

丰富活动 广阔机遇 大阪世博等您来

编者按

2025年日本大阪世博会开幕以来,中国馆举办了省区市活动周、城市活动日、企业主题日等丰富多彩的展馆活动,吸引大量观众前来参观。本版集中介绍四川省和中远海运集团举办的活动。世博会作为世界各国展现综合实力、推动对外交流的国际性舞台,对广大中国企业而言意味着无穷的机遇。中国企业如何“掘金”世博?本版收录的一篇文章或将为您带来有用的建议。

巴蜀元素广受欢迎

■ 本报记者 兰馨



作为本届世博会中国馆首个省区市活动周,大阪世博会中国馆四川活动周的举行吸引了各界广泛关注。

“作为全球文明互鉴的璀璨舞台,世博会始终承载着人类对美好生活的共同向往。”中国贸促会副会长陈建安在活动周开幕式上表示,本届世博会以“构想焕发生机的未来社会”为主题,与中国馆展现新时代绿色发展的核心理念高度契合,也与四川省“天府之国”的生态智慧、“熊猫家园”的和谐理念形成跨越时空的对话。

“在此之前,自己对巴蜀的了解仅限于课堂上的知识,但亲身到访这些地方后,我深刻感受到了历史的壮丽、景色的美丽,以及中国的活力。”日本世博协会国际局执行主任永野光表示,在20世纪90年代,他曾作为学生抵达四川,游览了九寨沟、都江堰等地,期待通过本次四川



四川省贸促会供图

活动周了解四川更多的发展变化。

作为在世博会中国馆首个亮相的活动周,四川不仅带来了蜀绣、漆器、竹编、油纸伞等四川非遗项目展示和大熊猫、金丝猴“双宝”IP文创产品,还组织三星堆青铜神树和都江堰水利工程等作为中国馆常展项,为丰富中国馆内容作出了积极贡献。

四川省贸促会会长、四川国际商会会长黄莉介绍,此次四川活动周围绕“古代”四川深厚的历史文化底蕴和“今朝”四川蓬勃的经济发展活力,全方位讲好四川故事。

在中国馆外的南广场,以武术为脉络,融合功夫、茶艺、杂技与三星堆元素的“武韵东方”表演引人注目;开幕活动现场,《巴蜀画卷》演绎了川剧、变脸、北川大木偶等四川非遗项目,串联起了古蜀卷、山水卷、天府卷的时代变迁。在世

博会的大平台上,四川正全方位展示着绿色可持续发展的过去、现在和未来。

据介绍,本次四川活动周设置了“1+2+3+N”系列活动,即以“璀璨巴蜀文化,共创美好未来”1个主题,在大阪和四川两地分设线上、线下会场,举行开幕式、展览展示、文艺表演3个主题活动以及推介合作、儿童绘画展示、市(州)专题日、川货展览等N场配套活动,全面展示四川悠久历史文化、舒适宜居城市、良好营商环境等,促进四川与日本以及世博会参展国的经贸合作,进一步扩大四川国际知名度和影响力,促进四川高水平对外开放。

四川省成都市市长王凤朝在活动现场发出邀约:期待全球友人走进四川,体验并分享中国式现代化的万千气象,共同奏响“人类命运共同体”的华美乐章。

成都深化对日产业合作

■ 本报记者 兰馨

近日,在大阪世博会中国馆四川活动周期间,“山海对话,共赢未来”——2025年日本大阪世博会成都专题推介会在大阪举办。本次活动由中国贸促会驻日本代表处、四川省贸促会支持,成都市贸促会、成都市农业农村局、成都市商务局、成都海外联谊会等联合主办。

本次推介会特别注重文化元素的融入。在“国粹万象”文化节目中,通过变脸、花旦、川北木偶与大熊猫元素的有机融合,生动演绎了成都特色文化符号。中国驻大阪总领事馆经商处

参赞景春海在致辞中强调,成都在文化、产业、投资等领域与日本存在多维度的合作潜力。

在展陈布置方面,成都城市展陈区形成三大特色板块:农业食品展区集中呈现环太苦荞茶、郫都豆瓣等地标产品;文创展区通过熊猫文创、蜀绣非遗等展品展现城市文化厚度;医药健康展区则紧扣世博会“生命焕新”主题,多维度诠释“雪山下的公园城市”与“水都”的共生理念。三大展区协同发力,形成强烈视觉冲击,吸引众多日企代表驻足交流。

随着合作成果的持续显现,成都与日本经贸合作已迈入深化阶段。成都市政府副秘书长赖凡表示,日本已稳居成都第三大外资来源国,2024年双边贸易额达333亿元。数据显示,伊藤洋华堂、三菱等日企在蓉投资项目均实现与城市发展的同频共振。值得注意的是,《成都对日经贸合作机会清单(2025)》近日在东京发布,明确跨境电商、数字能源等六大重点合作领域,为双方深化合作提供精准导航。



成都市博览局供图

世博走笔

暮春的大阪,气候宜人、风光秀美,世博会园区游人如织。在众多国家的展馆中,中国馆备受关注,其“中华书简”的外形和AI大模型、人形机器人、智慧城市等展项吸引了众多观众打卡合照。

世博会这一展现各国综合实力、推动对外交流的国际性舞台,和世界杯、奥运会等国际顶尖赛事一样,蕴含着巨大的商机,各国企业通过展示、赞助等多种方式积极参与其中,促进自身的全球化发展。特别是在贸易保护主义、单边主义抬头的当下,中国企业更要用好世博会这一平台拓展多元化市场、提升品牌影响力,开启扬帆出海的新篇章。

看世博会,看什么?

看世博会看什么?一看举办地,二看发展趋势,三看文化习俗。

世博会举办地,往往是全球市场的重要支点。1970年之前,欧美国家经济全球领先,因此一直是世博会举办地的首选区域。1970年的大阪世博会,是世博会第一次在欧美国家之外的地方举行。随后,日本冲绳、筑波爱知,韩国丽水,中国上海,阿联酋迪拜,再到这次回归大阪,世博会频繁光顾亚洲,体现出亚洲经济地位不断上升,这些亚洲地区也成为中企出海的热门选择。

世博会通常聚焦于人类面临的重大议题,映射全球发展的重要趋势。本届大阪世博会各国展馆围绕“构建未来社会,想象明日生活”这一主题进行演绎:阿联酋馆用椰枣树为柱,展示了该国在科技创新、探索生态转型方面的努力;北欧五国联合馆展示北欧特色的可持续发展理念;东道国日本将世博会现场的餐饮垃圾进行重新提纯炼制,用沼气发电的形式为全园区供电……

此外,丰富多彩的文化活动,让观众不出世博园,就能领略全球各地的文化风俗。今年的大阪世博会上,菲律宾馆展示了该国本土艺术家的手工编织作品;匈牙利民间音乐贯穿匈牙利风情节,成为展览的主线;在颇具地中海风情的意大利花园里,观众可以品尝意大利美食。

从展产品到展形象的跃迁

在世博会举办之初,各国展品以工业品为主,电话、摩天轮、洗碗机、冰箱……这些产品正是通过世博会的平台广为人知,相关企业进而成功拓展市场,获得了丰厚的收益。

现在,世博会已成为塑造国家品牌的平台,各国通过世博会向全球展现科技、经济、文化、社会等方面国家综合实力,进一步提升了世博会的国际影响力。

随着世博会展览展示内容与逻辑的演变,企业参与世博会的目标已从单纯的交易导向,转型为提升品牌形象与拓展全球影响力的战略举措,希望通过世博会这一国际平台,使自身的产品与服务获得全球范围内的认可与赞誉。例如,2005年的日本爱知世博会上,丰田汽车展示的机器人吸引了近300万观众,强化了丰田品牌作为顶级技术制造商的社会认可度,极大提升了丰田品牌的形象。

多元的世博会参与渠道

目前,企业参与世博会有三种方式:一是自建展馆;二是成为国家馆的合作伙伴;三是参加多样的配套经贸活动。

本届大阪世博会专门设立了企业展区,其中,住友、松下、三菱等知名日本制造业企业单独设置了展馆,展示其相关的最新产品和解决方案。例如,松下馆“NOMO”之馆”利用松下集团多年来在“人的理解”研究方面积累的技术,通过立体声系统、360°影像系统、振动等为观众提供沉浸式体验。

中国企业也曾世博会设有自建展馆。万科就曾在2010年的上海世博会和2015年的米兰世博会上自建展馆;米兰世博会上还设置了以“中国种子”为主题的中

国企业联合展馆,农业、科技等领域的多家中国企业联合参展,集中展示“中国智造”的成果。

中国知名企业茅台、五粮液、古井贡酒则是通过成为中国馆合作伙伴的方式参与本届世博会。其他参与企业中,优必选科技展示了具身智能导览大使和机器人,科大讯飞提供了AI大模型展项,中国能建重点呈现了智慧城市模型……

此外,提到多种多样的配套经贸活动,中国馆从爱知世博会开始提出“开门办世博”的理念,组织各具特色的“省区市活动周(日)”活动。本届世博会上,中国30个省、自治区、直辖市以及广东省深圳市将举办省区市活动周(日)活动。企业若能利用好上述活动进行品牌推广,同样可获得广阔的市场机遇。

中企“掘金”世博的四个建议

中国企业发掘和利用世博会商机,建议从以下四个方面着手。

一是精准定位与策划。企业在参展前需要明确自身的目标和定位,譬如是在通过世博会这一平台强化品牌影响力、拓宽国际市场版图,还是探寻技术合作与创新的契机。企业应当立足于自身的竞争优势和市场需求,制定详细的参展计划,包括展品选择、展示

方式、活动安排等,以确保参展成效最大化。

二是整合资源与联合参展。对于中小企业来说,联合参展是一种有效的策略。通过与同行企业或相关产业链企业合作,不仅可以分担参展成本,还可以形成规模效应,提升整体影响力。企业还可以与行业协会、商会等组织合作,借助其资源和平台优势,更好地展示自身形象。此外,还应积极开展多种形式的宣传推广,扩大在国内和当地媒体、社交媒体上的知晓度、影响力。

三是注重展示与互动体验。在世博会上,展示方式和互动体验至关重要。企业应充分利用现代科技手段,如虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、人工智能等,为观众提供沉浸式体验。此外,企业还可以通过举办主题活动、产品发布会、技术研讨会等形式,吸引更多关注。

四是加强后续跟进与合作。世博会的影响力不仅局限于展会期间,企业还应加强展期后的跟进工作。展会结束后,企业应及时整理参展期间积累的客户资源,分门别类制定精准的营销策略。同时,企业应积极与潜在客户及合作伙伴保持紧密联系,通过发送电子邮件、电话沟通、社交媒体等方式,深入沟通合作意向,进一步促进项目落地。

以航运搭建中日交流之桥

近日,中国远洋海运集团有限公司(以下简称“中远海运集团”)在大阪世博会中国馆举办“中远海运主题日”活动。在千年书简之韵的中国馆内,文化与航运交相生辉,共绘中日友好的美好篇章。主题日以航运为笔,围绕中远海运全球航线网络,绿色低碳技术及数字化创新成果进行了深度推介,重点展示了在日本市场的业务布局与服务优势,书写了中远海运服务全球、引领绿色低碳、数字智能航运发展,搭建中日经贸人文往来桥梁的生动画卷。

2025年大阪世博会中国馆政府总代表、中国贸促会副会长李庆霜,中华人民共和国驻日本大使馆公使罗晓梅,中远海运集团董事总经理朱碧新等出席活动并致辞。中华人民共和国驻日使领馆、在中国企业协会、大阪世博会中国馆、大阪港湾局有关嘉宾及近70位在日客户和企业代表出席活动。

共话中日合作 同绘绿色航运新篇章

1964年6月18日,中远“燎原”号满载着中国人民的深厚情谊首航日本,开辟了中日经贸往来的海上航线。60年间,中远海运集团以航运为纽带,持续深耕日本区域,不断拓展业务领域,成为中日经贸、人文交流和友好关系发展的见证者、参与者和助推者。

李庆霜在致辞中表示,作为本届世博会中国馆合作伙伴,中远海运集团为中国馆的有关展品、展陈设备提供了安全、高效的运输服务,为中国馆的精彩呈现作出了重要贡献。我们也希望,中远海运集团借助世博会平台,向全球观众展示中国优秀企业的卓越风采,进一步厚植知名度、美誉度,拓展国际合作新空间,与中国馆共谱世博绿色发展新篇章。

罗晓梅在致辞中表示,在今天的“中远海运主题日”上不仅展现了一个现代化、科技感十足的航运企业,更展示了中国航运企业融入世界、服务全球的责任与担当。未来,在中远海运集团在内的两国企业积极参与下,中日经贸合作一定能够在新时代发挥更强劲、更持久的动力。

朱碧新在致辞中表示,中远海运集团在日本合作伙伴与各界人士的关心和支持下,各项事业飞速发展,构建起以日本本土为支点,辐射全球的综合服务网络。中远海运与日本企业在经贸、制造、能源和高科技等诸多领域开展深度合作,取得了丰硕成果。未来,中远海运集团将持续发挥在绿色航运和数字化转型方面的领先优势,为中日经贸合作提供更具可持续的物流解决方案。

中国馆展陈亮点纷呈 文化航运交融生辉

当天,中国馆内的“中远海运元素”成为了主题日活动的一大亮点。在非遗展区,两艘船模吸引了观众的注目。其中一艘船模是700TEU纯电动电力集装箱船,是由中远海运集团自主研发建造的全球首艘江海直达纯电动电力集装箱船,目前已投入长江航线运营,每船每年能够减少碳排放2918吨。

另一艘是中日航线豪华滚装客货班轮“鉴真号”船模,自1985年开辟上海至日本第一条国际客货班轮航线以来,三代“鉴真号”累计运送出入境旅客30多万人次,不仅延续了鉴真大师中日友好的千年夙愿,更成为了两国民间交流的重要桥梁和纽带。同时展出的还有日本著名书法家杭泊柏树先生2024年在“鉴真号”挥毫留下的墨宝“敬邻永安”,成为中日友好往来的生动诠释。活动当日,憨态可掬的熊猫船长成为了中国馆的“人气王”,引来游客们纷纷合影互动,仿佛开启一场气氛热烈的“见面会”。

“我们是专门来中国馆参观的,很震撼!你们的主题日活动也很棒!”来自中国台湾的一家三口对中国馆和“中远海运主题日”活动连连称赞。

圆满完成世博运输任务 彰显央企担当

作为大阪世博会中国馆合作伙伴,中国馆指定运输服务供应商,中远海运集团此前已高效完成了智慧科技展品及保障物资从上海至大阪的全程运输任务,确保展品安全抵运世博园并顺利交付,为中国馆的精彩亮相提供了坚实保障。

这场融合经贸、文化、科技等元素的主题日活动,展现了中远海运集团服务中日经贸往来与人文交流、引领航运业绿色低碳未来的担当,更以“绿色共济”理念呼应世博会“构建未来社会”的愿景,在绿色航运的新航程上,中日两国企业正携手共进,驶向可持续发展的美好未来。

(来源:中远海运集团)