

- 本期导读
- B2 中国与“伙伴们”合作共赢
- B3 意大利那不勒斯披萨再申遗
- B4 儿童看护费太贵成美社会危机

新民环球

热点锁定



尼泊尔内政部 29 日宣布,25 日的强震已造成尼境内超过 5000 人死亡,另有超过 1 万人受伤,最终遇难人数可能超过万人。

本报国际新闻部主编 | 第 601 期 | 2015 年 4 月 30 日 星期四 责任编辑:张颖 编辑邮箱:xmhw@xmw.com.cn

3 个月跑 2 万公里 11 国 一路所用全是中国货

荷兰两小伙自驾推广“中国制造”

文 / 齐旭

“世界这么大,我想去看看!”当河南省实验中学一名年轻老师的辞职信走红网络的时候,两个荷兰小伙子却已完成了一趟精彩的马拉松自驾之旅:耗时 3 个月,途经中国、哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、土库曼斯坦、伊朗、土耳其、希腊、意大利、奥地利、德国、荷兰 11 国,行程 2 万公里。最重要的是,他们一路上所用的,大到汽车、电脑,小到手机、内衣,无一不是中国品牌。

一拍即合

从事市场营销的罗希尔·比克尔在中国已经生活了 6 年。自从他拿到了中国驾照,便开始游览中国的大好河山。“200 块一天租辆车到处玩是挺令人兴奋的,但怎么才能更刺激呢?”2010 年,当比克尔开着车行驶在山西时想到了一个主意——自驾回荷兰。可是家人都说“太危险了”“你的工作怎么办”“你是个有责任心的人”。家人的反对让比克尔不得不暂时搁置了这个主意,直到两年后的一天,他遇到了同样热爱旅行的马伦·斯特赖克。

斯特赖克是一名城市规划设计师,来中国已经 8 年。一天,他与比克尔一道喝酒时分享了各自的梦想。马伦说:“要是可以开车回荷兰就好了。”这句话让比克尔顿时找到了知音,可到了第二天酒劲过后,两人突然意识到,要实现这个开车回荷兰的梦想意味着什么:辞掉工作、离开女友好几个月、经济来源堪忧。

寻赞助商

“既然我们没钱来实现梦想,那就得找人来埋单。”比克尔与斯特赖克苦思冥想,最终有了主意。“正是因为‘中国’这个话题,我们来到了中国,也在中国萌生了开车回荷兰的梦想。”比克尔的那个看似疯狂、不切实际的梦想逐渐落地,成了一个可行的计划“Brand New China”(全新中国品牌):从上海开车回荷兰,一路上只用中国货。这个主意足够他们找到资金来源。

说干就干,两人开始着手寻找赞助商签约、联系媒体、办理签证、找居住在国外的中国人帮忙……事情越来越多,比克尔发现他们不得不雇人帮忙。依靠团队的力量,“Brand New China”项目终于运转起来。

找一家汽车公司作为主要的赞助商成为首要任务。团队不断给各种中国品牌汽车公司发邮件,2013 年圣诞节前,身在荷兰的比克尔收到了一封来自中国汽车品牌比亚迪负责欧洲市场的总监的回信,终于令他看到了希望。

拿到了这趟旅行中最重要装备的合同,比克尔和斯特赖克长舒了一口气。5 月的一天,两个荷兰年轻人第一次见到了将要陪伴他们一路的蓝色比亚迪 F5。不过,为了确保



两个荷兰小伙开着贴满中国品牌标志的比亚迪,从上海出发



▲ 斯特赖克穿着中国品牌的户外装备,在希腊留影

► 罗希尔·比克尔使用中国产的运动摄像机在旅途中拍摄



旅行顺利,他俩还学习换轮胎等基础的汽车维修知识,备了一箱配件以防不时之需。

有惊无险

2014 年 7 月 26 日,两个“全副武装”着中国货的荷兰年轻人拿着华为手机、拎着联想电脑、架着 AEE 运动摄像机、穿着熙游记的衣服、戴着 Braos 的墨镜、背着奥卡索的户外装备,开着贴满中国品牌 Logo 的比亚迪,从上海出发。

“光是到中哈边境,就开了足足一个月。我真的知道中国很大了。”出发第 28 天,车子开到了中国与哈萨克斯坦边境。此后,一路上发生了不少小意外,包括在阿拉木图护照被偷。第 47 天,比克尔行驶在乌兹别克斯坦的路上,他们在一个繁忙的十字路口想要左转时,一辆从对面方向驶来的出租车撞上了比亚迪车尾,被“撞晕”的比亚迪又撞上了旁边一辆车。所幸的是,在这起突如其来的车祸中,比亚迪并没有被撞得很惨,只是撞出了些凹陷,车表面出现了一些划痕。新认识的朋友扎法尔帮忙联系到了一家维修站,及时地修好了车,又重新开上了路。而当他们想要去伊朗时,却被

告知车不能进入伊朗。由于语言不通,在边境呆了一天半的两个荷兰人还是没搞明白为什么车子开不进伊朗。有人建议他们把车装上卡车,运到土耳其境内再继续旅行。但比克尔他们坚持想让伊朗人见一见来自中国的汽车。有些无聊的斯特赖克一边哼着小曲擦着好久都没擦过的车,一边焦急地等待着入境许可。第三天,他们终于收到了好消息,将车开进了伊朗境内。品尝着邻国乘客推荐的美食。喝着无酒精的鸡尾酒……“其实那是个十分热情的国家。”比克尔说。

中国很酷

2014 年 10 月 31 日,在经历了 3 个月,途经 11 国,行程 2 万公里后,两个荷兰小伙子平安抵达了家乡荷兰鹿特丹。可说的旅途趣事有很多,但在他们看来,那些都没有让更多人认识和了解中国货重要。一路上,他们不断在中国国内以及海外的社交媒体上发布文字、照片、视频,讲述他们的旅行小故事,以及他们对中国货日益加深的了解。

“我们希望可以改变人们对中国货的认识。我想,是时候站出来告诉全世界‘中国很酷’了。”比克尔

说,当他们最初在社交网站“脸谱”、Youtube 上发布 Brand New China 的消息时,很多人都并不看好他们。甚至当他们开到哈萨克斯坦时,一名哈方的海关官员满腹狐疑地说:“你认为你可以用中国货一直开到荷兰?”接着发出一阵大笑。但随着他们每到一处宣传中国品牌,越来越多的人为他们、为中国货点赞。“其实这趟旅行就能说明问题。一路上翻山越岭,没出故障的比亚迪就是给力的证据。而我至今还用着当时用的华为手机。其他的中国产品也都完好无损,质量一流。”比克尔掏出手机来秀了秀。

意犹未尽的比克尔又讲述了他在土库曼斯坦边境的一段经历,来证明中国品牌在海外的接受度。“我们随身携带的每一样东西都必须经过仔细检查,包括手机。”比克尔说,当他从口袋里掏出华为手机,边境警察突然问道:“哇!P6 还是 P7?”当听说比克尔用的是 P6,对方惊叹道:“哇,很赞!”

比克尔说:“当然,也有人会问我们为什么不用 iPhone?但从中我们可以看到对中国品牌的接受度在各国并不一样,这是很有意思的一种体验。”

相关链接

“中国制造”商品超越“山寨”时代

美国人克里斯·安德森曾作为《经济学人》杂志驻香港的记者,在广东呆过很长一段时间。他见证了“山寨”发展到提倡创新。后来,安德森成立了美国最大的开源飞行器研发公司,仍然经常去广东,“现在,我们在中国的竞争者成长得非常快。以往我们说他们能做硬件,不能做软件;即使能做软件,也不能做设计,但现在,他们可以做一切。”

安德森每次去都为中国工厂里强大的创新能力感到吃惊。他说,在“创客”时代,中国工厂站到了和美国竞争的前沿。目前中国能够提供给全球“创客”的,主要是制造和工程技术,而这些资源对于西方国家来说很稀缺。

安德森说,中国的企业发展速度,几乎超越了世界上的所有企业。中国只会简单“山寨”别人产品的时代早就成为历史。“反观供应链的兴衰,很多企业被迫关闭或者转型,说明了竞争的激烈和更新换代的快速。单纯抢占市场份额、压低价格恶性竞争的行为,每个厂商都能够做出来——但这已经不是竞争的方法了。简单说,现在的市场已经支撑不起‘山寨’的模式。”

安德森感叹了中国互联网的发展速度。“除了美国,我唯一关注的国家就是中国,我们知道中国是 21 世纪竞争的唯一来源。”

韩国“海淘族”青睐中国产品

韩国网民海外直购热情高涨,中国成为继美国之后,韩国“海淘族”的购物第二大商品来源国。

韩国最大快递公司 malltail 的数据显示,韩国网民喜欢购买美国的时尚用品和服装、中国的小型电子产品、日本的美容用品以及德国的厨房用品和家电。

本刊主编 卫蔚

(本刊除“论坛”及本报记者署名文章外,均由新华社供稿)