

中东欧国家周报

【斯洛伐克外交周报】

斯洛伐克参加第二届中国国际进口博览会

Juraj Ondriaš

(2019年11月)

Kiadó: Kína-KKE Intézet Nonprofit Kft.

Szerkesztésért felelős személy: Chen Xin

Kiadásért felelős személy: Huang Ping



【斯洛伐克】斯洛伐克参加第二届中国国际进口博览会

第二届中国国际进口博览会（CIIE）于2019年11月5日至10日在上海举行。包括斯洛伐克在内的许多国家都将其视为展示本国企业、寻找合作伙伴、建立联系，以进入庞大且愈发开放的中国市场的绝佳机会。但是，斯洛伐克参与进博会的规模很小，甚至没有自己的展馆。在1000多家参展商中，代表斯洛伐克的只有2家企业。其中之一是运动飞机制造商 Klein Vision。其创始人 Štefan Klein（斯蒂芬·克莱因）展示了名为“aeromobil”（亦称为 AirCar 或 Aircar）的飞行汽车的原型。这是一种可以转变为轻型飞机的汽车。另一个是 Neodual 公司。该公司生产和销售保健食品，在进博会上展示了名为“Zeen kolagen”的产品。

参展规模如此之小可能表明斯洛伐克企业和政府对成功进入中国市场缺乏信心。有观点认为，与中国相比，斯洛伐克是一个非常小的国家，其公司无法依靠必要的规模经济提供足够的商品和服务，或者以足够低的成本在整个中国市场中具有竞争力。为了克服这个潜在的障碍，斯洛伐克已开始着重与几个省份建立关系，使市场更易于管理，

而不是着眼于整个中国市场，但是这些想法尚未落实。只有当一些斯洛伐克企业打入了中国市场并证明具有竞争力，这些担忧才能减轻。

阻碍斯洛伐克公司在中国开展业务的另一个原因，可能是对中国商业环境的担忧，例如：知识产权风险、强制与中国企业建立合作关系，以及因中国偏护国企而使外国企业缺乏竞争力。如果这些担忧确实存在，解决办法将是提高斯洛伐克商业界对中国过去几年在这些领域取得进展的认识。

在参加进博会的两家斯洛伐克企业中，媒体的注意力只集中在克莱因及其制造的飞行汽车上。在中国潜在商业伙伴的邀请下，克莱因带着已通过飞行测试的飞行汽车原型参加了进博会。他计划在那一周晚些时候与感兴趣的中国投资者见面。飞行汽车预计在3年之内开始批量生产。克莱因承认，他已经预见到打入中国市场十分困难，需要一个长期过程，但他并不怀疑中国市场的潜力。在对斯洛伐克媒体的表态中，他说：“这就像10年前的汽车行业。起初，汽车制造商嘲笑中国市场，对中国市场不屑一顾。但如今，如果失去中国市场，它们将处于亏损状态。航空业也将是如此。”飞行汽车不仅吸引了斯洛伐克媒体的关注，还引起了中国和其他国外媒体的关注，例如彭博社。

斯洛伐克官方代表团由负责投资和信息化的副总理理查德·莱希（Richard Raši）率领，因为他的团队注重创新（这是斯洛伐克代表团的主题）和投资合作。代表团还包括运输部长阿帕德·埃尔谢克（Arpád Érsek）以及国务秘书达娜·梅格（Dana Meager），负责协调“一带一路”倡议内的运输项目。斯洛伐克外交方面由外交和欧洲事务部国务秘书卢卡什·帕里泽克（Lukáš Parížek）代表，经济外交方面由经济部国务秘书沃伊特禾·费兰兹（Vojtech Ferencz）代表。关于斯洛伐克参加进博会，费兰兹对斯洛伐克媒体说：“我与中国人相处得来的经验是，有时候我们必须要到中国去展示自己，才能让对方感兴趣”。正如莱希所解释的那样，“中国市场潜力无限，因此，达成的任何贸易协议或合同都可能使斯洛伐克本土企业成为全球参与者”。斯洛伐克媒体也用这一句话概述此次政府对进博会的参与情况。飞行汽车是本届进博会斯洛伐克的明星产品。拉希称赞它是斯洛伐克和斯企业家提供的“独特解决方案”的范例之一。与这些政府官员一同前来的还有20名来自农业、信息技术、安全、控制论、气候技术、造纸、机械工业、医疗保健、机器人技术、航空和运输等领域的斯创新企业的代表。拉希说，在下一届进博会上，斯洛伐

克参展企业的数量可能会从 2 家增加到 20 家，并表示希望斯洛伐克能拥有自己的展馆。

然而，进博会只是斯代表团行程的第一站。在进博会的第一天，斯代表团与中国工业和信息化部副部长王志军举行了双边会议。他们还参加了一个以“人工智能和创新发展：思想、技术和市场”为主题的经济论坛。行程的另一部分是访问上海红双喜公司，签署有关未来合作的合同。根据该合同，红双喜将赞助参加残奥会的斯洛伐克代表团。随后莱希会见了中国科学技术部部长王志刚，介绍了作为创新型国家的斯洛伐克。双方探讨了关于数字经济、人工智能、区块链技术，以及工业和公共部门中超级计算机的使用、方法和技能。斯代表团在上海参加其他文化和学术活动后前往北京，开启中国之行的第二站。

斯洛伐克官方政府机构和大众媒体对进博会的报道很少。大多数报道都提及进博会是中国最大规模的进口博览会，有来自 60 多个国家的 1000 多名参与者。除上述数据外，一些关注经济的政府机构和媒体强调，中国作为最大的贸易国和第二大进口国，正在继续向世界开放其内部市场，预计未来几年中国进口量将大幅增加。因此，进博会被认为是潜在出口商向中国展示自己并在中国市场立足的独特机会。

到目前为止，副总理莱希的办公室对进博会关注最多，就官方代表团的行程提供了6份详细报告，其中2份专门针对进博会，其他报告或多或少地提到了进博会。斯洛伐克所有部委中只有外交部在进博会开始时发布了一份简短的报告，以及有关斯洛伐克官方代表团后续项目的报告。在其他政府机构方面，进博会由斯洛伐克投资与贸易发展署（SARIO）负责宣传，这是经济部下属的由国家资助的机构。它的作用是吸引外国投资并促进斯洛伐克与外国企业和市场之间的合作。在参与进博会方面，斯洛伐克投资与贸易发展署负责安排斯洛伐克企业在进博会上的展示，重点关注创新型企业。此外，斯洛伐克中国联合企业委员会（SCJBC）也为进博会做了宣传。这两个组织的宣传是独立的，互不为参考，这可能成为潜在的问题——斯洛伐克投资与贸易发展署提供的行政支持和斯洛伐克中国联合企业委员会提供的网络支持之间无法发挥协同作用。这两个机构之间的合作或许会增加斯洛伐克企业的参与机会，因此未来参加进博会需要探讨这个问题。同样令人惊讶的是，负责对外贸易和投资的斯洛伐克经济部在其网站上没有提及进博会。

尽管推广斯洛伐克农产品，特别是优质传统食品，被视为扩大和增加斯洛伐克对华出口的有效途径，但斯洛伐克农业和农村发展部也同样缺乏信息。农产品和食品出口被视为减少斯洛伐克与中国的高贸易逆差的一种方式。在这

方面的一项重要进展是两国签署了斯洛伐克乳制品向中国出口的协议。该协议于 2019 年 4 月 12 日在克罗地亚杜布罗夫尼克召开的中国与中东欧 16 国（现在是 17 国）的合作平台的第八次峰会上签署。出席签约仪式的 7 家斯洛伐克牛奶和乳制品公司表示愿意参加进博会，斯农业和农村发展部部长加布丽埃拉·玛特奇娜（Gabriela Matečn á）也强调了在消除技术障碍之后进博会对宣传斯洛伐克食品的重要性。在斯洛伐克向中国出口肉类产品方面，也正在探讨类似方法（在中东欧爆发的非洲猪瘟持续到 2019 年夏天，导致斯洛伐克暂停向中国出口猪肉）。但是，如上所述，最终斯洛伐克食品业只有 1 家公司参加了进博会。在这方面的进展似乎正在放缓，并且未能实现在 2019 年 4 月签署协议时展现的斯洛伐克食品业将在中国有更多机会的雄心。进博会是这些公司向广大中国受众介绍其产品的理想场合，因此，它们的缺席对斯农业和食品行业，以及整体上斯洛伐克向中国市场的出口来说都是痛失良机。

斯洛伐克媒体对进博会的报道同样也很有限，仅涵盖了进博会的开始阶段。大多数媒体都只是转载了斯官方新闻机构斯洛伐克共和国新闻社 (TASR) 的新闻稿。如上所述，斯媒体对进博会的关注几乎完全集中在克莱因的飞行汽车上——有时以相当耸人听闻的形式报道。斯媒体几乎没有

被提及另一家参展公司 Neodual，也没有报道关注该公司展示的内容。但斯洛伐克境内的跨国公司报道了进博会。值得注意的是，韩国汽车制造商起亚汽车公司（Kia Motors Corporation，斯洛伐克汽车制造行业的主要投资者之一，也是斯洛伐克人均汽车制造国排名第一的主要贡献者），在一本顶级在线汽车杂志上宣传了一款新型未来汽车，并将该杂志带到进博会现场进行宣传。起亚汽车公司还在其斯洛伐克语脸书（Facebook）页面上发布了展示该车型的动态。小型公司也经常使用这种宣传方式，例如活跃于斯洛伐克市场的斯洛文尼亚轻型飞机制造商 Pipistrel 也在其斯洛伐克语网站上进行宣传。越来越多的公司在国外的宣传中强调参加进博会的经历，这意味着参加进博会被视为声望的标志，不仅可以帮助它们扩大在中国的商机，还可以帮助它们开拓其他市场。这暗示着进博会已经成为中国在中东欧地区软实力的一个要素。

（作者：Juraj Ondriaš，翻译：张瑞琪，校对：陈思杨，审核：刘绯）