

乘风破浪,这就是“进博力量”!

□□ 本报记者 买天 文/图

有意大利酱料界“网红”之称的“贝芬”，在第三届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)上可谓赚足了眼球，其在中国市场首发的辣酱、烧烤酱和芥末酱系列产品受到中国消费者热捧。

“在本届进博会上，我们和几家中国采购商成功签约，未来3年我们的全系列产品将摆上中国商超的货架。”尽管不便透露签约金额，但新西兰纽仕兰乳业有限公司相关负责人却掩饰不住脸上的喜悦。

当各国企业在争夺中国市场的同时，很多中国企业也透过进博会这扇窗，在“走出去”的同时看到了与全球知名企业间的差距，开始学习如何更好地“游泳”，以提升全球竞争力。

从满足中国消费者对多元化商品的需求，到为国外公司进驻中国市场广开商贸之门，再到中国企业在与国外同行的合作与竞争中实现弯道超车……商品热卖、项目落地、合同达成、数据累进、贸易便利——进博会以海纳百川、合作共赢的开放姿态，以乘风破浪之势，为助力全球贸易尽快走出低谷表达“中国诚意”、付诸“中国行动”。

品味舌尖上摄人心魄的美食力量

本届进博会上，食品农产品展区以“接地气”而备受关注，成为当仁不让的“网红”展区。近100个国家和地区的上千家企业参展，既有全球500强和行业龙头企业，也有众多中小食品企业和境外展商机构亮相。本届“舌尖上的进博会”更是带来了多个“世界之最”，为大家呈现美好生活的惊喜。

“9万多平方米的食品农产品展区，汇聚了世界多国众多企业，其中不乏行业翘楚和顶尖企业，是本届进博会六大展区中参展国别和企业数量最多的。”进博会展览部副总经理周伶彦说，在食品领域有多个“世界之最”亮相，呈现“舌尖上的美味”，包括被称为全球最辣泡面之一的韩国火鸡面、世界产量最稀少咖啡之一的东帝汶猫屎咖啡等。

食品农产品展区的参展企业不仅数量居首，所举办的1043场展台活动更成为本届进博会上最抓人眼球的“中央舞台”。网络直播高潮迭起、主题厨房引人入胜，更有夺得烘焙世界杯冠军的美食制作团队现场表演面包烘焙，而试吃、烹饪教学、观众参与制作和饮食大讲堂等活动更是让人流连忘返。

不仅吃得好，还要吃得健康。周伶彦说，本届进博会上的不少食品农产品纷纷对标“健康”主题，一批提高免疫力的健康产品和带有环境友好因素等符合行业创新发展趋势的展品全新亮相，向世界传达食品行业发展最新理念和转型趋势。

本届进博会在提供进境展品“绿色通道”的同时，全面加强食品防疫检测，对冷链展品实行全流程闭环管理，确保冷链食品安全展示，并对提供试吃的展品提出全

熟等要求。

展现行业企业抱团发展的龙头力量

如果说食品农产品参展企业数量为进博会之最的话，那么乳制品企业的参展规模又是食品农产品展区里的“大块头”。记者了解到，在食品农产品展区参展的世界500强和龙头企业中，与乳业相关的约占1/3。乳制品世界排名前8的知名境外企业有6家参展，乳制品企业占据的展览面积高达1万平方米。

“新冠肺炎疫情让全球贸易陷入低谷，企业要生存，离不开市场需求，中国这艘巨轮率先企稳，经济加速回暖，为世界经济复苏贡献力量。中国举办进博会，为处于困境中的企业带来难得的发展机遇。”采访中，不少国外乳企纷纷向记者表示，“希望通过参展，扩大本企业产品在中国市场的份额，集结育种、养殖、生产、研发、检测等全产业链力量，不断提升产品科技含量，为中国乃至全球消费者提供多元化、创新性的乳制品。”

从本届进博会至今，达能已将旗下来自德国、法国等多个国家的近40款单品引进中国市场。达能大中华区副总裁周志刚说：“今年，达能又带来了爱蕴美益生菌、超高端婴幼儿配方奶粉系列等新产品。”恒天然大中华区副总裁韩昉说：“恒天然在本届进博会上全球首发安佳益生菌产品和安佳高钙低脂纯牛奶，而安佳芝士稀奶油等新品也实现了中国首发。”

据悉，中国国际进口博览会成立了乳业专业委员会，为乳制品企业特别是国际乳企加强沟通协调、解决共同挑战搭建重要平台。与乳业行业一样，水果、主食、蔬菜、饮品、酒业、小食品等其他食品农产品企业，在本届进博会上也以不同形式在新

品研发、产业发展等环节上开展合作。

很多参展企业负责人表示：“进博会让我们聚首中国，既展示各自实力，展开竞争，又抱团发展，共同探讨行业发展未来趋势。这就是‘进博力量’，更是进博会品牌效应和全球影响力的充分体现。”

体会全球好物同场打擂的竞争力量

本届进博会上，一些境外展商机构也积极参与，由他们设立的“馆中馆”颇具特色，在色彩运用、音乐选择、展品摆放等细节上处处体现暗中竞争的意味。

同场竞技，企业过招。法国商务投资署首次作为企业展展商参展，别出心裁设计的法国食品馆向观众展示法国农业食品丰富性。展会期间，法国食品馆每天都举行现场活动，在“法国葡萄酒品鉴室”举办葡萄酒和烈酒大师班，在“厨艺演示区”由法国大厨进行厨艺演示。

英国国际贸易部组织超过120家英国企业参与英国展团的线上、线下活动，展示其农产品、食物和饮料产品；新加坡工商联合总会组织新加坡企业在服务贸易、食品及农产品、消费品三大展区展示企业的最新产品和服务；菲律宾国际贸易展团中心组织企业重点展出来自菲律宾的健康天然食品和新农产品；巴西出口投资促进局组织14家巴西企业亲临现场和10家企业远程参与进博会，重点展示水果、果汁、蜂蜜、肉类、坚果、香料和功能性无糖食品。

线下商品齐打擂，线上商务忙对接。阿根廷协调其国内多家企业参展，创历年参展数量最高，特别是牛肉、海产品、酒类等产品；菲律宾在本届进博会上展示的主打品。

中国以数字经济为代表的新模式、新业态实现了快速增长。越来越多的国际

企业、政府部门通过数字化平台搭建与中国商务对接的桥梁，助力拓展其在中国的贸易、投资和消费市场。一些国家的参展商对记者表示：“通过学习借鉴中国数字经济模式，我们推出全新在线商务对接平台，助力本国企业对接中方合作伙伴，扩大我们的企业和产品在华影响力。尽管是首次在大中型商贸活动中尝试数字对接方案，但我们已经尝到了甜头。”

感受开放合作互利共赢的中国力量

40万名境内外采购商云集首届中国进博会；第二届进博会累计意向成交金额711亿美元；第三届进博会成功举办，为新冠肺炎疫情冲击下的全球贸易带来一抹亮色。

“在全球疫情下，中国经济快速回暖，表现亮眼，必将为促进世界经济复苏作出更大贡献。中国举办进博会，为世界各国企业发展提供了难得的机遇。我们高度评价中国奉行互利共赢的开放战略和坚持贸易自由化。”阿联酋驻华大使阿里·扎希里在接受记者采访时说。

越来越多的国家搭乘中国经济发展“高铁”，越来越多的外国企业参与中国市场竞争、分享中国发展机遇。中国开放的大门不会关闭，只会越开越大；中国坚定不移实行高水平的贸易和投资自由化便利化政策；中国推动更高水平开放的脚步不会停滞，推动建设开放型世界经济脚步不会停滞，推动构建人类命运共同体的脚步不会停滞。

广交会、服贸会、进博会……中国接连举办重大国际经贸活动，既是开放承诺的兑现，也是中国对世界经济发展责任与担当的体现。“在全球经济如此低迷的形势下，中国的胆识和魄力令我们感动。”不少外国参展商动情地说。



来自全球的优质农产品亮相进博会。

第七届“全球重要农业文化遗产”(中国)交流会召开

本报讯(刘海啸 记者 买天)近日，第七届“全球重要农业文化遗产”(中国)工作交流会在江西万年召开。农业农村部国际合作司、农村社会事业促进司、国际交流服务中心，我国15个全球重要农业文化遗产所在地及相关候选地主管部门代表和农业农村部全球重要农业文化遗产专家委员会部分专家出席了会议。

会议总结了我国全球重要农业文化遗产(GIAHS)工作取得的成就，分析了新形势，研究部署了今年的重点工作。会议指出，近年来，我国不断丰富遗产保护理论和实践，在遗产管理、科技支撑、国际交流、宣传推广等方面不断取得新进展，有效加强了国内GIAHS管理机制，提振了遗产地品牌效应，打造了乡村振兴的特色样板，成为我国农业对外合作交流的亮丽“名片”，引领了农业文化遗产领域的国际发展，成为国际的典范和标杆。

澜湄合作农业联合工作组召开第三次会议

本报讯(记者 宫宇坤)近日，澜湄合作农业联合工作组第三次会议以视频形式召开。来自柬埔寨、缅甸、泰国、越南的代表，中国农业农村部国际合作司、外交部亚洲司、澜湄农业合作中心、云南省农业厅、广西壮族农业厅、澜湄农业合作广西分中心的代表，以及我国驻柬埔寨、缅甸和泰国农业外交官员参加了会议。

近年来，澜湄农业合作机制逐步健全，合作内容更加明确，合作成果更加务实，各方共同努力的成效明显。根据澜湄合作第三次领导人会议要求，中方将与各方携手并进，落实好《澜湄农业合作三年

行动计划(2020-2022)》，实施好“丰收澜湄”项目集群，做好澜湄农业合作提质升级。各方对此给予积极回应。

会议详细回顾了一年来的澜湄农业合作成果，分享了申请和实施澜湄合作专项基金农业项目的进展和经验，并重点围绕实施“丰收澜湄”项目集群，商讨了行动方案。各方还深入探讨了进一步完善工作机制的方案，将推动澜湄农业合作技术推广与信息交流平台建设，促进成员国在数字农业、农业信息、技术和知识等方面进一步分享经验。会议决定，澜湄合作农业联合工作组第四次会议于2021年在缅甸召开。

首届全球乡村产业生态大会将在嘉兴举行

本报讯(记者 王壹)日前，2020全球乡村产业生态大会媒体沟通会在北京召开。沟通会宣布，首届全球乡村产业生态大会将于11月12日-14日在浙江省嘉兴市举行。

此次大会将以“引领乡村振兴发展方向”为宗旨，以“推动一二三产业融合发展”为主题，以“打造未来乡村”为愿景，通过权威发布、大咖演讲、高层对话、国际分享、展览展示等环节，分享交流乡村产业融合发展最新思想，遴选推广乡村产业融合发展典型案例，推动农业文化和商业文明深度融合。

据悉，首届全球乡村产业生态大会将发布中国乡村产业融合发展报告、嘉兴统筹城乡发展报告、农业产业生态战略报告等；举办未来乡村国际圆桌论坛、嘉兴招商引资洽谈会、数字乡村发展论坛、绿领新农人发展论坛等十大平行论坛。

媒体沟通会上发布了一对名为“嘉嘉”与“禾禾”的卡通形象作为全球乡村产业生态大会吉祥物。“嘉”代表嘉兴，寓意美好和家园；“禾”代表种子，既是农业的根基，又孕育着希望；“嘉、禾”同时寓意着“家和万事兴”，以及未来乡村发展的美好愿景。

明深度有机融合。

刘淑慧

为新时期扬帆出海再鼓劲

——2020年农业对外合作海外经理人培训班观察

□□ 本报记者 吕珂昕

“以后还应该多组织这类培训班，要把时间设计得更长、名额要更多，企业还会踊跃参加。”重庆德庄国际贸易有限公司负责人张芝瑾说。

近日，为贯彻落实农业对外合作部际联席会议第六次全体会议部署，加强农业“走出去”人才队伍建设，由农业农村部国际合作司主办、农业农村部农业对外合作中心(以下简称“外经中心”)承办的2020年农业对外合作海外经理人培训班在四川成都成功举行。来自全国30个省区市的农业“走出去”大型国有企业、民营企业和农垦集团负责人及高层管理人员参加了此次培训。

在全球新冠肺炎疫情持续蔓延、农业贸易遭遇冲击和挑战的背景和形势下，本次培训班如何为学员答疑解惑?如何为学员开展农业“走出去”指明方向、鼓舞信心?记者进行了采访。

主题突出 教学创新

“此次培训班聚焦农业对外合作园区建设，立足境外农业园区建设的问题、短板和政策诉求，邀请了8名相关领域专家，从理论分析、顶层设计与政策、项目推进与实践、案例解析与经验等方面开展授课。”外

经中心副主任冯勇介绍。

据了解，在为期一周的培训中，来自外经中心、中国投资有限责任公司、中国出口信用保险公司、中国国际工程咨询有限公司、中国种子贸易协会、对外经济贸易大学、华东理工大学等单位的专家，围绕“一带一路”与经济双循环、境外经济合作区和农业对外合作示范区政策、金融保险支持政策、种子进出口政策、境外投资风险防控与法律制度等内容，深入浅出、掰开揉碎，为学员做了全面的介绍和分析。

在培训中，学员多次向组织方提出对境外重点国别投资资讯的诉求。此次培训班，外经中心精心挑选了由其编著的《农业对外投资企业案例与模式分析》《境内外农业合作园区典型案例研究》等重点国别农业外资政策法律制度研究等系列农业“走出去”知识产品，作为培训教材提供给学员，满足他们的学习需求。

同时，培训班还创新教学方式，组织学员实地考察和开展小组交流。培训期间，组织学员前往青白江区农业对外开放合作试验区考察，就试验区发展取得的经验和面临的挑战进行深入了解。开展案例分享、分组研讨和小组汇报交流等活动，四川友豪恒远和海南绿洲两家企业分享了各自境外农业合作示范区建设的做法和经验。参与式的小组研讨和交流汇报，帮助

学员进行头脑风暴，碰撞思想火花，进一步巩固了学习效果。

“培训上接‘天线’、下接‘地气’，通过培训提高了企业对境外园区建设的系统认识和理解，进一步提升了企业对‘走出去’的研判能力，对下一步境外投资走好深具有强烈的指导意义。”有学员在课程反馈表上这样写道。在本次培训班的报名阶段，山东、江苏、重庆、浙江等多省区市相关人员就提出，希望培训班增加名额，让更多企业参加。“很多‘走出去’企业都主动联系我们，提出可以自费参加培训，认为我们的培训班实用性和指导性强，与他们的需求非常契合。”冯勇说。

指明方向 鼓舞信心

“过去对建设境外农业园区的理解比较简单，一些企业在境外建设农业园区流于表面和形式，不清楚具体应该怎么依托园区平台推动境外投资合作。”四川友豪恒远农业开发有限公司总经理张晋川告诉记者，“来了培训班，思路一下子清晰了。”

在他看来，一方面，本次培训班从宏观上系统介绍了国家层面推动境外园区建设的整体思路和政策体系，通过专家解析重点国别境外园区案例，让企业对境外园区的建设路径和发展模式有了深入认识和把

握；另一方面，从微观上，专家和学员深入讨论了企业境外园区的现状、面临的问题，以及下一步开展境外园区建设的实操方法，为企业未来更好地开展境外园区建设指明了方向。

新冠肺炎疫情全球暴发后，企业“走出去”的信心和底气受到很大影响。为鼓励和帮助企业继续开展农业对外投资，在党中央、国务院的指导下，农业农村部系统和有关部门在顶层设计、“宏观—中观—微观”层面支持农业“走出去”作出了积极探索，提出了很多针对性措施为“走出去”企业解围纾困。在培训班上，专家教授解析了新形势下构建经济双循环与加强“一带一路”合作的政策思路，介绍了国家和相关部门对农业“走出去”工作的帮扶和支持，给学员打了一针强心剂，增强了其继续开展农业对外投资合作的信心。

对企业来说，每一次的学习和交流都是一个“会师会友”的平台。此次的培训班，也为政府、企业、金融保险机构、科研院所搭建了交流与合作的平台，构建起“政银企研”四方紧密联系的“朋友圈”。“企业家可以与专家交流沟通、咨询问道，还能跟其他企业家商讨合作、开展业务往来。”学员们表示，不仅提高了认识、学到了知识，还交到了朋友，彼此之间传递合作信息、商谈合作意向，为今后合作奠定了良好基础。

□□

我国三文鱼贸易及受疫情疫情影响情况如何?

高纬度地区盛产三文鱼

三文鱼，是鲑科鲑属和鳟属几种特定鱼类的统称，最常见的有三文鳟、金鳟、太平洋鲑和大西洋鲑等，主要分布在大西洋与太平洋、北冰洋交界水域，属典型的冷水鱼。挪威、智利、瑞典、丹麦、英国等中高纬度国家盛产三文鱼。据全球贸易观察数据库统计，2019年全球三文鱼出口总额317亿美元。其中，挪威出口85亿美元，占比26.8%，智利出口47亿美元，占比14.8%，瑞典出口37亿美元，占比11.7%，丹麦出口14亿美元，占比4.4%，英国出口10亿美元，占比3.4%；我国也出口三文鱼，产地主要分布在东北地区，2019年出口额6亿美元，占比1.9%。

我国主要进口品种为大西洋鲑

全世界野生三文鱼资源有限，目前市面上消费的多数来自养殖。我国是三文鱼净进口国，进口产品以鲜冷冻鱼和鱼片为主，活鱼和鱼苗进口较少。在我国进口三文鱼品种中，大西洋鲑占比最高。据海关数据，2019年我国三文鱼进口量9.3万吨，其中大西洋鲑9万吨，占比96%，其次是部分冷冻鳟鱼，2019年进口量2481吨，占三文鱼进口总量2.7%。

自贸协定助推三文鱼进口

我国三文鱼进口来源主要包括智利、挪威、法罗群岛、澳大利亚、英国、加拿大和冰岛等国家和地区。2019年我国从智利进口3.5亿美元，从挪威进口2.4亿美元，从法罗群岛进口1.2亿美元，从澳大利亚进口5190万美元，从英国进口2519万美元，从加拿大进口866万美元，从冰岛进口657万美元，合计占比99.5%。其中，智利、冰岛、澳大利亚已先后于2005年、2013年、2015年与我国签署自贸协定，挪威与我国正在开展自贸协定谈判。根据已生效自贸协定承诺，我国自智利、澳大利亚进口三文鱼关税已分别于2015年和2020年之前全部取消，自冰岛进口关税也将于2025年之前取消。作为全球第一大三文鱼出口国，挪威一直期望我国对其进一步开放市场。

疫情下我国三文鱼进口减少

受新冠肺炎疫情对消费和全球物流影响，我国三文鱼进口锐减。今年1月-7月，三文鱼进口额3.1亿美元，同比降35.8%，上海、广东、北京、山东和天津五大三文鱼进口省市进口额分别同比下降28%、35.8%、60.1%、8.7%和36.1%。在北京新发地疫情出现后，7月三文鱼进口额较6月下降16.8%，较去年同期下降54.9%。其中，北京、广东和上海较6月下降分别高达99.4%、36.8%和25.5%。但山东、天津较6月分别增加150%和12.5%，原因可能是部分产品存在转关入境。

新发地疫情发生后，海关总署立即对包含三文鱼在内的进口冷链食品开展了全面检测，包括产品样本、内外包装样本和环境样本，抽检结果显示，北京新发地进口三文鱼切割案板检测出的新冠病毒属于L基因型欧洲家系分支I，随即暂停了自欧洲的三文鱼进口。

稿件来源：农业农村部农业贸易促进中心