

编者按:9月29日,第二届中国—非洲经贸博览会暨中非经贸合作论坛落下帷幕。本届博览会以“新起点、新机遇、新作为”为主题,共举办会、展、谈三大板块22场活动。产业对接成为其中的重点。目前,中非经贸博览会已成为推动中非合作论坛经贸举措落实的新平台和地方对非经贸合作的新窗口。

产业搭桥 构建更加紧密的中非命运共同体

产业链合作保障中国与非洲可持续发展

■ 本报记者 刘禹松

“加强产业链合作是确保中国与非洲可持续发展的关键。”9月27日,在第二届中国—非洲经贸博览会“中非产业链合作论坛”上,联合国国际贸易中心副主任多萝西·腾博表示,国际投资对于较贫穷区域的可持续发展是至关重要的。在新冠肺炎疫情影响下,实现可持续和包容性的经济复苏,当务之急是增加投资。“非洲大陆比以往任何时候都更加需要投资。”

中国贸促会副会长柯良栋在论坛上表示,非洲是共建“一带一路”的重要力量,中非双方同心同德、守望相助,走出了一条特色鲜明的合作共赢之路。中国贸促会愿与有关各方携手努力,更好联通国内市场和国际市场,为中非企业开展贸易投资活动打造更好平台、提供更优质服务、创造更多便利,为推动中非全面战略合作伙伴关系深入发展作出更大贡献。

多萝西·腾博说,中国目前已经成为非洲的第一大贸易伙伴。2020年,中国与非洲之间的贸易额达到1870亿美元,是20年前的19倍多。

根据商务部的统计数据,截至2020年底,中国对非洲的直接投资存量已达470亿美元。民营企业占2019年中国在非洲全部投资的70%左右。其中大多数是微型、小型和中型企业。中非民间商会调查了大约100家已经在非洲投资的中国民营企业。结果显示,其中30%的企业有信心在非洲继续投资。

“在过去的四年里,我们实施了一项名为‘非洲投资与增长的合作伙伴(PIGA)’的合作项目。该项目由英国政府资助,致力于促进中国和非洲之间的投资工作。目前,这一项目已经成功帮助埃塞俄比亚、肯尼亚、莫桑比克和赞比亚,吸引到了来自中国的1.15亿美元的直接投资以及20亿美元的潜在投资。同时,该项目还带来了大约3000个直接就业机会及15000个间接就业机会,其中大多数工作面向妇女和低收入工人。”多萝西·腾博介绍。

“当前,世界经济的发展正遭受新冠肺炎疫情的困扰。尤其,脆弱的国家需要携手共渡难关。因此,我想邀请更多的中国实体、公司和

机构为非洲提供支持。”多萝西·腾博说。

中非发展基金董事长宋磊表示,疫情催化下的全球产业链重构,将给非洲带来巨大机遇,非洲在全球产业链中的地位将得到有效提升。非洲产业链发展进程中,加强中非合作是必然的选择。特别是中国经济的数字化转型对产业链发展的关键行业如农业、运输和物流以及制造业带来巨大帮助,给中非数字经济合作创造了快速发展契机,也为中非产业链合作打开了新思路。

据宋磊介绍,中非发展基金成立14年来,已累计对37个非洲国家的决策投资超过57亿美元,可撬动中国企业对非投融资270亿美元,投资的近百个项目涉及农业民生、产能合作、基础设施、能源矿产等非洲产业链发展的核心领域,在中非产业链合作方面发挥了先导作用。

“这些投资在不增加非洲当地财政负担的条件下,为非洲国家的工业化增加了资金来源,带来技术、设备和管理经验,带动当地就业、出

口、税收及产业升级,提高当地产业可持续发展能力。疫情期间,中非基金支持已投资项目帮助非洲抗击疫情,多措并举保持经营连续性,面对新形势和非方发展新诉求,中非基金积极关注数字经济、智慧城市、清洁能源、电信5G等产业链新业态合作,支持非洲产业链、供应链建设。”宋磊说。

据了解,“中非产业链合作论坛”由中国商务部、湖南省人民政府、中国贸促会、联合国国际贸易中心主办,联合国国际贸易中心副项目司、中非发展基金、CGTN智库、中国国际贸易学会、湖南省贸促会联合承办。

作为本届中非经贸博览会在中非产业链投资、建设与合作方面的专业配套活动,本次论坛以“推动中非产业链深入合作,共谋合作共赢新篇章”为主题,广泛邀请联合国、非洲及中国政府高级官员、中非产业研究资深专家、发展金融机构代表以及中国在非投资优秀企业代表参与讨论,共有来自国内外200余位嘉宾参加。



Alex在展会现场展示译配流程。

在第二届中国—非洲经贸博览会现场,一名来自非洲的小伙儿格外引人注目。只见他神情专注地盯着屏幕,通过特殊配备的话筒用非洲本地的斯瓦西里语演绎着不同角色的台词。细细看来,不难发现,这些现场译配的角色全部来自《破冰行动》《创业时代》《熊出没》《鸡毛飞上天》等在中国国内和非洲都极受欢迎的影视作品。

攀谈得知,这个小伙儿的名字叫Alex Herbert,出生于坦桑尼亚,大学就读的是历史专业。目前,他在北京工作,是四达时代集团的一名斯瓦西里语配音演员。

“我的人生因为一次配音比赛而彻底改变了。原本读完历史教育专业,我就应该回到家乡做一名教师。但没想到,在四达时代举办的配音比赛中,我不但突围,最终进入决赛,还拿到了来中国工作的机会。我的心中一直有一个舞台梦想。这两年,我看到自己的梦想正在一点点变成现实。”Alex说。

Alex提到的配音大赛,是2017年10月四达时代在坦桑尼亚举办的第二届斯瓦西里语配音大赛。那时候,Alex刚刚大学毕业,在朋友鼓励下参加了比赛,没想到一路杀到十强,最终进入了四达时代工作。此后,他参与了多档斯瓦西里语节目的录制。

为给非洲观众提供更好的非洲本地语译配服务,同时解决非洲本地语配音人才稀缺的问题,自2016年以来,四达时代陆续在坦桑尼亚、尼日利亚、科特迪瓦、南非和莫桑比克等5个国家举办了23场次包括斯瓦希里语、豪萨语、葡萄牙语、祖鲁语等在内的“中国影视剧配音大赛”,通过配音比赛的方式,选拔优秀的非洲本地语配音人才。比赛邀请非洲当地资深配音演员、广播电视明星播音员和主持人、资深制作人等作为专业评委,全程采取公开、公平、透明的评选标准,不考虑选手外表,不限选手年龄,仅以声音的表现力来决定成绩,鼓励更多的非洲民众参与进来。比赛中,选手们通过用本地语为中国影视剧配音的方式,经过海选、初赛、复赛等环节层层选拔,最终获胜者被四达时代聘用并选派到北京培训和作品。

谈起目前在四达时代从事的工作,Alex感到十分兴奋:“当我译配的作品在坦桑家乡播出时,有更多人能通过我的声音了解中国,了解世界。非洲有很多和我一样对新鲜事物充满好奇并且热爱学习的人,但他们日常都使用本地方言交流,并不精通英语、法语、葡萄牙语这一类的官方通用语言,能帮助他们跨越语言的障碍获得更多知识,促进中非文化交流,我觉得很自豪。”

2012年,《媳妇的美好时代》经由四达传输到坦桑尼亚,女主角海清饰演的毛豆以一口流利斯瓦西里语与婆婆过招的情景给坦桑尼亚观众留下了深刻印象。2013年3月25日,对坦桑尼亚进行国事访问的中国国家主席习近平在达累斯萨拉姆雷尔国际会议中心发表演讲时,高兴地提到在当地热播的《媳妇的美好时代》,称该剧让坦桑尼亚老百姓了解到中国老百姓的生活。随着四达时代上线专门的本地语频道,更多国产电视剧给非洲人民带来了欢乐。中国电视剧在坦桑尼亚很受欢迎,一些电视剧我们还在配音,尚未播出,就已经有人通过媒体知道了消息,等着要看。”Alex说。

(四达时代供稿)

东方国际:小毛衫拉动非洲大产业

■ 本报记者 王曼

近年来,在中非经贸合作蓬勃发展的背景下,越来越多的中国企业赴非洲投资,在助力自身国际化经营的同时,也给这片充满希望的大陆注入了新的发展动力。

今年8月,东方国际(集团)有限公司(以下简称“东方国际集团”)埃塞俄比亚毛衫基地项目已完成首批300台电脑横机和后道生产设备安装,开始试生产。

东方国际集团董事长童继生表示,作为集团迄今为最大的海外绿地投资建设项目,埃塞俄比亚毛衫基地是践行“一带一路”倡议和中非论坛精神、深化集团“全球布局、跨国经营”战略以及布局非洲,打造非洲纺织服装产业链的重要举措。

“埃塞俄比亚毛衫基地的设立可为东方国际集团打造非洲‘性价

比产品+长期布局’的全球立体化生产与区域协同的供应链格局。东方国际集团也可借助埃塞俄比亚制造的价格优势,承接市场上国内和东南亚产能转移的需求,在面向欧美市场迅速反应的同时也可以通过当地辐射整个非洲市场,进而推动品牌走进非洲,也为集团实现毛衫OEM能力亚洲第一提供支撑和新的增长潜力。”童继生说。

埃塞俄比亚毛衫基地项目于2020年9月22日正式开工,疫情给该项目的计划安排、施工组织、施工进度以及相关资源配置造成了不同程度的影响。

去年,为确保项目正式开工,东方国际集团外派7人前往埃塞俄比亚项目现场。面对当地严峻形势,项目团队努力克服各种不利因素,在做好疫情防控的前提下,多方筹措资源,优化调整方案和施工计划,全力推进项目有序实施,实现了疫情防控和项目实施“两手抓、两不误”。

埃塞俄比亚毛衫基地项目负责人党晔表示,该项目是埃塞俄比亚疫情期间为数不多,且规模最大的投资项目。在一年多的建设过程中,埃塞俄比亚工贸部、投资局、国家工业园管理公司等部门对项目给予了持续关注,对项目在疫情期间的顺利开工建设、按计划完成各阶段建设目标以及对当地投资带来的积极影响给予了高度的肯定。

在投资埃塞俄比亚的过程中,东

方国际集团将中国先进的纺织工艺、技术、专业设备、丰富的运营管理经验和时尚健康的产品带到非洲。埃塞俄比亚工贸部的官员表示,这为当地纺织产业结构调整与升级创造了必要条件,同时也对非洲国家优化资源配置起到了积极作用。埃塞俄比亚项目的落地还将促进当地经济发展的同时,最终带动上下游产业在埃塞俄比亚或其他非洲国家的配套发展,对推动和完善非洲纺织产业链建设,促进非洲国家参与国际经济大循环起到积极作用。

童继生介绍,非洲是最具备未来纺织工业的“原料基地+制造基地+销售基地”属性地区之一。埃塞俄比亚又是非洲最有投资潜力的地区之一。在此布局,将有利于双方产业的共同发展,最终实现共赢。未来,随着该项目的逐步推进,在协同发展的引领之下,当地的相关产业链将更加完善,产品范围也有望得到更多扩展。

目前,毛衫基地项目在埃塞俄比亚已完成招工350人,并通过第一阶段培训。未来该项目计划招聘约5000名当地工人。

“在项目用工招工的过程中,我们特别关注如何培养熟练员工,还要尊重当地的风俗和文化,关心员工,让他们愿意留下来。从项目动工至部分产能试运营期间,我们可以感受到许多当地工人的职业和生活已经发生了改变。比如经过培

训,一线套口工人的工作效率提升了2-5倍。”党晔说。

正在进行岗前培训的25岁的套口女工马希莱说,“感谢中国人。他们让我走出失业的阴影,并教会我技术。”完成培训正式上岗以后,马希莱的收入也将进一步提高,这令她对未来充满期待。

携手高校培养人才,进一步助力“一带一路”纺织行业国际产能合作。2018年9月,东华大学联合东方国际集团在埃塞俄比亚设立纺织“一带一路”教育培训基地,目前,该教育培训基地正在针对不同纺织岗位开展专业技术培训和语言培训,为东方国际集团埃塞俄比亚项目提供人力资源支持。

“当地纺织工业基础还相对薄弱,我们希望在提升当地工业整体水平的同时,培养更多当地技术人才,提升当地行业劳动力整体素质和水平,促进人才本土化、为共建‘一带一路’提供科学技术支持和人才保障。”童继生说。

展望未来中非纺织行业合作,童继生说,东方国际集团将抓住“一带一路”所带来的广阔市场,与沿线国家,尤其是非洲国家进行深度合作。在未来中非纺织业合作中,期待非洲国家能不断弥补供应链不完整的短板,发挥生产要素成本优势,提供更多有利于纺织企业落地发展的优惠政策,以此吸引更多国内优秀纺织企业布局非洲。

多角度推进本地化 筑牢增长根基

■ 本报记者 张凡

从保障供应链运转到打造线上产品发布会,从发起抗疫主题活动到销售重心向线上转移……2020年,面对全球肆虐的疫情,手机界的“非洲之王”——传音控股对非疫情的发展情况时刻保持关注,并积极调整非洲市场战略。这让公司2020年的业绩非但没有下滑,反而使营业收入达到377.92亿元,较2019年同比增长49.10%,以实际行动回应了消费者、投资者的信任与期待。

传音控股能取得这样的成绩,固然有其采取的积极措施有效缓解了市场对疫情对公司业绩的冲击的因素,但其多年来坚定实施本地化战略才是更深层原因。

首先,传音控股对非洲这个市场建立起清晰而全面的认知。非洲不是一个统一的大市场。这里有50多个国家和地区,文化、语言、宗教、种族、发展程度、商业环境、本地政策和法律法规都不一样。对于传音控股而言,进入非洲的首要任务就是了解这个市场,了解当地的消费需求。为此,传音控股一成立,就

建立了专门的部门,进行市场调研和用户洞察。这个准备在非洲深耕的企业,派出人员深入非洲各个国家和地区,不只前往一二线城市调研,甚至下沉到了三、四、五线城市,从而更好地获悉了当地消费者需要什么样的产品和服务。

其次,传音控股根据非洲市场碎片化的特点,实行了分阶段的市场拓展策略。公司先在东非、西非分别选取肯尼亚、尼日利亚等区域重点国家开展业务。等业务模式成熟之后,再逐步拓展至周边国家,辐射整个东、西非。等东、西非市场拓展稳定之后,再向中非、南非、北非市场延伸。经过几年的经营,到2015年,传音控股旗下品牌在非洲手机市场的合计份额已经排名第一,成为名副其实的“非洲之王”。

最后,传音控股根据对非洲市场的洞察,在研发、制造、品牌、售后等多个方面发力,打造出符合非洲市场特点的产品和服务。

对当地而言,不仅缺少有竞争力的本土手机品牌,更缺少本地制造的技术与人才储备。传音控股通过前期调查了解到,非洲消费者对手机产品有着特殊的需求。为此,他们根据非洲人肤色,研发了专门的深肤色影像技术;根据非洲电力资源匮乏,研发了超长待机功能;根据非洲人喜欢唱歌跳舞的爱好,用八个扬声器配合音乐流媒体;根据非洲民众收入相对较低的情况,将产品的价格尽量降低。正是因为推出了一系列符合当地需求、性价比又高的产品,传音控股在非洲市场所占份额超过了其他手机品牌。目前,传音控股还在不断强化在深肤色影像技术平台、新材料创新应用等本土化创新领域的优势地位,同时持续加大在人工智能大数据算法、智能认知AI语音、AIoT垂直应用技术架构、5G这些领域的研发投入,以便夯实其非洲市场地位。

在生产制造方面,为了更好地服务本地消费者,传音控股在埃塞俄比亚设立工厂。目前,该项目已发展成为当地手机行业的中坚力

量,在满足埃塞俄比亚国内市场销售的同时还能将产品出口到周边非洲国家,成为该国优秀的出口创汇企业。传音埃塞俄比亚工厂不但为该国提供了大量的本地就业机会,在提升当地产业工人技能水平的同时,也积极融入本地社会的共建工作,促进中非友好交流。

在打造品牌方面,传音控股针对不同的消费群体实施多品牌战略,推出了3大手机品牌:TECNO是传音旗下的高端品牌,定位于新兴市场产中产阶级消费群体,提供领先的拍照影像技术和出色的用户体验;itel作为大众品牌,为广大基础消费者提供质量好、价格优且耐用的产品;Infinix针对追求时尚科技的年轻人群,提供时尚智能的产品体验。这样多品牌战略很好地满足了不同人群的消费需求,也赢得了消费者的心。在知名商业杂志《African Business》(2021年6月版)发布的“2020/2021年度最受非洲消费者喜爱的品牌”百强榜中,传音旗下三大手机品牌TECNO、itel及Infinix分别位列第6、21及25名;其

中,TECNO连续多年位居入选的中国品牌之首。

在售后服务方面,传音控股认识到,产品品质和服务体验是传音赢得非洲用户喜爱的根本。传音控股是最早将售后服务体系引入非洲的手机厂商之一。公司建立的售后品牌Caricare已经在全球包括非洲在内的地区有超过2000个服务触点(含第三方合作服务网点),成为新兴市场主要的多品类售后服务方案解决商之一。

除此之外,传音控股在中非经贸合作日益密切的大背景下,尤其是在疫情期间,积极履行社会责任,在减少企业自身损失的同时,也拉近了中非关系。例如,公司针对疫情开展物资捐赠活动,为非洲多国的政府机构、医院、本地社区、客户、合作伙伴提供口罩、酒精、额温枪等防疫物资。

由此可见,传音控股在非洲、为非洲,坚定实施本地化战略,在为

其业务增长打好基础的同时,也织牢了其风险防范网络,造就了中国企业对非合作成功的典范。

中企植根非洲 促进民生改善

本报讯 在日前召开的第二届中国—非洲经贸博览会上,由中非民间商会主办、全球南南发展中心项目支持的中非南南合作成果展,展示了多年来中国企业参与中非合作的实践与成果。

中非民间商会副会长、秘书长王晓勇表示,不少中国企业植根非洲多年,以产业园区、经贸合作区等为载体,帮助所在国建设上下游产业链,带动相关行业发展,促进当地民生改善。

数据显示,截至2020年底,经中国商务部备案的中国企业在非经贸合作区共有25个,入区企业达到623家,累计投资73亿美元,涉及能源、轻工建材、机械制造、家用电器等多个领域,上缴东道国税费14.7亿美元,雇佣外籍职工4.2万人。

非洲大陆面积广阔、人口分布不均,市场碎片化特征明显,供应链安全问题在新冠疫情防控高峰期显得尤为突出。中国企业不断完善非洲当地物流网络、提升中非间供应链服务水平,进一步发展中国与非洲各国货物进出口业务。

王晓勇介绍,中国企业参与当地发展主要通过两种方式:一是发挥自身优势在非洲进行投资建设;二是根据所在国实际情况,因地制宜开展减贫实践。

尽管新冠疫情为中非经贸合作带来不确定因素,但王晓勇认为,从长远来看,中非关系的基本面和双方深化互利合作的大趋势不会改变。在构建国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局下,中国企业将进一步提升产品在非洲的品牌影响力,推动非洲优质特色产品进入中国市场,并积极探索中非在高新技术制造业、医药医药、数字经济、航空等新领域的发展合作。(周楚均)