外交部：讚賞巴新政府關閉「台北駐巴新經濟辦事處」

【大公報訊】據新華社報道：就巴布亞新幾內亞政府關閉「台北駐巴新經濟辦事處」，中國外交部發言人郭嘉昆9日表示，這再次表明堅持一個中國原則是國際社會人心所向、大勢所趨，中方對此表示讚賞，願同巴新繼續堅定支持彼此核心利益和重大關切。

有記者問：台灣外事部門11月6日宣布將關閉「台北駐巴布亞新幾內亞經濟辦事處」，稱未來將不再與巴新簽署新的現貨液化天然氣採購合同。同時，台灣方面稱，巴新單方面要求台方人員在指定期限內離境，並強行推動關閉該「辦事處」。中方對此有何評論？

郭嘉昆說，巴布亞新幾內亞政府關閉「台北駐巴新經濟辦事處」，再次表明堅持一個中國原則是國際社會人心所向、大勢所趨，中方對此表示讚賞，願同巴新繼續堅定支持彼此核心利益和重大關切。中方願擴大從巴新進口液化天然氣，深化兩國經貿等各領域合作，不斷充實兩國全面戰略夥伴關係內涵。

另據報道，在今年7月15日，巴布亞新幾內亞就已正式宣布關閉「駐巴新台北經濟辦事處」，隨後巴新外長公開作出說明，重申堅定奉行一個中國政策，明確承認台灣是中國的一部分。據了解，台灣在巴新設機構始於上世紀90年代。2018年巴新方面勒令台機構去偽稱、摘偽牌，2023年巴新關閉其在台的「巴新駐台灣商務代表處」。

針對關閉「駐巴新台北經濟辦事處」，民進黨當局起初對外揚言「不接受」，隨後公開抗議，聲稱該機構仍會在當地繼續運作，試圖通過拖延方式保留相關非法存在。

巴新政府近日再度要求台灣駐巴新首都莫爾斯比港的「駐巴新台北經濟辦事處」人員限期離境，並推動關閉辦事處。台灣當局外事部門11月6日稱，「主動」關閉相關機構、撤回所有人員。

進博會台商增近四成：大陸是最好舞台

深耕大陸對接全球 台當局阻撓兩岸經合是徒勞

第九屆進博會

今年參展進博會的台企共有32家，較上屆增加近四成，涵蓋食品日化、消費品、醫療健康、精密製造及現代服務等多個領域。對於不少台商來說，進博會已經成為他們進一步開拓大陸市場、對接全球的最好舞台，並呼籲更多台商來參展。有台商表示，大陸是不可缺少的市場，民進黨當局阻撓兩岸經貿來往注定失敗。

大公報記者 張帆上海報道





▶◀ 台企積極參加正在上海舉辦的進博會。左圖為台企元祖食品，右圖為台企喬山健康科技集團。 大公報記者張帆攝

來自主辦方的統計，本屆進博會台灣地區企業參展面積約4200平方米，同比增長10.1%。台商參展呈現出規模回升、龍頭引領、領域多元的態勢。

喬山健康科技集團中國區總部執行長李永楷回顧五年的進博會之旅。2022年，經台商朋友們介紹，他們抱着試試看的心態首次參加進博會，沒想到當年就簽下總額超過5億元的合作意向協議，並登上進博會「傳播影響力十強展商」榜單。此後三屆累計意向簽約金額超18億元。

有助提升品牌知名度

李永楷表示，參加進博會收穫的「遠不止是訂單」，更大的收穫還有品牌影響力躍升。進博會作為國家級展會，讓台企與大陸內需市場高效對接，提升了品牌知名度。同時，參展也讓他們深度洞悉大陸市場前沿發展態勢，由此能更有效進行之後的產品開發和業務拓展。例如，今年的參展主題是「AI+物聯網家庭健身新生態」，他們的起家產品跑步機不再只是運動器械，還內置了體測系統與個性化健康管理方案，並通過香氛系統改善運動體驗。

與喬山一樣想通過進博會對接全球市場，還有已經第七次參展的中天生技。這家台灣的生物醫藥企業今年的展台被布置成一條「腸道長廊」，核心是Symbiota多菌共生發酵技術。中天生技旗下的微大生物科技股份有限公司副總經理陸嘉真說，在進博會可接觸到很多同行，覆蓋醫療產業完整的產業鏈，在展會期間大家近距離交流，不僅可以激發出更多不一樣的火花與合作空間，對於自身企業的研發也有很多啟示，可以說是一個合作雙贏的生物平台。

今年首次參加進博會的元祖食品，為了這次進博會首秀準備了50餘款展品，旨在以「食養東方」為主題切入藥食同源的健康趨勢。

在進博會的台企版圖中，有台企從2019年起連續第八年參展，依託展會效應加速大陸會員店布局，陸續入駐Costco、山姆等渠道，會員店總數已超過160家。冠捷科技便是如此，借助進博會實現了從產品輸出到全球品牌賦能的戰略跨越。台企南僑食品是進博會的「全勤生」。南僑食品董事兼總經理林昌鈺表示：「對台灣企業來說，進博會非常值得參加。它讓我們收穫了很多不同的發展機遇和合作夥伴。」

面對火熱的進博會現場，資深台商林昌鈺表示持續看好大陸市場，認為台企都應該來參加這個展會，感受這裏的專業、高效和精準。

兩岸經貿合作創雙贏

台商對於進博會的高漲熱情，亦是以實際行動支持兩岸經貿交流。全國台企聯會長李政宏表示，兩岸應強強合作、共創繁榮。他認為，AI是台商不可錯過的關鍵機遇，大陸在大型語言模型和實際應用場景上發展迅速，兩岸在AI領域各具優勢、互補性強，應攜手探索AI在製造業、服務業、生物醫藥等領域的賦能應用。他建議台商通過與大陸企業合作，不僅深耕當地市場，還可藉此布局「區域全面經濟夥伴關係協定（RCEP）」涵蓋的廣大市場，為拓展東南亞業務帶來實質助益。他並強調台灣業界樂見兩岸關係良性互動，期盼政治因素勿成為經貿合作的阻礙，經貿交流不應被政治因素綁架，正常往來符合兩岸業者共同利益。



▲在第九屆進博會技術裝備展區智元展位，精靈G2機器人在展示茶道。 新華社

台商心聲

兩岸強強合作

全國台企聯會長李政宏：大陸市場廣闊、AI浪潮機遇難得，台商應藉進博會拓展商機，兩岸「強強合作」共探AI賦能並布局RCEP市場。

收穫發展機遇

台商林昌鈺：進博會參展範圍廣、觀眾精準，讓台企收穫了許多發展機遇和合作夥伴。對於台灣企業來說，大家可以盡量來參加這個展覽。

提升品牌影響力

台商李永楷：進博會是台資企業拓展內需市場「最好的舞台」，收穫遠不止訂單，更是品牌影響力的躍升。

擴大合作空間

台商陸嘉眞：在進博會可以接觸到許多同行和觀眾，激發出更多不一樣的火花與合作空間。

大公報記者張帆

主動嵌入國家戰略 鏈接全球供應鏈

【大公報訊】記者張帆上海報道：從第九屆進博會的參展台商來看，他們正在把自身的產業積累主動嵌入國家戰略的坐標系裏，把「健康中國」「雙循環」「擴大開放」拆解成了具體的產品形態和供應鏈選擇。

台企喬山健康科技今年明確提出響應「體重管理年」行動號召和「健康中國2030」戰略，推出「AI+物聯網家庭健身新生態」。除了展示企業的健身器材產品，他們還首次將新開發的食品品牌「喬食有味」以獨立品牌進入農食展區，與健身主展台形成呼應，完整展示從體測、訓練、恢復到日常飲食的健康管理路徑。同時，展台還專設「體育強國」體驗區，對接《體育強國建設「十五五」規劃》。一家健身器材台企，把國家戰略拆成了「練什麼」和「吃什麼」兩個可以當場體驗的場景。健康中國戰略在喬山這裏，不是展板上的標語，而是一條從器械到餐桌的閉環。

打通資源與產業雙向賦能

台企南僑在本屆進博會中以「雙循環」「全鏈路」為主題，現場還與英國乳業集團簽署採購協議，同時與中國銀行上海分行簽署跨境資金集中運營戰略合作，成為上海首批獲批的本外幣跨境資金集中運營企業。南僑自己的總結很直接：「依託進博會鏈接全球供應鏈，對接大陸廣闊市場，打通資源與產業的雙向賦能。」「雙循環」在南僑這裏不是宏觀概念，而是一張可以簽字落地的全球採購與資金運營網絡。

首次參展的台企元祖食品，也提出希望藉進博會「買全球、惠民生」的平台效應，以全球原料服務大陸消費者。猶記去年的第八屆進博會，港澳台展商已被概括為「化身國家『雙循環』格局的重要紐帶」，從「賣產品」轉向「造生態」。第九屆台商食品領域的動作，正是這條線索的延續和細化：喬山把健康戰略做到飲食端，南僑把雙循環做成簽約項，諸多食品企業在開放平台與統一大市場裏校準自己的產品形態。台商緊扣國家戰略，扣的不是表態，是產業鏈上每一個可以被驗證的落點。

上海市台灣事務辦公室主任金梅在本屆進博會企業專門看望了參展台商，她表示，進博會是大陸高水平對外開放的重要窗口，為台企搭建了展示產品、對接資源、開拓市場的重要平台。希望台企搶抓大陸消費升級機遇，把更多優質產品通過進博會帶來大陸，走向世界。

全球咖啡加速拓中國市場 消費量年增15%

【大公報訊】記者夏微上海報道：咖啡是全球貿易中極具代表性的農產品之一。近年來，中國咖啡市場蓬勃發展，公開數據顯示，自2010年起，中國咖啡消費量以年均超15%的速度增長，遠超全球約2%的平均水平。2025年中國咖啡產業規模達3549億元，同比增長13.3%。人均每年咖啡消費從2023年的16.74杯，增至2025年的28.57杯。隨着需求的不斷攀升，越來越多的外商將目光投向中國市場，正在舉行的第九屆進博會上，一顆顆跨越重洋的咖啡豆，正散發着香氣，準備敲開中國市場的大門。

盧旺達的「大猩猩」牌咖啡早在首屆進博會就與中國消費者見過面了。本屆進博會，不少曾通過進博會了解到該品牌的中國消費者慕名來到展台，而「大猩猩」也誠意十足帶來了升級款。由此，不難看到進博會對於海外咖啡拓展中國市場的巨大助力。「有很多精品咖啡店，咖啡培訓機構，或者個人賣家來諮詢購買，有些還想要採購作為公司禮品。」展台工作人員徐先生說，進博會現場基本上是備多少貨就能賣多少貨。

因世界盃傳奇門將走入眾人視野的佛得角，時隔七年重返進博會國家展。這一次，他們將非常稀有的福戈咖啡帶來了。相關負責人說，「以前我們的咖啡出口給美國的星巴克過，也出口到葡萄牙和日本。現在我們希望和中國開展業務合作。」

肯尼亞商家：在華銷售額增兩成

作為全球咖啡主產國之一，肯尼亞國家館成為咖啡業界和愛好者必逛展台。劉女士今年是第三次來逛進博會了，去年曾買過非洲咖啡，今年又來「淘貨」，「確實很好喝，我還分享給親戚朋友，不同的風味都想嘗試一下。」

肯尼亞JOTIM Coffee品牌貿易與出口部門負責人Josephine告訴大公報記者，他們的生豆進入中國市場大概有5年時間了，參展進博會使他們的產品在中國市場的銷售額大概提升了20%。「我很認可進博會這個平台，它讓我們直接和中國消費者互動，從而了解消費者的需求。」

零關稅助非洲咖啡銷中國

Josephine身後的展位上，肯尼亞Heritage Signature Coffee的CEO Cynthia Kamau耐心地向每一位駐足者介紹產品，這是她第一次來到進博會，除了看到咖啡在中國越來越受歡迎外，更是因為「中非之間簽署了貿易協定，肯尼亞農產品可以零關稅進入中國市場銷售。中國市場體量巨大，對我們吸引力十足，所以我們很重視這個機會。」Cynthia Kamau說，就在進博會開幕前，已和一家中國超市達成合作，計劃明年1月份正式進入中國市場，「這次進博會我們希望挖掘更多合作機會。」

熱愛中國文化 薩爾瓦多小伙投身對華貿易

特稿

「中國現在有越來越多人開始喝咖啡，而且我把中國看作是第二故鄉，我覺得很適合將一些來自我祖國的東西帶到這裏。」在進博會國家館薩爾瓦多展台中央的咖啡吧枱邊，薩爾瓦多小伙何飛揚熱情地用中文邀請參觀者品嘗來自薩爾瓦多的咖啡。

何飛揚的生活與中國有着密不可分的聯繫。「我一直對源遠流長的中國文化十分好奇，我覺得掌握了中文就可以和更多人交流。」早年曾到中國留學的他所學專業正是國際經貿，2025年回到薩爾瓦多後便投身於薩中貿易。

得益於在中國留學的經歷，何飛揚敏銳察覺到越來越多中國人開始習慣和喜歡喝咖啡。在薩爾瓦多，眾多的火山為咖啡的生長提供了絕佳環境，同時也培育出了帕卡馬拉這樣的獨特雜交品種。「我們的咖啡產量不算高，但勝在品質出眾。像帕卡馬拉這款薩爾瓦多咖啡，已經多次斬獲全球頂級咖啡賽事超凡杯大獎。」懷揣着將祖國好物出口到中國的願望，何飛揚投身咖啡行業，和當地咖啡種植生產商合作，希望把產品出口到中國。

「我們的品牌剛剛完成了進口商資質註冊，希望可以開拓中國市場。」據何飛揚介紹，這次不僅是薩爾瓦多IKAHKU咖啡第一次參加進博會，更是首次在中國市場亮相。「現階段我們正在和中國的經銷商洽談，希望可以供貨給線下咖啡店。未來，隨着市場培育成熟，希望可讓中國消費者直接通過淘寶這樣的線上渠道買到我們的產品。」

大公報記者夏微



▶◀ 薩爾瓦多小伙何飛揚（右一）在進博會推薦薩爾瓦多咖啡。 大公報記者夏微攝