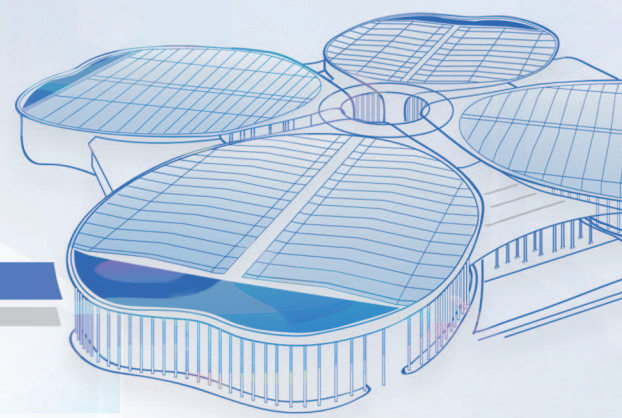




新时代 共享未来

NEW ERA, SHARED FUTURE



进博会之十五主宾国

马来西亚：续写“21世纪海上丝绸之路”新传奇

杨逢珉（华东理工大学商学院教授）



马来西亚吉隆坡地标双子塔。

马来西亚与我国的经贸往来可追溯到600多年前的马六甲王朝时代。6个多世纪前，郑和七下西洋就有5次带着大量中国商品到达现在的马来西亚。而今，中国已连续10年成为马来西亚最大贸易合作伙伴。

作为第二届中国国际进口博览会15个主宾国之一，马来西亚搭建了充满现代气息的国家馆，充分体现了中马两国间日益紧密的友好关系，展现出马来西亚对中国“一带一路”倡议的承诺和支持。展区中“两岛相连”的设计，寓意“丝绸之路经济带”与“21世纪海上丝绸之路”在推动全球经济高质量发展方面的重要性。

展品亮点

遍尝“大众”农产品 感知“小众”度假地

作为本届进博会15个主宾国之一，马来西亚国家馆设有农业部、初级产品部、数字经济展局等政府部门和机构展台。此外，马来西亚中华总商会展区有40个企业展台，主要展示食品和饮料产品。

今年进博会的马来西亚展台采用充满现代气息的设计，充分体现中马两国间日益活跃的友好关系——白、蓝、红三大主色调彰显出两国间真诚坦率、团结奋进的友好关系。这与中马两国间互尊互信、公正平等为特色的深厚友谊一脉相承。

“犀鸟之乡”许你一个不一样的马来西亚

作为世界第二大棕榈油生产和出口国，马来西亚希望借进博会之机，向中国消费者面对面展示马来西亚棕榈油及其相关产品。马来西亚棕榈油年产量达2000万吨，占全世界总产量的30%左右。

据中国海关统计，上世纪九十年代以来，中国每年都要进口大量棕榈油用于食品加工业，其中近三分之二来自马来西亚。

服务业是马来西亚最大的产业部门，吸收就业人数占马来西亚总人口的60.3%，旅游业是其中的重要部门之一，旅游税每年可为当地政府带来超过2.1亿马币的收入。

20多年来，马来西亚已成为中国民众心目中的度假胜地之一。今年进博会上，马来西亚将推介一些“冷门”“小众”旅游目的地，如位于加里曼丹岛北部的沙撈越州。

沙撈越州有“犀鸟之乡”的美称，其南部与印尼交界，北接文莱及沙巴，是马来西亚面积最大的州。它由23个族群组成，有三分之二的土地是热带雨林区。美里、鹿洞、诗巫岛等景区，以及坝柯、尼亚、木庐山国家公园，均是当地著名旅游景点。

“为激发参展商的积极性，我们取消了去年普通标准展位的模式，投入近两倍的成本，以特装搭建的形式来呈现产品和品牌形象，在展位形象、品牌定位、文案宣传等细节上下了不少工夫。”据马来西亚组展方之一、领誉商务会展有限公司董事经理张振扬介绍，马来西亚企业的展品经过了严格筛选，标准就是能否为中国消费者带来更多元、更优质、更愉快的体验。

今年进博会的马来西亚展台采用充满现代气息的设计，充分体现中马两国间日益活跃的友好关系——白、蓝、红三大主色调彰显出两国间真诚坦率、团结奋进的友好关系。这与中马两国间互尊互信、公正平等为特色的深厚友谊一脉相承。

对于开拓中国市场，马来西亚企业热情很高。马来西亚对外贸易发展公司首席执行官拿督旺·拉蒂夫·旺·穆萨表示：“考虑到中国正在进一步开放市场，第二届中国国际进口博览会为马来西亚增强在中国的影响力和知名度提供了绝佳机会。对我们而言，持续参与中国的进博会非常重要。”

马来西亚农产品以经济作物为主，主要有棕榈油、橡胶、可可、稻米、胡椒、烟草、菠萝、茶叶等。榴槿、白咖啡、燕窝等是中国消费者较为熟悉的马来西亚产品。首届进博会上，产自马来西亚的白咖啡、榴莲干、糖果、饼干，以及各种传统中药、特色食品和饮品，颇受中国消费者喜爱。

“去年，马来西亚中华总商会设立的马来西亚馆共有30个展位，今年增设有40个。参展商品包括零食、咖啡、燕窝、传统草药、榴槿食品、健康食品等。”马来西亚中华总商会会长戴良业表示，商会已经在预定明年的展位，在贸易保护主义抬头、国际贸易趋紧的情况下，开放的中国市场具有特殊意义。

“为激发参展商的积极性，我们

专家视点

数百年中马贸易将绽放耀眼新光芒

中国与马来西亚的经贸往来，可追溯到600多年前的郑和下西洋，历经数百年不曾中断。自2009年起，中国已连续10年成为马来西亚最大贸易合作伙伴。

今年5月，在庆祝中马建交45周年之际，马来西亚总理马哈蒂尔表示，马政府将致力于继续加强中马关系，与中方开展更加紧密和具有广泛意义的互利合作。

率团参加本届进博会的马来西亚国际贸易和工业部副部长王建民表示，进博会将促进中马双边贸易额增长，让中国消费者认识更多马来西亚的产品和服务。

贸易往来数百年至今从未中断

马来西亚地处东南亚，由马来半岛南部的马来亚和位于加里曼丹岛北部的沙撈越、沙巴组成，位于太平洋和印度洋之间。全境被南中国海分成东马来西亚和西马来西亚两部分。

马来西亚是东盟核心成员之一，也是“七十七国集团”和不结盟运动组织创始成员国。马来西亚战略位置显著，是沟通亚洲和大洋洲、太平洋及印度洋的交通枢纽。

20世纪70年代开始，马来西亚不断加强产业结构调整，大力发展出口导向型经济，电子产业、制造业、建筑业和服务业发展迅速，从农业导向型经济转型成为一个以制造业和服务业为主的新兴经济体。

中国与马来西亚经贸关系历史悠久。600多年前，郑和七下西洋就有5次带着大量中国商品到达马来西亚。中马两国建交以来，经贸关系发展顺利。中国-东盟自由贸易区的建立，更是极大促进了中马双边经贸关系的迅速发展。2010年以来，双边贸易额稳步增长。

作为东盟首个与中国建交的国家，马来西亚已取代新加坡成为中国在东盟的最大贸易伙伴国，而中国也成为马来西亚的第一大进口来源地和第二大出口目的地。2018年，马来西亚与中国双边货物进出口额为777.7亿美元，同比增长14.8%，增速保持高位。

“21世纪海上丝绸之路”促进两国经贸交往

中国与马来西亚之间的贸易主要集中在资源密集型、能源密集型和

劳动密集型产品。从马来西亚对中国出口的产品情况看，机电产品是马来西亚对中国出口的第一大类商品，2018年出口额为149.2亿美元，占其对中国出口总额的43.4%。矿产品和塑料、橡胶是马来西亚对中国出口的第二和第三大类产品。马来西亚从中国进口的主要商品为机电产品、贱金属及其制品和化工产品。

1996年，马来西亚制定了一项宏伟规划，提出在2020年将整个马来西亚转型为一个大型信息走廊。届时，整个国家将拥有12座“数字城市”，与全球的信息高速公路连接；同时计划吸引大批国际性多媒体公司在当地经营、发展并开展研发。

2010年9月，马来西亚政府推出经济转型计划，提出将该国建设成为发达国家。打造“大吉隆坡”计划是其中一项关键政策。其目标是让吉隆坡在2020年跻身全球20座最宜居城市之列，并进入全球经济增长率最高城市前20名。

2013年，中国提出“一带一路”倡议，希望同有关国家在“共商、共建、共享”的原则下，通过政策沟通，开展深入合作。在推进“一带一路”建设及国际产能合作过程中，马来西亚已经成为“21世纪

海上丝绸之路”重要节点国家。

赴马设立区域总部的中国企业日益增多

中马双方除了在贸易上有着紧密的合作关系外，在投资方面也保持着良好互动。2016年，中国首次超过美国和日本，成为马来西亚制造业的最大外资来源地。

2016年9月，中国电力建设集团有限公司（中国电建）宣布在马来西亚首都吉隆坡成立亚太区域总部，以更好推动国际业务开展。这是继中国中铁和中广核后，又一家在马来西亚设立区域总部的中国大型国有企业。

而早在1996年，中国电建的前身“中国水电”就已进入马来西亚，承建有东南亚“三峡”之称的巴贡水电站。

在“一带一路”倡议框架内，随着中马经贸合作进一步拓展，还将有更多中国企业到马来西亚设立区域总部。这不仅是对马来西亚经济转型计划的支持，对接马方对基础设施建设等的需求，也是中国企业进入国际市场的一个通道，可以说是一种双赢的合作。

数读 马来西亚

2018年总人口 **3238.5**万，其中马来人、华人和印度人是占比最高的三大民族。

2018年人均国内生产总值为 **11239**美元。

2019年上半年，马来西亚对中国出口额占其出口总额的 **13.3%**，出口金额 **155.7**亿美元。

2019年上半年，马来西亚从中国进口额占其进口总额的 **20.4%**，进口金额 **205.4**亿美元。



第二届中国进博会马来西亚国家馆。

本版组稿：许琦敏
本版图片：视觉中国

中国·上海 | 2019.11.5 — 11.10

