

一场培训激活了从江研学游

今年6月,中国贸促会2024年帮扶项目——黔东南州从江县2024年乡村旅游骨干培训班在高增乡美德村云上粮仓开班。该次培训吸引了来自从江县重点旅游村的村干部、旅游行业领军人物以及有志于投身乡村文化旅游发展的青年共50名学员。通过两期富有参与性和互动性的培训,学员们深入掌握了乡村旅游的前沿理念和实用经验。

培训圆满结束后,学员们返回各自村落,将所学知识付诸实践,结合本地特色资源,策划并推出特色研学旅游产品。这些产品包括农耕体验、刺绣工艺、瑶族草药采集、传统造纸等体验活动。翠里乡高华村、丙妹镇岜沙村、高增乡小黄村等相继组建了研学团队,并成功吸引了研学团的到访。

高华瑶寨——为研学注入非遗文化

高华村是一个瑶族村寨,是从江瑶浴的发源地。从江瑶浴被誉为“世界三大洗浴文化之一”,2008年被列入第二批国家级非物质文化遗产名录,是目前唯一入选国家非物质文化遗产保护名录的瑶浴养生文化。瑶族人民将草药与自然山泉水结合,熬煮出精华,供游客们体验。在药浴“三进三

出”中,让游客感受身体的放松与皮肤的深层滋养。

今年6月,高华村的8名接待户参加了从江县2024年乡村旅游骨干培训班,深入学习了如何将瑶族的非物质文化遗产与乡村旅游相结合。培训结束后,高华村结合瑶族的文化特色,精心设计了一系列瑶寨研学旅游产品,并迅速吸引了省外游客的关注。7月以来,高华村成功接待了来自湖南、广东、四川等地7期研学旅行团,共计180人次,创收14万元。

在接待过程中,高华村不仅向游客们展示了瑶族的历史渊源和文化,还介绍了瑶族的过山榜、药浴、长鼓舞、古法造纸和制香等传统技艺,并让游客体验了神奇的从江瑶浴。游客纷纷表示,这种体验非常奇特,感受到了瑶寨的乡土文化,是一次终生难忘的体验。回程时,每位游客都带上大包小包的瑶浴产品和农特产品。研学旅游活动,不仅丰富了游客的文化体验,也为村民们带来了可观的经济收益。

岜沙苗寨——为研学增添神秘色彩

岜沙村是一个保留着众多原始文化习俗的苗族传统村落,被誉为

“中国最后一个枪手部落”。在岜沙人的心中,树就是他们的保护神。人的一切都是树给予的,他们是大自然的子孙。岜沙人的一生有三棵树,即“生命树”“消灾树”“常青树”,象征着岜沙人关乎人的生命奥义以及天、地、自然的信仰。

从江县2024年乡村旅游骨干培训班开班时,4位来自岜沙村的大学生参加了培训。培训结束后他们回到家乡,立即组建了一个由8人组成的团队,专门负责接待研学团。这个新成立的团队通过积极招募,成功迎来了4期旅游团,共计195人次,实现26万元的经济收益,惠及20户农户和50名村民。

通过这次培训和接待研学团队的实践活动,岜沙苗寨的研学旅游得到了进一步的丰富和发展,为该村乡村旅游研学奠定了坚实的实践基础。未来,岜沙苗寨有望成为更多研学团队的首选目的地,继续传承和发扬其独特的苗族文化,为促进民族团结进步和文化繁荣发展作出新的更大贡献。

小黄侗寨——为研学唱响天籁之音

小黄村是大歌的发源地,被誉为

“中国侗族大歌之乡”。这里人人能歌善舞,人才辈出,素有“歌的故乡”“歌的海洋”之称。新中国成立后,小黄侗歌多次参加过全国、全省各种汇演、调演、大赛并获奖,还曾经受到毛主席、周总理等国家领导人的接见。2009年,侗族大歌被联合国教科文组织列入人类非物质文化遗产代表作名录,以其多声部的奇妙组合震惊世界。

有志于推动乡村文化旅游发展的青年贾先珠等三人,参加了2024年乡村旅游骨干班的培训班后,利用小黄村的资源优势,策划了一系列研学体验活动,包括制作麦芽糖、体验古法造纸、学习侗族歌曲、野外采摘和山林野炊等。自7月以来,他们已经接待11期研学团队,共计226人次,创造了40万元的旅游收益。随着研学团队的不增多,小黄村的学员吴月花也将自家住宅改造成了民宿,为游客提供住宿服务。

研学旅游的开展不仅为小黄村带来经济效益,还让更多游客聆听到“清泉般闪亮音乐——侗族大歌”,了解和体验从江县原生态、多姿多彩的民族文化和自然风光,有效促进了文化传承和保护,进一步提升了从江县的旅游品牌影响力。

(来源:贵州广电)

以中国式现代化新进展为世界提供新机遇

(上接第1版)本届进博会,挪威首次参加国家展。挪威品牌英丝瓶装水受到越来越多中国消费者喜爱。“中国产业升级蕴藏巨大潜力。此次进博会,我们将展示通过优化包装和水源地管理等实现可持续发展的一系列举措,期待携手更多中国企业拥抱绿色发展新机遇,助力实现‘双碳’目标。”英丝相关负责人黄瑜胜说。

连续5年参加进博会,盈康一生向消费者展示了智慧生物样本库、智慧医疗、智慧公共卫生、智慧血液生态四大场景的科技创新成果和解决方案,重点展出超30款产品,首发首展达50%以上。“借助进博会平台,我们与合作伙伴交流行业发展前沿信息,引进先进技术与服务,产业升级发展动能更足了。我们将坚持原创科技引领,为全球用户提供智慧的科研服务、高水平的医疗技术以及创新的临床应用。”盈康一生相关负责人龚雯雯表示。

展会联动,打造创新生态——作为进博会的重要配套活动之一,第七年全球乳业合作论坛将吸引代表性的国内外乳业从业者,围绕绿色消费、循环经济等热点话题进行深入交流和探讨。“进博会为同业交流、合作共赢搭建了绝佳平台。过去的一年,中国乳业不仅在奶源端打造再生农业、在生产端发展绿色智造,在绿色消费、生物多样性保护等方面也进行了积极探索。我们将在合作论坛上分享可持续

发展和乳业净零碳等方面的实践经验,为行业创新发展赋能,助力全球乳业迈向高质量发展。”蒙牛集团党委副书记、执行总裁李鹏程说。

连续7年参加进博会,新西兰纽仕兰乳业今年将发布全链路低碳牛奶战略。“当前,跨国企业探寻增长新引擎,重塑全球供应链。中国因地制宜发展新质生产力,推动高质量发展,将推动全球企业加快绿色低碳、数字经济等领域发展。”纽仕兰乳业亚太区首席执行官盛文灏说。

让合作共赢惠及世界

新征程上,中国向世界敞开怀抱,不断以中国式现代化新进展为世界提供新机遇,为世界经济繁荣发展作出更大贡献,助力推动构建开放型世界经济,让合作共赢惠及世界。

“中国拥有巨大的市场需求和完备的产业链供应链,对新技术接纳能力强,为外资企业发展提供了机遇。”松下控股株式会社全球副总裁本间哲朗说,“通过进博会,我们提升了快速适应新技术和市场变化的能力,紧跟中国市场步伐,与中国同频发展。”

本届进博会,芳珂株式会社将为中国消费者提供全面的美容与健康解决方案。“进博会搭建了国际沟通桥梁,也为各国品牌提供了极佳的展示平台。此次集团携旗下四大品牌齐聚进博会,展现了我们深耕中国市场的决心,希望通过创新与中国伙伴共同

发展,为中国消费者带来更多选择。”芳珂株式会社董事兼海外事业本部本部长堀宏明说。

本届进博会,中国中化发挥全球化业务优势,组织旗下5家海外下属企业参展,向消费者展示生物育种、新材料、高端装备等领域新产品新技术,助力产业升级,丰富国内供给,服务高质量发展 and 高品质生活。

每届进博会,医疗器械及医药保健展区首发、首秀、首展都颇具人气。吉利德科学全球副总裁金方千介绍:“进博会成为全球头部医药企业连接中国市场的重要渠道。吉利德科学将持续与各方探索创新合作,助力本土研发能力建设,让更多创新药物惠及中国消费者。”

本届进博会,国家展继续为各国展示综合形象和贸易投资领域机遇搭建重要平台,77个国家和国际组织参展。

今年,尼加拉瓜将以主宾国身份参加进博会。“我们对进博会充满期待。”尼加拉瓜总统投资、贸易和国际合作顾问劳雷亚诺·奥尔特加说,希望优质的尼加拉瓜商品能够获得中国市场认可,也希望吸引更多中国企业来尼加拉瓜投资咖啡种植业、牛肉加工业等。

在许多非洲展商看来,参加进博会意味着近距离拥抱发展机遇。贝宁工业与贸易部长沙迪娅·阿苏曼认为,进博会为贝宁优质农产品进入中国市场提供了广阔舞台,期待更多贝宁优质产品亮相第七届进博会。

为37个最不发达国家参加国家展和企业展提供支持,并扩容非洲产品专区,助力扩大对最不发达国家单边开放……进博会以实际行动,更好发挥国际公共产品作用,为促进普惠包容的经济全球化贡献力量,彰显中国扩大开放、深化合作、共促发展的积极意愿。

“中国国际进口博览会不仅要年年办下去,而且要办出水平、办出成效、越办越好。”

“希望进博会加快提升构建新发展格局的窗口功能,以中国新发展为世界提供新机遇;充分发挥推动高水平开放的平台作用,让中国市场成为世界共享的大市场;更好提供全球共享的国际公共产品服务,助力推动构建开放型世界经济,让合作共赢惠及世界。”

当今世界,和平、发展、合作、共赢的历史潮流不可阻挡,人民对美好生活的向往不可阻挡,各国实现共同发展繁荣的愿望不可阻挡。各国携起手来,凝聚更多开放共识,共同克服困难和挑战,就一定能为全球发展带来新的光明前景,让开放的春风温暖世界。《人民日报》2024年11月05日 01版)



地方看链博

第二届中国国际供应链促进博览会(以下简称“链博会”)将于11月26日至30日在北京举行,湖北省将搭建主宾省综合形象馆,展示科技创新和产业创新融合发展的最新成果。此外,湖北省还将与主宾国匈牙利联合举办重大活动,“主宾国遇见主宾省”将成为本届链博会的一大看点。

据悉,湖北省将组织东风汽车、华工科技、黑芝麻智能科技等40余家链主企业、专精特新、“隐形冠军”企业参展亮相主宾省综合形象馆和“六链一区”。湖北先进制造、智能汽车、数字科技、清洁能源等优势产业领域代表企业将带来人形机器人、高端纯电超跑、运载火箭等70余件湖北高科技“尖板眼”展品,辅以人工智能技术打造沉浸式、互动式场景体验,展现湖北对外开放新形象、产业发展新成就、新质生产力新探索,全面反映湖北高水平科技自立自强创新发展成果。

为借助链博会这一国际化、专业化平台,拓展深化湖北产业链供应链国际合作,湖北还将举办10场重大经贸活动,为市州及广大市场主体找链条伙伴、觅链接机遇。其中,武汉、襄阳、宜昌、荆州、黄冈、鄂州、咸宁、孝感、恩施等城市将分别围绕产业优势展开对接洽谈。

链博会作为全球首个以供应链为主题的国家级展会,关注长期合作,共享合作机遇。湖北省贸促会相关负责人表示,将通过精心组织,把展会平台打造成展链条、展生态、展场景的舞台;通过悉心梳理,将与湖北企业最对口的潜在合作伙伴“撮合”到彼此面前,让企业有更加强烈、更加长久的获得感。

本届链博会湖北参展企业数量、展览展示规模、办展绿色化水平、首发首展首秀比例均较上年有明显提升。众多外国驻华使节、知名商协会代表、跨国公司高管将齐聚一堂,共享湖北开放融通新机遇。(鄂贸)

调研显示:中国市场吸引力上升! 上升! 上升!

■ 本报记者 毛雯 实习记者 万泽玮

外资企业对我国营商环境感受如何?在10月31日举行的中国贸促会10月例行新闻发布会上,发言人孙晓表示,从各种数据和中国贸促会组织的各种活动中,可以看到,外资企业看好中国市场,对华投资有强烈信心。

孙晓表示,今年以来,全国贸促系统共召开外资企业座谈会540多场,实地调研外资企业3300多家,中国贸促会“投资中国”平台累计发布投资新闻1312条、政策文件244份,研究报告44份、招商引资项目780个,还组织了海南行、内蒙古行、陕西行、重庆行四场“外资企业地方行”活动,了解外资企业需求,服务外资企业发展。

近期,通过对400多家外资企业开展问卷调查,并深入调研50余家外国商协会和外资企业,中国贸促会编制了《2024年第三季度中国外资营商环境调研报告》。报告显示,总体来看,九成受访外资企业对中国营商环境评价“满意”及以上。其中,对“市场准入”“获取经营场所”“办理结业手续”等指标评价“满意”及以上的企业占比最高。

报告提到,从市场情况看,受访外资企业持续看好中国市场。其中41.67%的受访欧洲企业认为今年中国市场前景“好”,环比上升14.17个百分点。近五成受访外资企业认为中国市场吸引力“上升”,环比上升2.04个百分点。其中47.92%的受访欧洲企业认为中国市场吸引力“上升”,环比提高5.42个百分点,60%的受访美国企业认为中国市场吸引力“上升”,环比提高15.26个百分点。

报告还提到,从经营情况看,受访外资企业在华投资意愿增加。近两成受访外资企业计划在华增资,环比上升2.07个百分点,其中受访欧洲企业增资意愿较强,环比上升2.5个百分点。东部地区是受访外资企业增资的主要地区,占比为59.52%。扩大在华生产线或实现数字化转型是受访外资企业增资的主要方式,占比为54.76%。

“下一步,我们将持续发挥服务外资企业专班作用,不断创新外资企业服务方式,与各方携手,为外资企业‘在中国、为世界’提供更好支持和更优服务。”孙晓说。

广州市贸促会带领企业组团参加迪拜美容展并开展经贸交流活动



为促进广州美妆日化产业开拓中东、北非市场,10月28日至30日,广州市贸促会举办“广州名品·世界巡展”(迪拜站)专项活动,带领广州美妆日化企业组团参加2024阿联酋迪拜美容展览会,集中展示广州优质产品走天下、贸全球。广州市贸促会主管一级调研员林开虎带队参展并拜访阿联酋有关商务机构,调研重点企业,开展贸易投资促进活动。

广州名品组团亮相世界知名展会

由德国法兰克福展览集团主

办的迪拜美容展(Beauty World Middle East)是中东地区规模最大、专业化程度最高的美容美发用品交易盛会。2024年迪拜美容展展览面积达7万平方米,开设16个展厅,参展企业超2000家。展会吸引了来自全球150个国家(地区)的观众入场采购,入场人次超7万。此次迪拜美容展,中国人参与程度高,参展企业数量和参观采购人数均稳居各国前列。

本次“广州名品·世界巡展”(迪拜站)专项活动,广州市贸促会共组织17家广州企业组团参加2024迪拜美容展,展团展示净面积

192平方米。广州名品展团参展企业集中展示了化妆品、护肤品、机械包装、香料化合物等美妆全产业链名优品产品。展会期间,广州名品展区采购商云集,国际采购商对广州市产品兴趣浓厚,纷纷驻足洽谈。

广州市丝露杰精细化工有限公司是一家集研发、生产、销售、品牌推广一体的美发企业,在展会现场展示了养发护发护发最新产品。该公司执行董事黄加将表示,迪拜美容展采购商数量多,质量好,参展效果好。下一步,公司将扩大参展规模,申请特装展位,提前制定参展方

案,深耕中东北非市场。

亮国(广州)眼镜有限公司主要生产销售隐形眼镜、隐形眼镜护理液和滴眼液。“以往,公司主要通过参加光学类展会开拓市场,今年第一次出国参加美妆类展览会。”公司总经理曾旭仙介绍,迪拜美容展在展会规模、客商人流量、客户精准度都比光学类展会好。此次参展,公司与8个采购商现场签单,另有100多个采购商对公司产品有采购意向。

广州科堡化妆品有限公司长期致力于专业头发与个人护理领域产品研发生产销售,长期参加国外专业展览会。该公司副总经理叶俊廷表示,迪拜美容展在展会规模、客商人流量上均位居世界同类展会前列,采购商大多数来自中东、北非地区,地域集中度高,有利于企业拓展海湾国家市场,帮助企业精准把握市场动态及客户需求。

参展企业普遍认可迪拜美容展。据统计,广州名品展团企业参展续签率达到100%,有4家企业表示下一届展会要加大参展投入,从标准展位升级为特装展位,进一步提升参展成效,继续深耕中东、北非市场。

广州美业全面进军中东、北非市场

世界美妆看中国,中国美妆看广州。权威数据显示,广州市化妆品工业产值达1000亿元,占省份额超过70%,居全国首位。截至2024年6月底,广州市共有化妆品生产企业1868家,约占广东省

60%,占全国三分之一。

在组织开展广州名品·世界巡展工作的同时,广州市贸促会积极宣传鼓励本地美妆日化企业积极参展。据不完全统计,此次迪拜美容展,包括广州名品展团在内,广州共有60家企业参展,其中,中国馆54家,专业馆6家,此外,还有4家广州企业以国外公司的名义在国际馆展区参展。

为做好服务企业工作,提振企业参展信心,林开虎逐一走访17家参展企业,察看各公司展出的主要产品,了解公司展出情况,鼓励各参展企业抓住参加国际知名展会的契机,积极开拓国际市场。

调研展会期间,林开虎向广州参展企业介绍了广州市贸促会开展广州名品·世界巡展专项工作帮助企业开拓国际市场,以及开展商事法律服务护航企业出海等惠企工作情况。广州市雪蕾化妆品有限公司总经理翁汉彬介绍,中东、北非是公司主要目标市场之一,为了更好地开展国际业务,公司已在迪拜注册成立公司。此次参展,为了提升参展成效,特地以迪拜公司的名义在国际馆申请特装展位,公司展示的香水和洗护用品受到国际采购商青睐,现场收获大量意向订单。

广州贸促全力推动国际经贸交流

法兰克福展览集团是迪拜美容展的主办方,中东有限公司是该集团在中东的分支机构,具体承办

迪拜美容展。访期间,广州市贸促会代表团拜访了法兰克福展览集团中东有限公司,介绍广州市会展业营商环境及广州市企业组团参展情况,邀请法兰克福展览集团来穗举办展会项目。法兰克福展览集团中东有限公司销售总监 Karla Jevons 感谢广州市贸促会大力支持,并表示今后继续加强与广州市贸促会的沟通联系,扩大合作成果。

出访期间,广州市贸促会代表团还拜访阿联酋粤商会,推介广交会、中食展(广州)、广州物流展等重点展会,邀请阿联酋粤商会发动当地客商来穗参展观展。阿联酋粤商会会长张钦伟介绍,阿联酋粤商会在促进双边经贸交往、引导中方企业在阿联酋合规经营方面取得一定的工作成效。下一步,阿联酋粤商会将与广州市贸促会保持密切联系,加强务实合作,共同促进双方贸易再上一个新的台阶,护航广州企业出海行稳致远。

广州市贸促会代表团还带领广州观展企业调研迪拜木须巴扎美妆市场,走访5家中方企业。代表团介绍了广州市贸促会促进双边贸易、护航企业出海等工作,了解阿联酋美妆市场发展状况以及中方企业在阿联酋经营情况。(穗贸)

