

贸易天下

中国铁路企业出海印尼：普拉博沃时代的机遇与挑战

■ 潘玥

2023年10月，习近平主席在第三届“一带一路”国际合作高峰论坛开幕式上表示，要推动共建“一带一路”高质量发展，打造全球互联互通伙伴关系。2024年2月，普拉博沃·苏比延托当选为印度尼西亚(以下简称“印尼”)新任总统，此时恰逢中印尼两国元首就深化务实合作达成重要共识。普拉博沃支持“全球海洋支点”愿景，积极推动印尼基础设施和互联互通建设，对中国企业展现出开放合作的态度。

随着雅万高铁于2023年10月建成通车，中印尼铁路合作迎来新的发展机遇。2025年是中印尼建交75周年，印尼政府将发布《2025—2029年国家中期发展规划》，极有可能同时出台新一轮基建投资计划。在此背景下，如何把握战略机遇，在雅万高铁成功经验的基础上进一步深化双方在铁路领域的合作，成为中国企业面临的重要课题。

印尼是一个由17500多个岛屿组成的群岛国家，经济活动主要集中在爪哇岛。目前，印尼铁路网络主要分布在爪哇岛和苏门答腊岛，全国铁路运营里程约6700公里，与其国土面积和经济发展需求极不匹配。在“全球海洋支点”愿景和T迁都计划的双重驱动下，印尼政府正加大铁路基础设施投资力度。根据印尼国家发展规划署的数据，目前，印尼铁路建设投资需求达到1850万亿印尼盾(约合831亿元人民币)。

近年来，中印尼铁路合作已取得显著成果。作为共建“一带一路”倡议下的旗舰项目，雅万高铁的建成通车和安全运营树立了双方合作的新标杆。这条连接印尼首都雅加达与第四大城市万隆的高铁线路，将两地通行时间从原来的3小时以上缩短至30分钟。

至2024年10月开通运营一周年时，雅万高铁已充分展现基础设施的积极效应与安全化管控的成功实践，一年内累计发送旅客579万人次，单日旅客上座率最高达99.6%，带动万隆游客数量增长15%，显著提升了区域经济社会效益；同时，通过中印尼联合培训600名本地运营人员、建立全方位技术保障体系等措施，项目安全化风险有效降低，使雅万高铁成为高质

量共建“一带一路”的典范项目。

此外，印尼国铁旗下印尼通勤列车公司(PT KCI)从中国中车采购的11列电动车组项目、雅万高铁延长线雅泗高铁的磋商论证，以及印尼新首都努山塔拉的胶轮车ART项目，都显示出中印尼铁路装备合作的广阔前景。

电动车组采购项目是继雅万高铁动车组项目后，中国铁路装备业在印尼市场的又一新突破，也是中国首次向印尼出口通勤电动车组，标志着中印尼交通运输业能源转型合作进一步深化，反映着中国轨道交通装备在国际市场上的强大竞争力。2025年1月，第一列电动车组运抵印尼，随后在现场进行一系列型式试验，充分展现中国铁路装备制造的“又好又快”。

可见，在普拉博沃新政府时期，中国铁路企业在印尼面临难得的发展机遇，从印尼国内需求来说，以下三点积极因素格外凸显：第一，印尼新首都建设正加速推进，作为绿色智慧城市的新首都努山塔拉需要建设现代化、数智化的城市轨道交通系统。第二，印尼政府计划推进跨岛铁路网络建设，包括加里曼丹岛、苏拉威西岛等地的铁路项目。第三，随

着印尼经济的持续增长，城市化进程加快，雅加达等大城市的轨道交通升级改造需求也在不断增加。

然而，机遇与挑战并存。首先，印尼政府对基础设施项目的本地化要求日益提高，中国企业需要加强本地化经营，除了人员的本地化外，还要把在印尼投资建厂的计划提上日程。其次，日本、韩国等国家的铁路企业也在积极参与印尼市场，竞争日趋激烈，中国企业应在技术发力的基础上增强竞争优势。再次，大型基础设施项目的融资模式和退出机制需要创新，以适应印尼政府的财政状况和市场需求。

面对这些机遇与挑战，中国铁路企业需要采取更加积极主动的策略。在深耕本地市场方面，企业应加快建立培训中心，培养本地技术人才，提高本地化采购比例，深化与印尼本土企业的产业链合作。在技术方面，中国企业可发挥自身优势，提供更多适应性的技术方案，满足印尼不同地区的建设需求。在商业模式创新方面，可探索BOT、PPP等多元化融资方案，降低项目融资压力。

同时，中国企业还应注重与印尼方面开展联合研发，建立技术创新中心，推

进技术本地化进程。这不仅有助于提升企业在印尼市场的竞争力，也能为未来开拓其他东南亚市场积累经验。此外，企业还要加强与印尼政府、企业的沟通协调，及时了解政策变化和市场需求，提供更有针对性的解决方案。

雅万高铁作为中印尼合作的标志性项目，不仅是一条连接雅加达与万隆的快速通道，更是两国共同迈向现代化的重要纽带。普拉博沃新政府时期，印尼正着力推进新首都建设和跨岛互联互通，这为中国铁路企业提供了难得的历史机遇。放眼未来，中印尼铁路合作的深化将超越单纯的基建项目，通过技术转移、人才培养、产业协同等多维度合作，助力印尼实现工业化和现代化发展目标。这既是落实两国元首共识的务实行动，也是共建中印尼命运共同体的生动实践。

在共建“一带一路”倡议和“全球海洋支点”战略对接的新阶段，中印尼两国携手同行，必将为地区互联互通和共同现代化注入强劲动力，谱写互利共赢的崭新篇章。

(作者系暨南大学国际关系学院/华侨华人研究院副研究员兼印尼研究中心副主任)



印度尼西亚已成为中企出海热土。五菱自2017年进入印尼市场以来，已陆续推出9款车型，吸引17家供应商组团落地印尼，创造2万多个本地就业岗位。图为五菱印尼工厂。
中新社发 李志全 摄

亚马逊揭晓十大全球线上消费新趋势

■ 本报记者 毛雯 实习记者 傅志辰

亚马逊全球开店近日发布《2025年度全球电商消费趋势及选品洞察报告》(以下简称“报告”)。报告从技术发展、情绪变迁和生活演变三大维度，揭示全球消费新趋势，为跨境电商卖家更有针对性地制定选品方案提供有价值借鉴。

创新科技应用赋能工作生活

趋势一为“AI智能空间让居住空间提供更多情绪价值”。报告表明，在情绪经济时代，AI赋能的智能家居产品因能提升安全感、增添仪式感和带来幸福感，而受到消费者的喜爱。调研显示，美国有76%的受访消费者愿意为添置智能家居设备增加额外预算，这个数字在欧洲为65%，在日本接近50%。

趋势二为“睡眠科技助力修复身心”。现代生活的快节奏和高压导致全球睡眠障碍情况加剧，推动了睡眠科技产品市场的发展。据统计，2024年，全球睡眠技术设备市场规模达到246.8亿美元，预计到2037年将增至1964.4亿美元，年复合增长率达到17.3%。

趋势三为“多元化工作模式下的办公新需求”。近年来，工作场景从传统的商业办公，拓展至居家办公、餐饮娱乐、教育培训、医疗养老等更为丰富的空

情绪经济成为消费新亮点

趋势四为“把隐逸与科技相融合”。随着生活水平提高，消费者对科技家居产品的需求从功能转向兼具精神和家居属性，希望借助科技的力量，在快节奏的生活里打造宁静、平和的生活状态。这使得科技产品与自然的家居生活深度融合，进而打破对科技的“疲劳感”，提升亲和力和宁静感。例如，全球智能室内园艺系统兼顾消费者“希望家里有植物带来自然的感觉”和“没有额外精力养植物”的需求，市场规模显著增长。

趋势五为“愿意投入更多资源提高宠物生活品质”。宠物逐渐从动物伙伴转变为家庭中不可或缺的成员，它们的健康成长和幸福成为人们幸福的延伸，消费者愿意为其投入更多资源和时间。过去十年，宠物行业从基础护理扩展到多元化需求，突破了传统的食品和玩具等范畴，还融入了宠物主的生活方式和

爱好。据预测，到2030年，全球宠物产业规模将突破5000亿美元大关。

趋势六为“户外露营厨房和橱柜产品受追捧”。户外空间成为社交和放松的重要场所，消费者对户外烹饪和消费的需求增加。调研显示，欧美分别有近50%和63%的受访者在过去一年里的户外做饭频率变高。在这一趋势下，各种便携式和多功能的户外烹饪设备商机凸显。

趋势七为“移动百宝箱给驾行提供更舒适的体验”。融合温馨、便捷、多功能和智能化于一体的车内环境，不仅展现了创新和灵活性，而且满足了消费者对驾行便利和舒适体验的需求。据统计，39%的美国受访者在过去一年购买过汽车配件，这个比例在欧洲为36%，在日本为31%。同时，车载宠物用品、车内空间配饰出现了全新需求，电动车、无人驾驶的发展预计也将带来更多面向未来驾驶的创新商品需求。

年轻人引领新生活方式之变

趋势八为“摩登Z世代追求高颜值与高价值感兼备的产品”。Z世代将成为未来5年增速较高的消费群体，且其越来越倾向于根据自己的兴趣、价值观

和独特需求进行购买决策。以拉美地区为例，当地年轻人在厨房、美容、时尚产品上花费占比较高，尤其是高颜值小家电。据预测，拉美小家电的年销售规模预计将从2024年的251亿美元，增长至2029年的321亿美元。

趋势九为“科技与健康相结合提升运动体验”。消费者对健康和健身的日益关注，以及技术的不断进步，推动了可穿戴设备市场的增长。以澳大利亚为例，过去一年，46%的受访者购买过运动健康相关设备，平均花费约为524美元。据统计，2024年澳大利亚可穿戴设备市场规模预计超过33亿美元，预计到2029年将超过62亿美元，年复合增长率达13.4%。

趋势十为“电子竞技持续升温”。以中东地区为例，当地的高互联网普及率和人口年轻化电为电竞消费的高速增长提供了先决条件。调研显示，中东地区有79%的受访消费者在过去一年购买过电竞相关产品，平均花费665美元。随着电竞和游戏产业的繁荣，能够增强玩家体验、带来沉浸感和成就感、提升技能和团队协作的相关产品因实现了科技与情感的互动，正在成为消费新趋势。

在埃塞俄比亚首都亚的斯亚贝巴的柳叶刀综合医院内，一名护士熟练地为患者输液，随着药物逐渐起效，患者症状也得以缓解。这名患者使用的药物来自一家中国企业设在当地的工厂。

近年来，越来越多中国医药企业奔赴非洲投资设厂，既帮助非洲国家提升本土制药能力，也为当地培养更多行业人才，长效赋能“非洲药、非洲造”，搭建“健康丝绸之路”，成为推动构建人类命运共同体

的生动实践。非洲疾病控制和预防中心数据显示，非洲99%的疫苗、70%至90%的药品和医疗设备需要进口。不少非洲国家一直为药物短缺所困，即便是每日使用的生理盐水也常依赖进口。医疗卫生合作是中非合作重点领域，中国药企为非洲患者带来福音。

2018年10月，三圣药业有限公司在埃塞俄比亚投产。三圣药业总经理江智文介绍，企业目前年产大输液1000万袋、小水针3亿支、固体制剂50亿片。其中大输液以氯化钠、葡萄糖等基础输液为主。柳叶刀综合医院的大输液药品，很多都来自三圣。

“公司生产的都是埃塞俄比亚市场需要的药品。以前当地药品大部分靠进口，现在减少了进口采购，不仅节约外汇，也有利于当地基础医药工业发展。”江智文日前接受采访时说。

三圣药业技术经理卡萨洪·阿莱穆告诉记者，去年他的妹妹产后大出血，医生给她用了中国药企生产的药品，把她从“鬼门关”里拉了回来。

许多中国药企走进非洲，扎根当地。在西非国家马里，人福非洲药业于2015年在巴马科建成投产，成为马里第一家本地化药厂，也是西非地区建设标准最高的现代化药厂。时任总统易卜拉欣·凯塔曾评价说：“这个中国药企让马里人民受益，帮助我们获得自主生产药品的能力，结束马里不能生产药品的历史。”

据世界卫生组织(WHO)发布的《2024年世界疟疾报告》，2023年全球疟疾病例中，约95%的死亡病例发生在世卫组织非洲区域。在西非国家科特迪瓦最大城市阿比让附近，集药品研发、制造及物流配送为一体的复星医药科特迪瓦园区正在加紧建设，一期项目预计2025年竣工，将主要生产抗疟疾药物和抗生素。

除了药品，医疗器械也是非洲所急需的。2024年3月，中企投资建设的福凯医疗(肯尼亚)工厂在肯尼亚塔图工业园正式投产，主要生产医用一次性手术衣和外伤护理产品。

新冠疫情期间，华大基因在埃塞俄比亚、安哥拉、加蓬、多哥、坦桑尼亚等国建设“火眼”实验室，中非技术人员共同操作，识别病毒毒株、检测核酸样本，为非洲抗疫贡献力量。2024年，华大基因还在卢旺达开展宫颈癌筛查项目，帮助当地降低宫颈癌发病率 and 死亡率。

要实现医药生产本地化，人才培养是必要环节。“我们和当地大学签署了合作协议，选拔药理学系学生去成员企业实习、接受培训，他们回国后再到科特迪瓦园区工作。”复星医药副总裁苏莉表示，园区预计将为大巴萨姆地区带来近1000个就业机会，有效促进科特迪瓦制药工业发展。

在三圣药业位于埃塞俄比亚东方工业园的厂房里，现代化的生产线有序运转，非洲员工身着制服，一丝不苟地操作机器、配置和检验药品。阿莱穆加入三圣前曾在本地制药行业从业多年，他认为中企先进的制药技术和工艺流程进一步提高了他的专业能力，为职业发展提供了有力支持。

江智文介绍，目前三圣有约300名埃塞俄比亚本地员工。“刚毕业的学生进入公司后要进行专门培训，考核通过才能上岗，这也为埃塞俄比亚的基础医药工业和卫生系统培养了一批人才。”

在2024年9月召开的中非合作论坛北京峰会上，中方宣布了未来3年同非洲携手推进现代化的十大伙伴行动，其中的“卫生健康伙伴行动”提出，推动中国企业投资药品生产，对非洲提供力所能及的帮助。

2024年8月，中企非洲生物化学公司与坦桑尼亚桑给巴尔政府签约，项目聚焦于研发和生产针对非洲地区常见疾病及新型传染病的创新药物和疫苗；9月，江苏艾迪药业、中非发展基金、南京药石科技与尼日利亚菲森药业共同签署合作备忘录，推进尼日利亚新建合资药厂项目。

2024年10月，极嘉(北京)国际医疗科技有限公司与赞比亚工业发展公司签署谅解备忘录，双方将合作建设霍乱疫苗生产厂。赞比亚总统希奇莱马在签署仪式上表示，公共卫生领域合作是实践人类命运共同体理念的重要体现。建设疫苗厂不仅提升赞比亚公共卫生能力，预防控制传染病，而且惠及周边国家，促进地区经济社会发展。

从生理盐水到疫苗，从药品到器械，从设备到技术……中企在中非医疗卫生合作中发挥的作用越来越大，显著提升非洲国家的药品生产能力、降低进口依赖、培养医药人才，未来更多合作项目将不断推进。

农业贸易百问百答

——推广——

万“梨”挑一：中国梨有多受欢迎？

■ 尤星宇 刘淑慧

中国是世界梨的起源中心。梨作为一种古老而美味的水果，已经陪伴中国人走过三千多年的悠悠岁月，从湖北荆门的古老梨干，到湖南长沙马王堆的珍贵梨核，再到新疆吐鲁番的甜蜜梨香，梨的身影无处不在。纵观全球，中国更是世界最大的梨生产国，鲜梨产量占到世界总产量的七成。

中国梨产业发展情况如何？在国际市场上的贸易表现又如何？

中国具有丰富的梨种质资源，现存品种资源约3000种。传统栽培品种以酥梨、鸭梨和雪花梨为主。近年来，我国围绕果实品质、抗病、抗逆、不同熟期等目标进行遗传改良，相继育成了“早酥”“皇冠”“玉

露香”等180余个新品种，早、中、晚熟品种结构逐步改善，梨鲜果采收期延长了近两个月，结合贮藏保鲜，梨鲜果已基本实现周年供应。

中国梨的种植分布广泛，主要产区包括河北、新疆、河南、安徽、山西、辽宁、山东和陕西，占全国梨总产量的七成以上。

2000年到2023年间，由于结构调整等原因，中国梨种植面积总体呈现逐年小幅下降态势，从101.5万公顷下降到91.0万公顷，但得益于科技的发展，品种的优化以及管理水平的提高，梨的总产量持续增长，从841.2万吨上升到1985.3万吨，年均增长率4.7%。

中国梨不仅在种植规模和产量

上长期位居全球第一，更是世界第一大梨出口国。2023年，我国梨贸易总额6.6亿美元，其中出口额6.3亿美元，进口额0.3亿美元，顺差6亿美元。2000年至2023年，中国梨出口额总体稳步上升，2020年达到最高值7.5亿美元，随后小幅回落；中国梨进口额呈波动上升趋势，近三年涨幅较大，年均增长率39%，主要原因是进口品种调剂满足市场需求。

中国梨产品深受世界各国消费者欢迎，远销世界100多个国家和地区，鲜梨是主要出口品类。2023年，我国鲜梨出口前五大市场依次为印度尼西亚、越南、泰国、中国香港和马来西亚，出口额分别为1.4亿美元、1.2亿美元、5336万美元、

3950.3万美元和2437.2万美元，占出口总额的70.1%。

中国鲜梨进口来源较为集中。2023年，中国鲜梨主要进口自7个国家和地区，比利时是中国最大的鲜梨进口来源国，进口额达到1007.4万美元，占进口总额的30%；其次是智利，进口额为917.5万美元，占进口总额的27.4%；南非、荷兰和新西兰分别以800.4万美元、242.2万美元和233.8万美元位居第三至五位。

中国梨产业在过去二十多年中取得了显著的发展和进步，无论是生产规模还是出口规模均稳居世界第一。但出口量与生产规模相比还有较大增长空间，未来出口潜力巨

大。今后，可以从产业提升、市场开拓和品牌建设等方面发力，争取更大的国际贸易市场。

一是提升梨产品品质。技术应用与品质提升息息相关，目前我国果园的平均综合机械化率不超过30%，梨果机械分级商品化处理能力占果品总产量不足5%。建议进一步加大政策扶持，引导资金投入现代化农机研发与推广，提高生产效率、推动产业升级，同时增强梨精深加工技术创新能力，逐步推出功能型饮品、调味品、保健品等受国际市场欢迎的梨产品。

二是拓展多元化出口市场。我国梨产品出口主要集中在东南亚市场，建议进一步加大国际市场开拓

力度，瞄准巴西、西欧、中东等果蔬需求较大的国家和地区，以中国国家农业展团形象“组团出海”，参加境外展览会、推介活动等，加强与国际市场的交流对接，提高中国梨在国际市场上的知名度和影响力。

三是打造梨果国际品牌。目前，国内已成功打造“隔县玉露香梨”“砀山酥梨”“库尔勒香梨”“莱阳梨”等多个农产品区域公共品牌。下一步，要深入挖掘品牌优势特色、加大宣传力度、提高产品质量和包装水平，主动与国际农产品市场接轨，打造具有国际影响力的中国梨品牌。

【来源：中国贸促会农业行业分会(农业农村部农业贸易促进中心)】