

# 新潮看进博



哈萨克斯坦是本届进博会的5个主办国之一，今年参加进博会的哈萨克斯坦机构和企业超过40家。在哈萨克斯坦展台，展示架上各色商品琳琅满目。  
本报记者 张伊辰摄

## 展馆幕后

### 内外场联动、“6+365”天，共享中国大市场机遇

# 哈萨克斯坦姐妹闯荡进博会



▲哈萨克斯坦国家馆志愿者爱民与采购商交谈。  
▲哈萨克斯坦进口馆馆长叶胜利。  
均本报记者 张伊辰摄 制图：冯晓瑜

■本报记者 周渊

“这是我们国家的BEST KOSTANAY面粉，采用生长在‘哈萨克谷仓’科斯塔奈州的高品质小麦制成……”第六届进博会“哈萨克斯坦制造”专区，往来客商络绎不绝，哈萨克斯坦姑娘爱民用流利的中文向大家推介起家乡好货。

与“四叶草”一路之隔的绿地全球商品贸易港里，爱民的姐姐叶胜利正在为哈萨克斯坦进口馆的开幕而忙碌，该馆也成为“6天+365天”常年展示交易平台。“6天的进博会太短啦，以后大家可以随时来这里‘补货’。”胜利笑得很爽朗，连续参加了3届进博会的她，今年缺席了，因为她有了一个新身份：哈萨克斯坦进口馆馆长。

内外场联动、“6+365”天，姐妹俩的“进博情缘”正是共享中国大市场机遇、深化国际合作的生动写照，也是进博会溢出效应的最好体现。

姐妹俩的家乡哈萨克斯坦与共建“一带一路”倡议有着重要渊源。2013年，习近平主席出访哈萨克

斯坦时首次提出共建“丝绸之路经济带”倡议，哈萨克斯坦也成为最早同中国开展共建“一带一路”合作的国家之一。十年来，两国在经贸、人文交流等领域的合作取得丰硕成果。

这也成为这对姐妹在中国追梦的草蛇灰线。她俩从小就对中国充满好奇，2017年，17岁的胜利来到中国留学；如今，她在华东师范大学国际商务专业攻读研究生。“参加3届进博会的经历改变了我，让我从一个性格内向的小姑娘，变成外向开朗、对未来有明确规划的年轻人。”明年即将毕业的她也通过这个大平台找到了梦想职业——从事哈中国际贸易，为两国经贸、文化交流贡献一份力量。

在姐姐的言传身教下，同样在华东师范大学上学的妹妹爱民也早早报名参加今年进博会，成为哈萨克斯坦国家馆的一名志愿者，负责推介本国好物和文化，并在现场提供翻译和讲解服务。

### “今天我们的国家馆人气爆棚”

哈萨克斯坦是本届进博会的5个主办国之一，哈萨克斯坦国家馆负责人力富功表示，今年参加进博会的哈萨克斯坦机构和企业超过40家，国家馆重点呈现该国在出口、投资、旅游、物流等领域的发展潜力，汇集了哈萨克斯坦国家投资公司、阿斯塔纳航空公司等“国字头”企业。与此同时，由哈萨克斯坦国家馆组织多家食品类中小企业组成“哈萨克斯坦制造”亮相企业商业展。“这是我第四次参加进博会，一年比一年热闹，今天我们的国家馆人气爆棚，期待这些参展企业能在本届进博会上收获大单。”

对于爱民来说，更多的是激动和惊喜。“第一次参加进博会这样的盛会，我们都很激动，要帮助更多中国朋友了解我们的国家。”在“哈萨克斯坦制造”专区，骆驼奶粉、蜂蜜、零食、酒、果干、面粉等商品摆得满满当当，爱民和伙伴们每人负责一个品牌，忙碌地穿梭在展商与客商之间。

另一位志愿者萨雅已在中国工作了10多年，从事贸易工作的她参加过不少展会，但进博会依然给她不一样的感觉：“每年这个时候，进博会就是我们圈内最热的话题。来自全球的人都来到我们展台，我们在这里看到更大的世界。”今年，哈萨克斯坦国家馆悉心制作了参展企业名录，扫描展台上的二维码，就能获得展商企业简介、联系方式等信息。萨雅则提前很久开始为展品做功课，“特别是一些酒的成分，包括葡萄产地、种类等，都要做到准确翻译。”

在萨雅看来，许多中小企业怀揣着梦想来到中国，进博会大幅降低了企业匹配中国消费者的各种成本，让中国市场快速了解并接受它们。

2018年首届进博会上，金骆驼品牌骆驼奶粉作为哈萨克斯坦国礼赠送给外宾，不到两年，产品在华上市，成为首批进入中国的该国乳制品。如今金骆驼产品已实现中国市场全覆盖，而中国市场已占据金骆驼乳品的半壁江山。“我们每年都会来进博会，去年我们和中方伙伴签下1800万美元的订单，借由进博会平台，我们的产品还出口到埃及、瑞士。”昨天一整天，金骆驼总裁杨天一都在现场为产品站台吆喝，带来的样品中午就分完了。“今年我们希望进一步打开海外市场，今天已与一家东南亚采购商达成初步意向，我们约定后续再详谈。”

另一家首次参加进博会的KazExport则带来了面粉、动物饲料等产品，负责人介绍，他们的产品已出口到美国、欧盟等地，希望借助进博会平台，进一步打开中国大市场。

### “进博会是一年一度最期待的节日”

“这是我们国家的传统服装，上面的每一个花纹都有着吉祥美好的寓意，我特意在这里布置了一个打卡点，邀请大家来体验试穿，还可以拍照发朋友圈、抖音、小红书。”同一时间，绿地哈萨克斯坦进口馆开幕，胜利介绍起她的“小心机”。

“进博会是我一年一度最期待的节日。”今年，哈萨克斯坦进口馆在进博会期间开幕，让胜利觉得很有意义。

自2020年起，胜利作为志愿者连续参加3届进博会。感叹于这个平台能让这么多全球好物和贸易机会都汇聚到上海的同时，她也从中不断学习，三年来，她服务的参展商从最初的一家企业到后来二三十家。2022年，胜利还参与组织了哈萨克斯坦食品周，帮助因疫情不能到场的企业对接线下采购商。在深切感受到中国大市场对哈萨克斯坦优质商品巨大需求的同时，胜利对未来的规划也变得越发清晰。

“哈萨克斯坦国土面积位列世界第九，但大多数人对它的认知还是苏联的一部分、石油出口大国，并不了解我们的国家还有美丽的风景和健康美味的骆驼奶、蜂蜜、葡萄酒等，我希望能填补这部分空白。”

于是，在繁忙的学习之余，胜利和爱民开设了一个名为“Qazaqland中哈之路”的公众号，又开了抖音、小红书账号，向中国朋友介绍该国文化、语言、历史、推广美食，也与大家分享她们的中国故事，“我们希望通过分享，把我们国家好的商品带到中国、带向世界。”

从进博会“毕业”，哈萨克斯坦进口馆是胜利的第一个小目标。不仅仅停留在“推介”的层面，胜利更亲身参与了招商全过程。“今年有3个新品牌，都是第一次来到中国市场，这是我童年记忆里的麦片，这是水果和坚果做的能量棒，还有一款国民点心。”前期，胜利忙碌了好几个月，帮助企业翻译相关文件和数据，定制出口的产品包装，协调、对接海关、食品安全等种种手续，还要在中国做市场调研帮助定价。“哈萨克斯坦当地销售的小麦粉一般都是大包装，我们调研中国市场需求后特意出了小包装版本，方便中国消费者尝鲜。”

哈萨克斯坦进口馆里不仅有新品牌，还有参加过进博会的展品，他们希望找经销商进一步帮助推广，打响在中国市场的知名度。在胜利的规划里，未来还将引入保健品、美容产品、旅游、艺术时尚等企业来中国。

### 年轻人是中哈贸易文化交流的桥梁

在进博会现场，要“抓”到爱民和萨雅采访并不容易。对于这些年轻人而言，两国贸易往来的繁荣景象看她们眼里，她们也参与其中。

在上海，胜利和爱民一边读书，一边参与各种文化交流活动，玩转小红书、抖音、视频号等社交平台，如今，姐妹俩已然成为小有名气的“网红”。进博会也让姐妹俩坚定了做中哈贸易和文化交流使者的决心。

“作为一名来自‘一带一路’共建国家的年轻人，我相信未来必定充满机遇。”胜利还加入了上海合作组织青年平台（SCOLAR），创立了该平台的上海分会，并曾在位于山东青岛的中国-上海合作组织地方经贸合作示范区实习，应聘成为哈萨克斯坦国家馆负责人，负责向来访者介绍哈萨克斯坦文化，对接哈中贸易和展销活动，并负责哈萨克斯坦产品的线上线下销售。

对于“馆长”的新身份，胜利满怀期待。胜利和爱民用Vlog的方式记录下哈萨克斯坦进口馆诞生的全过程，从装修的细节到每件货物的摆放都亲力亲为，为了方便上下班，胜利还把家搬到“四叶草”附近，和胜利邀约采访时，她的回复是：我都在，你随时过来。

在胜利的抖音账号，有这样一条“高赞”Vlog，她细心收集起每届进博会的工作证，并配上自己在中国工作和生活的片段。胜利说：“我一直在找一个人，她能鼓励我、支持我、启发我，让我专注、让我快乐，无条件爱我，后来我意识到，这个人就是我自己。来中国6年了，我找到那个人了。”

这几天，这些哈萨克斯坦年轻人的生活中还有一件大事：《中华人民共和国政府和哈萨克斯坦共和国政府关于互免签证的协定》将于11月10日起生效。“太期待了，我已经迫不及待想让我父母来上海看看。”萨雅激动地说。

胜利和爱民拍摄了不少素材，打算更新一期Vlog。“进博会结束后，希望大家都能来我们家乡做客。”姐妹俩热情地向参观者和记者发出邀请。

## “四叶草”来了大自然的“搬运工”

### 72个国家和国际组织亮相进博会国家展



进博会国家展在国家会展中心(上海)5.2号馆里举办。越南展台以“越南-中国东盟自由贸易区之窗”为主题，重点展现越南的发展成果和经济潜力。图为越南展台外景。  
新华社记者 方喆摄

■本报记者 张天弛

这几天，第六届进博会现场来了一位大自然的“搬运工”——据这名叫做Carpenters Water的“搬运工”自述，它把静静流淌在斐济地壳深处的天然岩层水，未经任何化学处理过程，开采用直接装入瓶中，“原封不动”地带来了“四叶草”。

正在国家会展中心(上海)5.2号馆里举办的进博会国家展上，可远不止斐济这一位“搬运工”，72个参展国家和国际组织都带来了原汁原味的陈设和展品。

### 来自百年农场的手工豆子

首次亮相进博会的洪都拉斯在展台上铺上了富有当地特色的格纹布，上面摆放着当地特色农产品咖啡、可可、水果和海鲜产品，其中，“C位”被一家生产者咖啡协会占据。现场工作人员告诉记者，这是一家拥有百年历史的家族咖啡农场，一直坚持手工工艺，如今已传至第四代经营者手中，“农场选用的豆子全部是阿拉比卡咖啡豆，产自圣巴巴拉省的西德拉尔山脉，这里海拔在950到1500米之间，独特的气候赋予了豆子奇妙的风味。”工作人员补充道，为了可持续发展，农场还每年在产区山脉上种植树木以保护水土。

洪都拉斯另一端的加勒比海岸，特产则是生猛海鲜。来参展的“东方海鲜”在加勒比海岸线拥有完整的捕捞、生产和加工团队，旺季产量能达到每天400吨的加

工量。说着，现场工作人员给记者展示了企业的“招牌产品”：有盛产于每年三四月和8至11月、被称为“炸弹水母”的洪都拉斯海蜇，还有长度能达到50厘米的加勒比海参，以及被当地人亲切地称为“巧克力参”的洪都拉斯刺参，“这种刺参体型较小，两侧有10到12根刺，黑色或灰色的外表下有着奶白色的细嫩肉质。”工作人员补充道。

鲜花、山川河湖、骏马奔驰……一幅幅精美的伊朗挂毯把展台装点得五光十色。“请注意看，挂毯还能变换颜色。”现场工作人员向观众提醒道，说着一盆鲜花图案的毛毯举到灯光下，左右旋转，果然，随着灯光反射到不同侧面，毛毯呈现了不同的色泽。

### “面包与河流”的意象

在塞尔维亚文化中，面包象征着喜悦和幸福，塞尔维亚人会通过制作不同种类的面包来表达各种不同的含义，这一意象也被带来塞尔维亚展台。记者在现场看到，塞尔维亚馆布置了一个独特的空间，用LED屏在天花板上投射出潺潺流水，与展台上的面包巧妙融合，让“面包和河流”这一文化意象有了具体的表达。

工作人员解释道，“面包和河流”是塞尔维亚人民心中根深蒂固的象征性表达，用来强调必需品、生存、土地肥沃、友谊和团结的重要性。以此作为展台主题，代表着塞尔维亚与中国深厚的友谊，

塞尔维亚不仅是中东欧地区第一个同中国建立战略合作伙伴关系的国家，也是共建“一带一路”的重要伙伴国家，近年来，中塞经济的互补性更是不断增强，双边贸易快速增长。

在巴西展台，四面全是由绿色盆栽组成的“墙壁”，代表着巴西丰饶的农产品和茂盛的雨林植被。绿植环绕中，体验区内设置了一间手作厨房，参观者们坐在台阶上，品尝着巴西大厨制作的黑豆饭，以及咖啡、鸡尾酒等特色美食。

### 向全球投资商发出邀请

进博会国家展也是参展国家向全球抛出合作邀请的重要平台。“丰富的石油、天然气资源让我们走上了能源自主的道路，相信尼日利亚能让全世界看到投资机会。”在尼日利亚展台，一块大屏幕滚动播放介绍着该国的资源禀赋、产业布局，借助进博会这一平台，尼日利亚向全球投资商发出邀请。

德国展台汇聚了2家德国官方机构和7家德国企业，重点展示德国在智能制造、工业4.0、医疗健康以及人才培养等领域的最新成果和应用案例。格鲁吉亚将“在全球营商便利度排名中位列第七”的字幕展示在展台的突出位置。越南展台则以“越南-中国东盟自由贸易区之窗”为主题，重点展现越南的发展成果和经济潜力，希望借助进博会平台扩大优质产品出口、吸引投资、拉动旅游。

