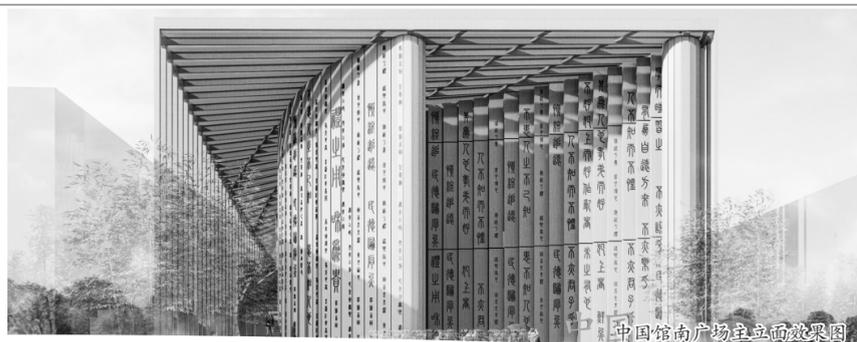




中国馆建筑整体鸟瞰图(效果图)



中国馆南广场主立面效果图

大阪世博会中国馆筹备获重要进展

■ 本报记者 谢雷鸣

2025年日本大阪世博会(以下简称大阪世博会)将于2025年4月13日至10月13日在日本关西大阪世博园举办。大阪世博会以“构想焕发生机的未来社会”为主题,设置“拯救生命”“赋予生命”“联结生命”三个副主题,展现世界各国为实现联合国2030可持续发展目标所取得的成就,进一步促进该目标全面实现,展望未来社会发展愿景。

主办方预计届时将有150个国家和25个国际组织参展。大阪世博会中国馆的筹备工作已经取得重

要阶段性进展。目前,中国馆施工总承包单位已经确定,中国馆展陈设计框架已初步论证形成。中国贸促会即将在日本大阪市人工岛“梦洲”举办大阪世博会中国馆的开工仪式。

据悉,大阪世博会中国馆以“共同构建人与自然生命共同体——绿色发展的未来社会”为主题,旨在展现中国同世界各国同舟共济、守望相助,共同构建人类命运共同体的美好愿景和不懈努力。

据了解,中国馆位于大阪世博园国际展区的A7地块,是大阪世博会最大的外国自建馆用地之一(面积约3500平方米)。中国馆建筑外观设计方案题为“中华书简”。该方案是一座以绵延展开的中华书简为外观的竹黄色建筑,突出阐发“中华文化发乎自然、顺应自然,人与自然和谐共生”的发展理念,彰显中华文化源远流长和博大精深,具有强烈的中国元素和浓郁的文化气息。

中日双方高度重视中国参展工

作,国际社会对中国馆的精彩亮相充满期待。目前,中国馆成为大阪世博会第二个取得开工许可的外国自建馆,这对整个世博园区建设发挥了正向激励和示范作用,得到日本方面、国际展览局的肯定和赞扬。

业内人士表示,中国参加大阪世博会,有助于进一步推动中国与日本以及世界各国在文化、经贸、旅游、绿色低碳等领域的交流合作。中国将与各参展方共同描绘绿色发展的未来社会,推动构建人与自然和谐共生的地球家园。

小贴士

中国贸促会举办和参加世博会情况

中国于1993年正式加入《国际展览会公约》,成为国际展览局成员国。受国务院委托,中国贸促会代表中国参加国际展览局工作,并负责中国参加国际展览局和世博会相关事务的组织、协调、监督、管理工作。

世博会是世界各国加强彼此理解、扩大相互交流、促进文明互鉴与共同繁荣的重要平台,具有规格高、主题鲜明、举办时间长、接待观众人数众多、集多种功能于一体等特点。自1982年以来,中国贸促会先后16次组织中国馆参加在海外举办的世博会,并成功举办1999年昆明世园会、2010年上海世博会和2019年北京世园会,向世界呈现了一个日益开放和绚丽多彩的中国。

信息集结号

第七届进博会在澳大利亚推介

本报讯 第七届中国国际进口博览会推介会日前在澳大利亚悉尼举办。当地州政府、商协会和企业派员参会。

中国驻悉尼总领事馆代总领事王春生在致辞中表示,中澳经贸合作取得巨大成就,为两国民众带来福祉。进博会是中国向世界开放市场的重要举措,是中国支持经济全球化的务实行动,彰显了中国推动高水平开放、推动构建开放型世界经济的坚定决心。希望澳大利亚企业积极参与进博会,共享中国改革开放和经济发展的红利。

国家会展中心(上海)有限责任公司总裁宁凤说,我们愿同澳大利亚各界共同努力,助力更多澳企进入中国市场,收获更多成果,一同书写开放、合作、创新、共赢的“进博故事”。

活动现场,澳大利亚健康产业有限公司、澳大利亚柯蓝集团等公司确认参加第七届进博会并签订协议。

另据了解,进博会工作组首次走进珀斯并召开了第七届进博会座谈会,诚邀当地企业参展参会。(顾时宏)

第25届北京房车展2月29日开幕

本报讯 由中国汽车工业协会房车分会、21世纪房车、房车世界联合主办的第25届北京国际房车展览会将于2月29日至3月3日在北京举行,现场集中展示房车行业前沿技术与产品。

作为今年我国房车露营行业的首个大型展览会,本届展会预计规模超过6万平方米,参展品牌400余家,覆盖房车整车、底盘、零配件、户外装备、露营、旅游用品等领域,全面展现房车露营产业链业态。展会期间将举办2024年房车团体标准工作会议、新能源房车专用底盘技术研讨会、房车旅游线路产品设计和推广论坛、2024中国房车租赁年度交流会、中国房车业态产品推介会等活动。(李华)

云南维西将举办兰花博览会

本报讯 第三十一届中国(维西)兰花博览会将于2月26日至3月2日在云南省迪庆州维西县举行。

此次兰花博览会主题为“探三江腹地秘境,赏空谷幽兰神韵”,活动内容丰富,包括兰花博览会精品国兰评奖和展示、第十一届中国兰花产业发展论坛、中国花卉协会兰花分会理事会2024年年会、兰博会迎春晚、兰花书画摄影作品展、维西旅游推介暨非遗展演推介、民族交往交流特色产品展销等。(张琴)

“中国非常值得游览!”

■ 颜欢

中国山河,吸引全球。日前在西班牙首都马德里举办的第四十四届马德里国际旅游展上,观众积极评价中国近期对多国推出的免签政策,期待中国为全球旅游业发展注入更多动力。

据主办方介绍,本届展会吸引超过15万名业内人士和约10万名观众。来自152个国家和地区的企业、机构参展。

创新和可持续成为热点

据展会总监玛丽亚·巴尔卡塞介绍,本届展会设置科技、影视、会展、邮轮等10个主题展区,以专题形式呈现旅游业最新成果,强调促进全球旅游业创新和可持续发展。

在马德里会展中心4号展馆,一块巨大的显示屏播放着葡萄牙旅游宣传片,片中蔚蓝的海水向远方奔涌而去。屏幕背面写着:“为了更好的地球、更好的旅游业。”葡萄牙旅游局顾问蒙特罗表示,葡萄牙希望借此向世界展示其丰富的海洋旅游资源。

近年来,海岛游、邮轮游、滨海游等“蓝色旅游”正成为旅游业的热门线路之一,也是本届展会的一大亮点。据主办方介绍,“蓝色旅游”旨在通过港口、邮轮等海洋旅游基础设施的技术创新,在提升和丰富游客旅游体验的同时,更好保护海洋环境,推动海洋旅游向更可持续方向发展。

展会首日,西班牙西北部的维戈港宣布了推动港口旅游的新战略,包括打造全新水下和海上观景台,其能耗主要由太阳能提供。同时,该项目还将为研究海洋生物、保护沿海鱼群提供支持。

作为体育强国,西班牙在本届展会上特

别推出了体育展区,旨在挖掘体育旅游的潜力。世界一级方程式赛车锦标赛(F1)宣布将于2026年重返马德里,并将围绕马德里会展中心建造一条半城市街道赛道。相比永久性赛道,其碳排放量将减少一半以上。

“这将是全世界交通最便利、最环保的比赛场地之一,体现了未来体育和旅游业的发展趋势。”马德里自治区主席阿尤索表示,不管是从机场还是从马德里市中心出发,游客都可以乘坐公共交通在15分钟内抵达赛场。赛场采用先进技术建造,并配备有一片占地面积达160公顷的公园绿地,体现出可持续发展理念。赛事预计每年将为马德里吸引8.5万名游客,带来超过4.5亿欧元收益,创造超过8200个就业岗位。

旅游行业复苏信心强劲

联合国旅游组织日前发布的《世界旅游业晴雨表》显示,截至2023年底,国际旅游业恢复至新冠疫情前水平的88%,国际游客预计达到13亿人次。据初步估计,2023年国际旅游业收入达1.4万亿美元,相当于2019年的93%,全年旅游业对全球经济的贡献为3.3万亿美元,约占全球国内生产总值的3%。

数据显示,2023年一些旅游目的地的国际游客人数相比2019年出现了两位数的增长。其中,加勒比、中美洲和北非等区域的人境人数超过2019年的水平。随着国际旅游业的蓬勃发展,今年国际旅游业有望完全恢复到疫情前水平,初步估计将比2019年增长2%。联合国旅游组织最新的旅游信心指数调查显示,67%的受访旅游专业人士表示,与2023年相比,2024

年该行业的前景将会更好或好得多。

展会期间,世界旅游城市联合会还举办了“中国入境旅游市场新发展”主题论坛,与会代表分享了对中国入境旅游市场的展望,并就如何开拓中国市场,吸引中国游客等话题展开深入探讨。《世界旅游业晴雨表》指出,中国旅游市场的恢复和发展为全球旅游业恢复注入动力。由于签证便利化和航空运力提高,预计中国出境和入境旅游市场将在2024年快速发展。受此推动,亚洲旅游市场将会迎来更为强劲的复苏。

“期待中国为世界旅游业发展注入更多动力。”哥伦比亚波哥大旅游局局长安德烈斯·桑塔玛利亚表示,希望未来拉美和中国之间开通更多航班,推动双方游客往来,期待继续和中方相关机构、部门开展区域论坛和旅游洽谈会,加强双方旅游业合作,共同促进旅游业复苏。

“如今中国游客回来了,人们也想去中国旅游。中国非常值得一游。”联合国旅游组织秘书长波洛利卡什维利表示,中国市场将为2024年世界旅游业恢复到新冠疫情前的水平作出贡献。

期待加强对华旅游合作

在会展中心外侧主通道的显著位置,印有“你好!中国”国家旅游形象图案的广告牌引人注目。在6号馆的中心位置,以“你好!中国”旅游形象为主视觉区的中国展台前围满了前来咨询的观众。中国展台总面积为130平方米,由来自中国多个省市、航空公司以及旅游企业的12个展位组成,展示了丰富多彩的中国旅游产品和旅游线路。

中国新能源汽车渐受海外欢迎

■ 本报记者 宗赫

参展国际车展 深度参与国际竞争

新年伊始,上海外高桥海通国际汽车码头驶出一艘船。“上汽安吉申诚”号汽车滚装船首航前往欧洲。船上搭载的近5000辆中国自主品牌新车有将近一半是新能源汽车。

一端是中国,一端是欧洲。在比利时泽布吕赫港,来自上海的汽车滚装船靠港,在当地引起轰动。这是中国新能源汽车保持产销两旺发展势头的一个缩影。

据悉,欧洲成为中国汽车出口的一大增量市场。比利时、英国、斯洛文尼亚、法国等国是中国新能源汽车出口欧洲热门目的地。中国新能源汽车出口国家数量不断增加,欧美发达经济体逐步成为目标市场。

在2023年德国慕尼黑国际车展上,中国整车、三电系统、汽车软件等领域的50多家中国汽车产业相关企业与观众见面。比亚迪、名爵、零跑、小鹏、阿维塔等中国汽车品牌吸引了许多观众。他们驻足了解、登车体验。

据悉,凭借优良的品质,中国新能源汽车在传统汽车巨头云集、要求严格的欧洲市场中获得认可,为中国汽车产业深度参与国际市场竞争奠定了良好基础。

积极展示展销 不断助力产业发展

在泰国曼谷大型商场里的哪吒汽车海外直营店,曼谷市民威查猜陪朋友选车。

“油价太贵,我换了一辆哪吒新能源汽车,驾驶体验很不错。当朋友需要换车时,我将他带到了这里。”威查猜说。

作为东南亚主要汽车生产基地,泰国近年迎来越来越多投资生产新能源汽车的中国企业。中国企业在东南亚地区不断完善电动汽车配套服务,优化电动汽车使用环境,进一步激发消费者需求。

其中,长城汽车App覆盖泰国85%的公共充电网络,长城汽车还推出G-charge超级充电站,为泰国电动汽车用户提供更便捷的服务。中国石油国际事业新加坡公司下属企业新加坡石油公司与新加坡能源集团签署充电合作协议,加大布局车辆便利充电业务。

随着东南亚国家扶持新能源汽车产业的一系列政策落地实施,中国车企逐渐转变发展模式,由出口产品和服务转向关键零部件的本土化生产,推动新能源汽车产业链出海。

蜂巢能源董事长兼首席执行官杨红新说:“依托中国的动力电池技术、泰国的政策环境,我们将

中国先进的锂电技术引入泰国,打造当地电池供应链体系,持续在新能源领域开拓市场。”

展示、展销,拉近了海外消费者与中国新能源汽车的距离。

在埃及开罗热闹繁华的穆罕迪森区,阿拉伯国家联盟大街车水马龙。在一家汽车展销店的一众知名品牌汽车中,来自中国的新能源汽车格外引人注目。

销售经理叶哈亚指着一辆中国制造的沃尔沃XC40纯电版汽车对顾客说:“中国新能源汽车进入埃及市场,助力减少碳排放、降低污染,实现绿色出行。”

中国新能源汽车正在中东、非洲等地区占据越来越多市场份额,成为当地汽车产业电动化转型的重要推动力量。其中,2022年10月,红旗新能源汽车成为首个加入阿联酋迪拜警车队的新能源汽车品牌;2022年底,吉利旗下的新能源商用车品牌远程汽车与阿联酋企业签署1000台新能源商用车订单;去年6月,比亚迪在阿联酋推出ATTO 3车型。

在许多非洲国家,飞驰的中国制造电动汽车成为一道亮丽的风景线。肯尼亚汽车销售商马库卡说:“中国电动汽车具有良好的性能和优秀的设计,希望肯尼亚与中国在电动汽车领域开展更多合作。”



图为阿拉伯客户乘车体验