

他用脚步丈量非洲

——专访中非工业合作发展论坛秘书长程志刚



■ 本报记者 梦 杨

非洲具有丰富的矿产资源,但其开发程度却有待提升。随着中国和非洲建立全面战略合作伙伴关系,中非之间的能源合作也迎来了新契机。

作为推动中非经济合作重要会议的中非合作论坛第五届部长级会议将于7月19日在北京开幕。届时南非总统祖马、贝宁总统亚伊等六国非洲领导人以及多国部长将出席开幕仪式。非洲已今非昔比,尤其南非世界杯,为非洲赚足与世界对话的筹码,赢来了经贸话语权。近年来,中非贸易的迅速发展,不仅促进了双方经济发展,也给中非人民带来实实在在的利益。满足了相关领域的发展需求,这充分说明,友好合作,共同发展,是中非人民走向共赢的基础。相信在中非论坛的推动下,两国经济会进入新的里程。被非洲大使誉为“中非友好使者”的中非工业合作发展论坛秘书长程志刚向记者做如上表述,透露出对中非会谈的期待。

中国需要非洲 非洲更需要中国

中国是世界上最大的发展中国家,非洲是世界上发展中国家最集中的大陆,这一现实决定了中非之间政治上基本立足点和出发点,经济上相互合作的必然性和必要性。中非虽然相距遥远,但中国人民和非洲人民的友好交往源远流长,彼此没有任何历史芥蒂。非洲拥有54个独立国家,约占不结盟运动成员的一半,占联合国会员国近1/3,是国际舞台上一支不可忽视的重要政治力量。中国之所以能够在1971年恢复在联合国的合法席位,并且分别14次和9次挫败台湾“重

返”联合国和挤进世界卫生组织的图谋,先后11次在联合国人权会上挫败西方国家的反华提案,以及加入世界贸易组织,成功申办奥运会、世博会等,都是因为得到了非洲兄弟的鼎力相助。对于非洲国家给予中国真诚而无私的支持,中国人民永远铭记在心。

本世纪,自召开“中非合作论坛-部长级会议”以来,中非关系已经发生了巨大的变化,可以说,中非合作论坛的建立开创了中非合作的新时代。中非双方都有更好落实“政治上平等互信”和“经济上合作共赢”、稳定世界的决心。双方不仅有意加强各层次的政治往来,增进了解和信任,而且也有意共同致力于推动国际关系民主化,共同努力营造持久和平、共同繁荣的和谐世界。这也为中非双方在文化、教育合作向多层次、宽领域发展,提供了“请进来,走出去”的促进交流模式。

2011年以及2012年,中国和非洲的经济发展将保持较快的发展势头。程志刚认为,中非关系已经进入经济务实合作的发展阶段。

程志刚强调:贫穷不是非洲,非洲并不贫穷。2010年南非举办世界杯,一个多彩的非洲从此展现在世界面前。10亿人口和3000多万平方公里的土地,年贸易额3000多亿美元的市场,不容忽视。尤其是中国承诺逐步给予非洲与中国建交的最不发达国家95%的产品免关税待遇的扩大对非洲产品开放市场的政策,将会进一步惠及非洲各国。随着2011年其他免关税政策实施,中国从非洲的进口额将进一步扩大。

非洲为世界第二大洲,幅员辽阔、资源丰富。发展空间互补性和纵深性很强。除继续加强中非在能源、矿产领域合作外,应努力扩大双边合作领域,诸如农业、制造业、金融业、物流业、人力资源等方面的合作。不断挖掘中非贸易合作的潜力市场和改善贸易平衡的同时,我们要积极推动中国企业加快对非投资的步伐,减轻外贸“单腿”走路的压力。要加强企业对非洲风土人情,宗教、历史、文化、经济社会发展现状的了解,培育更多的“非洲通”式的企业和人才。同时,中国政府应该采取积极措施,使中国企业更多地了解非洲市场及非洲国家法律,规范企业的投资行为,在产品质量、售后服务等方面对在非投资企业提出严格要求,敦促企业自觉维护国家形象。

程志刚表示:非洲是未来财富的集散地。在全球经济复杂多变的情况下,恰是我们规避国际贸易壁垒,实现新的贸易梯度转移经济合作区域化。与此同时,非洲对外资

和国际市场的吸引力也不断提升。下一个世纪,将是非洲世纪。

扮演重要角色 占据不可或缺位置

非洲充满热情、给予和财富。非洲需要中国人先伸出手去,就像60年前,非洲把一个刚刚建立起来的新中国抬上联合国的舞台,今天非洲需要中国,人们了解中国,不了解非洲,带着偏见和傲慢的心态是看不懂非洲的,非洲需要触摸,需要灵魂深入对话。一个真正没有亲自行走在非洲土地上的人,是没有资格对其品头论足的。坐在记者对面的程志刚如此淡定从容地表示。

加入WTO后,中国很多企业虽然扩大了出口选择面,但在欧美国家眼中地位并不高,经常会受到一些无端的制约,控制中国的产品出口。2008年,我了解很多企业家朋友受到金融危机的冲击比较大,他们迫切希望开拓一个新兴市场。大家一致认为这个



程志刚(左)与埃及驻华大使艾哈麦德·利兹洛

市场在非洲。所以从此就不断与一些研究非洲方面的专家、学者、外交部的前大使以及一些非洲问题的官员等做了交流沟通并达成共识。中国未来发展离不开非洲,非洲未来的发展更离不开中国。所以,要加强中国与非洲之间的互动和交流,推动中国与非洲的高层以及企业界的交往。

当然,任何一件事情从无到有,都是非常困难的,不过在做的过程中,我们也得到国资委、外交部、商务部、国家开发银行、中国非洲人民友好协会以及很多部委和社会各界人士的大力支持与帮助。政治上平等互信、经济上合作共赢、文化上交流互鉴、安全上加强交流和磋商,以及国际事务上加强

合作的“中非新型战略伙伴关系”方面取得很大的成就。在政治层面,频繁进行的中非双边高层互访(胡锦涛主席六次访问非洲)以及在国际重大问题和双边事务上的相互支持,使中非互信不断深化;在经济层面,双边经贸合作规模不断扩大。双方贸易由2000年100亿美元上升至2010年的1269亿美元,2010年中国对非投资约10亿美元,投资存量超过100亿美元,涉及矿业、制造业、农业等多领域。目前,中国已成为非洲第一大贸易伙伴国,非洲跃居中国第四大海外投资目的地和第二大海外劳务工程承包市场,在非洲的中国人已近百万,在非洲开展经贸活动的公司已达1600多家。

在中非贸易合作领域程志刚一直扮演着重要角色,《走进非洲话商机》把一个真实的非洲介绍给了即将去非洲投资的企业家。然而,程志刚对非洲有自己的解读:走进非洲,诚挚用他的真诚付出与各国大使建

有人评价他在不经意的只语片言间流露出对人对事精辟的见解,那份淡定与深刻让我感到面对生活与世事,程志刚有着一股相似于钱钟书老先生边缘人生的临渊独步的体悟,这份与他年龄难以匹配的深沉与定静。不由使我涌起想探究他思想内核,心灵跳动背后的精神脉搏。怀着一份从无字句读书的心境在现实中真切地发现和阅读程志刚。

让中非合作插上翅膀

《走进非洲话商机》由中非工业合作发展论坛秘书长程志刚编著,共40万字,是一本全面介绍50个与中国建交的非洲国家的人文、地理、贸易、投资、商旅的商务指南书。

中国非洲问题研究会名誉会长杨福昌在该书序言中说,非洲大陆得天独厚,各种资源储量丰富,其中,不乏急需的能源和不少稀有的矿藏。《走进非洲话商机》一书详细介绍了与中国建交的非洲国家的地理、人文、经济状况,以及它们的资源情况、需求和商机;更难能可贵的是,作者逐个采访了这些国家的大使或代表,听取他们对本国情况的介绍,这些资料对有意去非洲兴业者非常有帮助。中国企业在走进非洲的过程中,收获的也并不都是成功带来的鲜花和掌声,也有因对非洲情况了解和风险评估不足而导致失败的教训。

程志刚从没有停下自己的脚步,从非洲诸国到全国各地,为了让人们更真实地认识非洲、了解非洲,他常常用实例给企业家们做讲解,以学者的认真态度讲述一个真实又先天不足的非洲,因此迎来了尊重。最近,他又将兼任非洲法律事务中心主任。他要把该做的事情理清做好。

记者从2012中非文化产业园建设专家研讨会上获悉,在他多次的努力和非洲驻华使馆的支持下,国内首个以非洲文化为主题的中非文化产业园项目将落户北京市朝阳区。这是继非洲展览馆落户浙江义乌后,国内首个非洲文化产业园项目落户北京市朝阳区。事实上,非洲文化底蕴深厚,源远流长。建设中非文化产业园将为中非文化交流提供一个重要平台,有利于中国人更好地了解非洲、非洲人更好地了解中国,有利于中非关系的长远发展。

作为中非经济与民族艺术研究学者程志刚博士,为中非未来的发展行走在非洲大地上,付出了辛苦,也收获了友谊。



品牌人物

TradeKey 咨询公司为外贸企业推出个性化VIP服务

本报讯 目前,由于出口形势不好,众多外贸企业都在为订单发愁,一般的B2B网站提供的服务已经无法满足企业的需求,他们需要更个性化的服务。一家位于沙特阿拉伯的Tradekey 咨询公司(vip.tradekey.com)就特别针对中国供应商推出了具有针对性的客户定制VIP方案。

TradeKey 咨询公司的创始人兼首席执行官Junaid Mansoor 先生日前在接受记者采访时表示,VIP解决方案分为4个等级:提供出口市场推广顾问,与企业一起开拓业务;用阿拉伯语、西班牙语、葡萄牙语、法语等不同语言做网络推广;通过展览会拓展海外市场;帮助企业

建立海外分公司。

VIP 解决方案,不仅保留了Tradekey 之前服务的全部优点,更增加了新的内容,通过不断整合服务,线上、线下相结合的方式,全面提升了VIP解决方案的优势和竞争力。新的方案通过三大核心服务(SEM,SEO 和Buyer consultant)的有机结合,大大提高了询盘转化订单的比例,由以询盘为目标转变为以订单为目标,帮助VIP会员直接拿到订单。通过SEM和SEO的整合,为VIP控制预算达到最高性价比,为VIP会员带来高质量的精准询盘,通过买家顾问(buyer consultant)的紧密电话跟进和电话买家拜访,充分利用每一个询盘,全力帮助

VIP会员把询盘转化为订单。同时,买家顾问还不断向VIP会员的目标市场买家进行电话拜访,不断开发新的买家资源,通过线上、线下结合的方式,大大提高VIP会员在国际市场的整体竞争力。

TradeKey 成立于2006年,经过短短7年的发展,其已经位居全球前5大电子商务企业之列。总会员数已经达到600万,其中的120万来自中国,其超过300万的国外买家会员对中国的外贸企业具有很大的吸引力。TradeKey 也很看好中国市场,计划未来一年把在中国的办事处由目前的北京、上海、广州、深圳4家增加到15家。

(沈海燕)

“和平使者”走进委内瑞拉活动启动

本报讯 近日,由中国国际经济合作学会、委内瑞拉旅游部联合主办的“和平使者”走进委内瑞拉活动在北京启动。据悉,此次活动主要包括中委两国企业高峰论坛、中华丽人“和平使者”友谊赛等一系列旅游文化交流活动。其中,中华丽人“和平使者”友谊赛将于9月2日在委内瑞拉举行。

中国国际经济合作学会副秘书长梁现池表示,此次活动以中华丽人“和

平使者”友谊赛搭起两国文化、商贸、旅游、合作的桥梁,倡导“和平、友谊、慈善”的理念,树立民族自尊心、自豪感,宣扬中国历史文化,加强中国企业在海外市场的影响力,树立中国品牌形象。承办方之一的铭星宏宇(北京)国际文化传媒有限公司负责人李宏宇指出,此项活动以文会友,播撒友谊种子,促进合作发展,共建和谐世界,为实现企业“走出去”战略服务。

(铭星)

阿里集团开放“聚石塔”

本报讯 日前,天猫携手阿里云、万网宣布联合推出聚石塔平台(cloud.tmall.com),以云计算为“塔基”,为天猫、淘宝平台上的电商及电商服务商等提供数据云服务,打造开放、安全稳定的电商云工作平台。

通过聚石塔,商家除了可以享受基础云技术如虚拟主机及云数据库,数据推送、数据集成、资源弹性升级等云端服务外,还可以在后期享受强大的物流、订单、账户权限等开放与升级。

(李丽)

慧聪净水网举办净水行业十大评选

本报讯 日前,“浩泽杯”2012年度净水行业十大评选活动新闻发布会,在慧聪网北京总部隆重召开。

慧聪净水网以推广行业品牌为己任,秉承为行业商企搭建品牌利益最大

化平台为理念,引入最顶级的评选模式和超一流的规模,打造净水行业的“奥斯卡”。“十大评选”旨在推广自主品牌、表彰行业榜样的同时,传递经营精髓、成功理念,推动整个行业的发展。(王芳)

世纪佳缘打击网络诈骗

本报讯 日前,中国严肃婚恋网站世纪佳缘在北京举行了“打击网络诈骗,净化交友环境专项行动”新闻发布会。

世纪佳缘网站对可能存在不良动机的会员或虚假信息设立了四道“防火墙”:客服人工审核、技术手段屏蔽、网警24小时在线巡查和会员投诉机制。网站还设置了三个“安全课堂”:鼓励会员进行诚信认证、安全中心的频道安全防范指南、在各页面上标注

出交友安全提醒,这些措施在会员交友过程中如影随形。世纪佳缘还设置了五星级信用等级制度考核会员,并推出用户互评机制,进一步加强网络交友安全。

(徐云)



品牌传真

2012 中国内衣家居服行业领袖峰会举办

本报讯 日前,由中国纺织品商业协会主办、中纺协内衣委员会、中纺协家居服委员会承办的2012中国内衣家居服行业领袖峰会在北京钓鱼台国宾馆举行。此次峰会的主要内容有:发布行业发展报告,签署行业公约、签署公益活动战略合作协议,中国名店(内衣、家居服)、中国内衣家居服采购基地授牌以及高端讲座等。

中国纺织品商业协会组织召开此次峰会,旨在为我国内衣家居服行业相关企业、经销商搭建交流、学习、合作的平台,使我国内衣家居服行业厂商在峰会精神的指引下,积极开展自主创新、经营创新、管理创新,迅速提升核心竞争力,并在竞争中重视人才培养、产品研发、节能减排等环节。同时,加快产业增长模式的转

全因爱将亮相第12届孕婴童展

本报讯 7月18日-21日,第12届CBME孕婴童展将在上海举行,来自世界各地约1200多个孕婴童品牌企业将在此云集。作为丝宝集团旗下的首个高端母婴洗护品牌全因爱,去年7月在CBME展会上首次亮相即宣告上市,今年将携旗下全线洗护产品组成本届孕婴童展上最大的洗护方阵。

全因爱在国内独家推出母婴“分阶洗护”的理念成为了行业的一大亮点,大家对本届展会上全因爱的参展产品充满期待。业内看好全因爱的前提是母婴洗护市场的巨大商机。

伴随80年代出生的第一批独生子女到达适婚年龄,我国即将迎来第四次生育高峰。在此基础上,随着人们对母婴护理需求的不断提升,母婴洗护市场成长空间巨大,估计目前我国儿童化妆品市场总额约为100亿元,这一市场每年成长超过30%。

与此同时,分阶洗护理念下的差异化定位是全因爱被业内一致看好的主要原因。据悉,在每年的孕婴童展上,食品、服装类品牌一直是展出的主角,而洗护品牌不仅数量不多,且出现高度同质化的现象。在这种背景下,全因

爱品牌的差异化定位,为消费者带来更多的洗护选择、更好的护肤体验的同时,也为开创了更大的市场空间。

上市一年来,全因爱在洗护市场的终端已经开始发力。特别是在上海、武汉、浙江和山东等地,其品牌知名度和市场占有率均快速提升。凭借丝宝集团成熟的日化品牌运作方案和掌控终端渠道的实力,全因爱的市场前景十分可观。展会当天,全因爱将在展台举办观众有奖问答、产品体验等互动活动,为展会带来更多精彩。

(王莺)