可和木材三大传统出口产品是加纳的经济支柱。

加纳国家馆工作人员摩西·阿托布拉曾在2010年上海世博会时展示过加纳的可可。这次进博会上，他让观众尝试加纳的新产品——可味的沐浴露。阿托布拉说，加纳有不少可可加工企业，都希望借助进博会平台，向中国消费者展示自己最好的产品。

可可蛋糕和可可粉是这几天达成意向的大户。尼什可是一家可可加工企业，位于加纳首都阿克拉

以东25公里的特马自由贸易区内。公司质检经理弗朗西斯·坎加在展馆内让观众试吃公司的产品，他说：“公司目前主要的出口目的地是瑞士、德国、荷兰等欧洲国家。中国市场正在强势崛起，具有良好的前景。”

随着中国市场近年来对蛋糕和可可粉的需求大量增长，尼什可公司未来不久也会接到更多来自中国的订单。“对中国的发货量正在增加。”坎加相信中国最终会成为公司商品出口的一大市场，“尼什可公司一直希望在中国设立分公司，使我们的产品更贴近中国消费者，而进博会正是实现这一想法的大好机会。”

## 南非国家馆——

### “冻龄茶”明年引入中国

地处非洲大陆最南端的南非拥有举世闻名的黄金、钻石矿藏。在南非国家馆，人们还惊喜地看到了它的别样风采——香气馥郁、入口顺滑的南非国宝茶在南非人心中丝毫不逊于黄金和钻石，这是他们引以为豪的“南非三宝”。

■本报记者 王嘉琦

一踏入南非国家馆，人们仿佛就能闻到来自非洲大陆的热情气息。相比于其他国家馆的通透、开放，南非馆布局十分紧凑，来自南非各地的明星企业纷纷拿出了自己的得意产品，吸引专业观众们的注意。

记者发现，其中一个展台人气特别高。“这是用什么植物做的？”“在哪里能买到？”来自交易团的各路买手将一个卖茶叶的展台团团围住，不停抛出各类问题。原来，有着“彩虹之国”美誉的南非，除了钻石、黄金之外，还有一样在南非人心里能与之并驾齐驱的珍品——南非国宝茶。据介绍，这款南非国宝茶不含

任何咖啡因和草酸，却有镇静中枢神经系统的神奇效果，十分适合有过敏、头痛、睡眠失常等症状的人群饮用。此外，它的抗氧化能力是普通绿茶的五倍，因而也有了“冻龄茶”的美称，十分受到女性消费群体的青睐。

南非国宝茶的原料来源于一种南非特有的灌木，经过发酵之后，将其切碎制成茶袋。本身就有着饮茶习惯的中国人对于这款南非国宝茶的接受度很高，它的口感近似于红茶，入口柔和顺滑。据了解，目前，这款南非国宝茶还处于手续办理阶段，预计明年将与中国消费者见面。届时，人们只要登录各大电商平台，就可直接购买。

## 埃塞俄比亚国家馆——

### 稻草顶棚下品一杯咖啡

埃塞俄比亚可能是在中国知名度较低的非洲国家之一，但若提起“耶加雪菲”，人们的脑海里就会立刻跳出一幅清香果园的画面。在传统的非洲建筑里品一杯咖啡，享受埃塞俄比亚式的闲适自在，这个非洲国家的形象一下子便立体起来。

■本报记者 王嘉琦

稻草建成的顶棚，搭配上土黄色墙面，埃塞俄比亚国家馆的设计精准还原了这个有着“非洲屋脊”之称国家的真实面貌。一旁的互动区域吸引了不少观众驻足观看，这是馆内专为咖啡开辟出的介绍区。肤色黝黑的埃塞俄比亚姑娘穿着一身明亮的黄色连衣裙兴奋地为大家展示咖啡，热情邀请人们品尝这份来自家乡的美味。

人们最初认识这个来自非洲东部的国家还要感谢“耶加雪菲”。在年轻群体中十分走俏。埃塞俄比亚代表团的比斯莱特告诉记者，咖啡是埃塞俄比亚人生活里必不可少的一部分。据传，埃塞俄比亚是如今风靡世界的重要饮品咖啡的原生地。如今，埃塞俄比亚有近四分之一的人口直接或间接参与咖啡生产，是非洲最大的咖啡生产国之一。

在埃塞俄比亚人的生活里，咖啡代表着一种特殊文化，品尝这种美味需要配合特定的仪式感。每天清晨，埃塞俄比亚人都会亲自煮上一壶咖啡，在馥郁的咖啡香气中，人们获得了一整天学习与工作的动力。“我常常一边与家人聊天，一边喝咖啡。”比斯莱特说。

## 尼日利亚国家馆——

### 寄望“阿迪莱”更受青睐

尼日利亚国家馆不仅带来了紫水晶、铜矿石等矿产，还带来了起源于西南部贝奥库塔地区的一种传统服饰——“阿迪莱”。“阿迪莱”漂染工艺已有百余年历史，因其颜色鲜艳、图案精巧而深受西非地区人民的欢迎。

■本报记者 祝越

尼日利亚自然资源丰富，已探明具有商业开采价值的矿产资源包括天然气、煤、矾土、钽铁矿、黄金、铁矿石、石灰石、锡、铌、石墨和锌等30多种。

翱翔天际的非洲雄鹰——尼日利亚国家馆白绿相间的展合在进博会国家馆展区特别引人注目。尼日利亚工业、贸易与投资部常务秘书桑迪·阿克潘亲临现场，推介尼日利亚农业、矿业、房地产、油气和金融业等优势投资项目。

桑迪·阿克潘说，中尼合作潜力巨大，尼日利亚希望从进博会及“一带一路”倡议中获益。“进博会让各国间的联系更加紧密。以尼日利亚为例，我们有很多方面需要同中国加强合作取得发展，在基础设

施建设、教育和医疗卫生等方面，双方都有巨大的合作空间。”

尼日利亚国家馆外，一套带有特殊图案的灰色服装“阿迪莱”受到不少采购商关注。此次进博会上，尼日利亚有多家从事纺织品、饰品和旅游产品生产的企业参展。首次到访中国的尼日利亚商人马丁斯·奥兰莱乌阿朱介绍：“与尼日利亚出口最多的石油、可可和芝麻等产品相比，‘阿迪莱’更能体现尼日利亚的传统服饰文化，能够让中国和世界更多地了解尼日利亚。”

奥兰莱乌阿朱坦言：“我并不奢望第一次参加进博会就能签很多订单，做很多生意。我希望的是能与中国同行建立联系、寻找合作商机。中国人口众多、市场潜力巨大，我坚信‘阿迪莱’今后能成为尼日利亚出口中国的拳头产品。”



▼ 南非国家馆



▲ 肯尼亚国家馆



▲ 塞内加尔国家馆



▼ 埃塞俄比亚国家馆



▼ 尼日利亚国家馆



▲ 加纳国家馆

