

山 东 会 客 厅

关于邀请参加“2024 年马来西亚-中国峰会暨 国际贸易与投资博览会”的函

各市商务（投促）主管部门、各有关企业：

2024 年是中国和马来西亚建交 50 周年，自建交以来，两国在政治、经济、文化等领域的交流与合作不断加深。为庆祝中马建交 50 周年，推动中马两国的经济文化交流，发挥山东会客厅“一带一路”国际合作新平台的作用，助力山东企业品牌出海，精准开拓东盟市场，山东会客厅拟组织省内企业参加“2024 年马来西亚-中国峰会暨国际贸易与投资博览会”，进行参展、投资、采购、考察以及品牌推广等相关活动，具体信息如下：

一、活动概况

（一）展会名称

2024 年马来西亚-中国峰会暨国际贸易与投资博览会

（二）展会时间

2024 年 12 月 17 日—19 日

（三）展会地点

马来西亚吉隆坡国际贸易中心

（四）行业范围

高新技术新材料及装备类：新材料、高端装备制造、石油天然气及石油化工技术、泵阀管件、节能环保和绿色低碳及储能技术、半导体与集成电路、高（低）压电气、新型平板显示、未来科技、高端医疗器械、低空经济与天空设备及技术等；

家用电器电子消费品及数码科技与人工智能类：个护电器、电子产品、智能产品、智能穿戴设备、人工智能其他、厨房电器、照明产品等；

汽车两轮车及配件和用品类：整车、部件及组件、电子及系统、用品及改装、修理及维护、新能源汽车零部件、充换电、氢能及燃料电池、智能网联及自动驾驶、新型材料等；

建筑材料及五金家居家具家装类：建筑、家装产品、家居产品、五金配件、建材及基础设施等；

日用消费品、礼品及节日装饰类：日用消费品、礼品、节日装饰、文具办公用品、家居装饰、食品和饮料美酒、宠物用品、休闲食品、母婴玩具、礼品文创、日用百货、户外用品等；

大时尚潮流风尚类：箱包、伞具、皮具、旅行休闲用品、鞋帽、服装成衣及配件、家纺、眼镜、钟表、饰品、珠宝等；

（五）马来西亚-中国峰会 10 场+主题论坛

全球贸易背景下马来西亚-中国贸易合作新机遇、中国品牌国潮出海论坛、新型消费下的中马投资之道、全球经济下投资者财富传承与守正创新、大马知名家族办公室的基业长青之道、全球宏观经济下的财务配置、中国文旅出海论坛、中马贸易勇于创新与拥抱契机分享会、社交与商业互动、中资公司出海经验分享 一走进华为马来西亚分部等商务论坛活动等。

二、背景介绍

马来西亚地处东南亚中心，不仅是中国-东盟自贸区、东盟经济共同体、区域全面经济伙伴关系（RCEP）、跨太平洋伙伴关系及“一带一路”倡议的成员国，更拥有覆盖 35 亿人口的庞大贸易网络，是中国企业进入东盟和前往其他国际市场的战略桥梁。马来西亚作为东南亚的经济枢纽，其人均 GDP 在 2023 年与中国相近，约为 1.2 万美元水平，具有强劲的经济活力。此外，通过马来西亚进入东盟市场，企业还能享受零关税自由贸易的优惠政策。

由马来西亚国际投资贸易工业部、马来西亚对外贸易发展局等单位联合举办的 2024 年马中峰会将于 2024 年 12 月 17-19 日在吉隆坡的马来西亚国际贸易展览中心举行。期间马来西亚政府将举办丰富多彩的活动，包括为期 3 天的国际贸易与投资博览会，以及之后为期 2 天的领导大会。届时，来自马来西亚、中国和东盟其他国家的行业领袖将齐聚一堂，互相交流并分享深入见解。通过展会企

业将寻找市场扩张的策略合作伙伴，目标明确的商业配对、无与伦比的投资契机，是真正世界级的展览和贸易契机。

三、报名方式

山东会客厅诚邀各城市商务（投促）部门协助邀请本市对马来西亚市场感兴趣、意向开展合作的企业参加本次活动。意向参展参会的企业请详细填写参展参会回执表（附件 1），于 2024 年 9 月 30 日（星期一）前发送至 sdhkt@qd.shandong.cn。

附件：1.参展参会回执表

2.2024 年马来西亚-中国峰会暨国际贸易与投资博览会简介



（联系人：高旗 13589222879、展瞻，18669707228、
于静静 15864238025）

ORGANISED BY



IN DORSED BY



IN ASSOCIATION WITH



MALAYSIA
CHINA
SUMMIT 2024
PROSPERITY
BEYOND 50

ULANG TAHUN KE-50
HUBUNGAN DIPLOMATIK MALAYSIA - CHINA
50th ANNIVERSARY OF MALAYSIA-CHINA DIPLOMATIC RELATIONS

马中建交50周年

2024马来西亚国际贸易与投资博览会 暨中国产业行业系列展览会

同
期
举
办

- 马来西亚日用消费品礼品及节日装饰展览会
- 马来西亚大时尚潮流风尚展览会
- 马来西亚高新技术新材料及装备展览会
- 马来西亚建筑材料及五金家居家具家装展览会
- 马来西亚国际汽车两轮车及配件和用品展览会
- 马来西亚家用电器电子消费品及数码科技与人工智能展览会



马来西亚旅游促进局



马来会议与展览局



马来西亚-中国商务理事会
Malaysia - China Business Council



马来西亚-中国总商会
MALAYSIA-CHINA CHAMBER OF COMMERCE



马来西亚中国总商会



MAYCHAM CHINA
中国马来西亚商会



亚航

2024.12.17-12.19

马来西亚国际贸易展览中心(MITEC)

主办单位：马来西亚国际投资贸易工业部

协办单位：马来西亚对外贸易发展局

支持单位：中国马来西亚商会

执行单位：QUBE Integrated Malaysia

RCEP区域 · 一带一路影响力 · 搭建东盟核心经济带重要平台 ·
助力中国企业和产品打开国际市场 · 领导人峰会

m² 规模
20,000+





ULANG TAHUN KE-50
HUBUNGAN DIPLOMATIK MALAYSIA - CHINA
50th ANNIVERSARY OF MALAYSIA-CHINA DIPLOMATIC RELATIONS

马中建交50周年

MALAYSIA CHINA SUMMIT 2024 PROSPERITY BEYOND 50



GLOBAL PROMINANCE
全球机遇



DIRECT MARKET ENTRY
市场进入



MARKET EXPANSION
市场扩张



STRATEGIC INSIGHTS
战略前瞻



ECONOMIC SYNERGY
经济增效

据官方数据显示，马来西亚为 2023 年度中国第十大出口贸易伙伴，在东盟国家中仅次于越南。马来西亚首相安华（Anwar Ibrahim）就任首相后两度赴中国访问，见证多项投资备忘录签署，总金额高达美金 42 亿余元，与中国互动频密，尤其今年是马中建交 50 周年，和中国更加大交流力度。2024 年，正值马中建交五十周年，习近平主席指出，愿以中马建交 50 周年为契机，引领中马命运共同体建设不断取得新成果，为两国人民带来更多福祉，为地区繁荣稳定作出更大贡献，为两国关系未来发展指明方向。

为组织中国的优秀企业参加“马中建交 50 周年”配套主要展览及商务活动，2024 马来西亚国际贸易与投资博览会暨中国产业行业系列展览会（以下简称马来展）将和“2024 年马来西亚 - 中国峰会”同期举行，旨在搭建又一高水平的马中交流合作桥梁与纽带，进一步加强两国企业对接交流，促进经贸合作、人文交流，探讨多元化合作方向，助力双方资源共享、市场互通，在更大范围、更广领域实现携手共赢！



Future
Opportunity



Future
Mobility &
Connectivity

10,000+

专业贸易观众

50+

知名演讲嘉宾

1,000+

2国行业会议代表



Future
Tech



Future
Growth



Future
Knowledge &
Experience

800+

参展企业

2天

马中领导人峰会

3天

配套专业贸易展

来自马来西亚、中国和东盟
其他国家的行业领袖、业界
专家齐聚一堂，顶尖企业创
新产品和尖端技术汇聚。



2024马来西亚国际贸易与投资博览会暨中国产业行业系列展览会

- 马来西亚，作为东南亚的经济枢纽，其人均 GDP 在 2023 年与中国相近，约为 1.2 万美元水平，显示出强劲的经济活力。尤其引人瞩目的是，马来西亚的平均月薪虽为 4500 林吉特（约合 7000 元人民币），但在高级管理、专业技术及熟练工种等领域，薪资水平普遍较高，金融和石油等行业更是薪资优渥的代表。
- **无限广阔的市场前景。**马来西亚地处东南亚中心，不仅是中国 - 东盟自贸区、东盟经济共同体、区域全面经济伙伴关系（RCEP）、跨太平洋伙伴关系及“一带一路”倡议的成员，更拥有覆盖 35 亿人口的庞大贸易网络。这种得天独厚的地理位置和广泛的市场覆盖，使马来西亚在全球经济中占据了无可比拟的战略地位。
- **对华友好的营商环境。**马来西亚的政治经济及人文环境与中国相似，为中国企业提供了复制成功经验、快速融入当地市场的便捷条件。特别是对于那些初次“走出去”的企业，马来西亚的营商环境更是友好至极。此外，通过马来西亚进入东盟市场，企业还能享受零关税自由贸易的优惠政策。
- **RCEP 带来的新机遇。**区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）的生效，为马来西亚及成员国企业带来了前所未有的机遇。关税优惠、通关简化、贸易投资便利化等政策红利，将助力广大企业在 RCEP 的“朋友圈”中实现互利共赢，共同开拓亚太市场。
- **电商发展的迅猛势头。**马来西亚的电商市场近年来增势迅猛，互联网用户总数已达 2700 多万，电商渗透率高达 80%。预计到 2023 年，马来西亚的移动电商市场规模还将以 19.7% 的年复合增长率持续壮大。这一趋势不仅为企业提供了巨大的市场机会，也为消费者带来了更加便捷、

展品范围

01.日用消费品礼品及节日装饰:

- 日用消费品 · 礼品 · 节日装饰 · 文具办公用品
- 家居装饰 · 食品和饮料美酒 · 宠物用品 · 休闲食品
- 母婴玩具 · 礼品文创 · 日用百货 · 户外用品

02.大时尚潮流风尚:

- 箱包 · 雨伞 · 皮具 · 旅行休闲用品 · 鞋帽 · 服装成衣及配件
- 家纺 · 眼镜 · 钟表 · 时尚配件 · 饰品 · 珠宝

03.高新技术新材料及装备:

- 新材料 · 高端装备制造 · 石油天然气及石油化工技术
- 泵阀管件 · 节能环保和绿色低碳及储能技术
- 半导体与集成电路 · 高压电气 · 低压电气
- 新型平板显示 · 未来科技
- 高端医疗器械 · 低空经济与空天

04.建筑材料及五金家居家具家装:

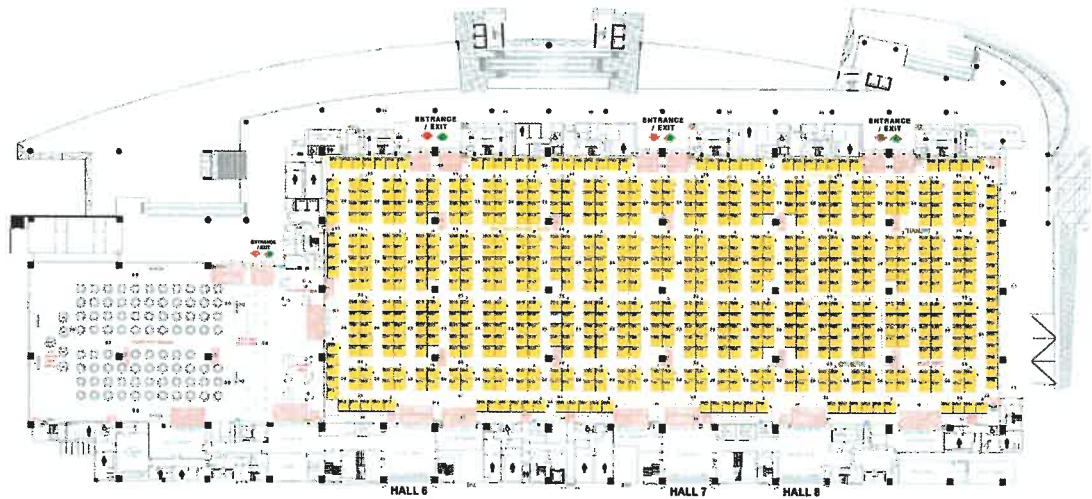
- 建筑 · 家装产品 · 家居产品 · 五金配件 · 建材 · 基础设施

05.汽车两轮车及配件和用品:

- 整车 · 部件及组件 · 电子及系统 · 用品及改装 · 修理及维护
- 新能源汽车零部件 · 充换电 · 氢能及燃料电池
- 智能网联及自动驾驶 · 新型材料

06.家用电器电子消费品及数码科技与人工智能:

- 个护电器 · 电子产品 · 智能产品 · 智能穿戴设备
- 人工智能其他 · 厨房电器 · 照明产品



展位价格 (人民币)

可选展台类型	标准价	包含配置	总高度、门头高度
空地 (光地) ≥18m ²	RMB53000/18平米	不含配置家具和电力以及地毯和围板等	无
标摊≥9m ²	RMB29800/展位	围板、门楣公司名、展位号、接待桌、2张椅子	2440mm; 350mm
精装(标摊盖帽) 摊位≥9m ²	待定	围板、加高logotop统一门楣公司名、展位号、接待桌、3把椅子、5个层板或挂杆或2个大型立式衣架、1张圆桌	3000mm; 1000mm
团体特装(升级) 摊位≥18m ²	待定, 详询	包含精装所有配置, 围板为木质整块材质且墙面刷漆或整幅海报制作和安装	3500mm;

*每家企业另收2000元注册报名费, 开口费另收500元/角。

展位效果图

标准展位效果图



精装展位效果图



团体特装效果图

精装标摊：包含精装所有配置、3幅墙面产品海报（80mmL*120mmH）制作及安装。



注：上图仅为参考方案，最终呈现以实际为准。

EXHIBITION ADVANTAGE

展会优势

- ◆ 搭建东盟核心经济带重要展贸平台
- ◆ 助力中国企业和产品打开国际市场，对接专业买家
- ◆ 一站式提供海外市场考察、行业对接、宣传推介等服务
- ◆ 马中政府部门重点支持并打造的展会
- ◆ 主题专馆分类展示，RCEP供采对接密集举办

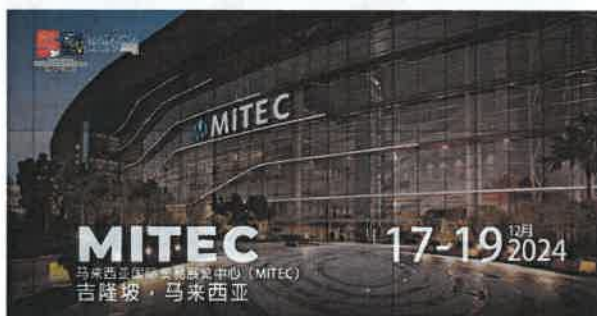
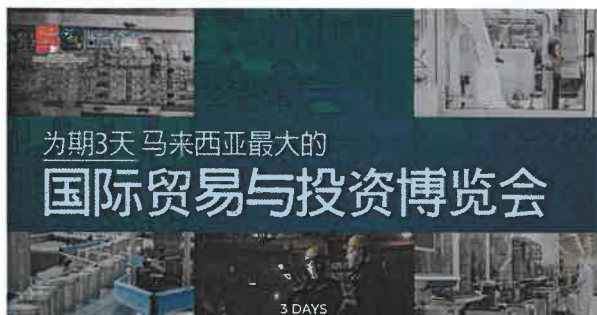
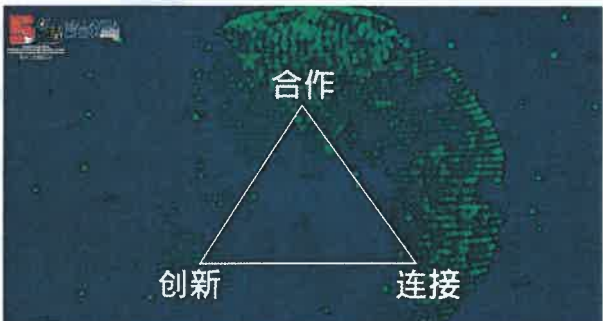
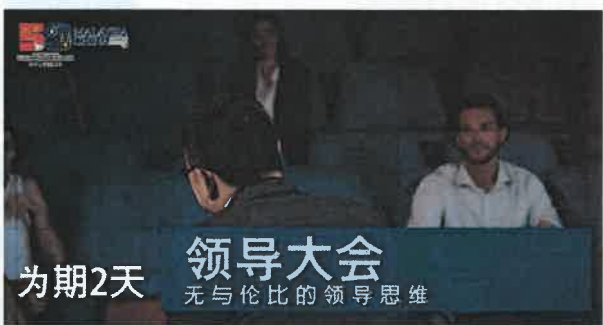
日程详情

	第一天 2024年12月17日 星期二	第二天 2024年12月18日 星期三	第三天 2024年12月19日 星期四
早上9点 至傍晚6点 领导层会议	马中峰会2024开幕式与会议	会议	-
早上10点 至下午6点 国际贸易 和投资博览会	贸易和投资博览会	贸易和投资博览会	贸易和投资博览会

展出您的卓越卖点 扩大您的商业版图

专为企业领袖、投资者，以及贸易
专业人士而设的盛会

2024年马来西亚-中国峰会将专注于五大主题支柱，
全力推动8个关键集群和21个主要领域的成长。



关于马来西亚

01. 马来西亚市场优势



- 马来西亚地处东南亚核心地带，与泰国、新加坡、印度尼西亚、文莱接壤，与越南、印度、菲律宾、澳大利亚等国隔海相望，辐射6亿人口的东盟市场，是中国企业进入东盟和前往其他国际市场的战略桥梁；
- 马来西亚具有稳定持续的政治环境，完善的政策制度，健全的法律体系，成熟的商业市场，较高的国民素质、成熟的外联外交以及不断攀升的经济发展前景；
- 首都吉隆坡具有稳定的宏观经济环境，维持在或低于3%的通货膨胀率及失业率，外汇储备充足、外债少；
- 马来西亚是相对开放的、以国家利益为导向的新兴工业化经济体，先后提出了“新经济政策”、“2020宏愿”、“国家发展政策”、“多媒体超级走廊”、“生物谷”等计划；
- 马来西亚拥有将近3300万人口，其中华人将近800万，是东南亚人均GDP第二高的国家，消费能力强大。超过60%的人口年纪在20岁到65岁之间，人口结构年轻化，平均年龄为28岁，得益于近年马来经济快速增长，消费力激增；
- 中马地缘相近、人缘相亲、文缘相通、合作相契。50年来，中马两国始终相互尊重，相互支持，树立了大小国家平等相待、互利共赢的典范，并在政治、经济、文化和其他领域都取得了显著的合作成果；

02. 日用品、礼品及装饰市场分析

- 马来西亚的家居装饰、节日用品和日常消费品市场共同呈现出一派繁荣景象。这一繁荣不仅源于其庞大的消费者基础，还因近2千万穆斯林人口而特别体现在节日用品市场的火爆上。马来西亚的家居装饰市场持续增长，消费者对传统装饰品的追求以及对家居环境独特性和个性化的重视是推动市场增长的重要因素。预计到2029年，该市场将以惊人的409%复合年增长率持续增长，市场收入有望达到显著水平。
- 日用品市场受到经济、文化和人口结构等多重因素的影响，超市、便利店和在线购物平台是消费者购买的主要渠道。品牌知名度和价格竞争力是企业成功的关键。
- 礼品市场同样活跃，特别是在节日和庆典期间，手工艺品、珠宝、电子产品和时尚配饰等成为热销产品。消费者在选择礼品时，不仅关注其独特性、美观性，还注重其实用性。电子商务的兴起为消费者提供了更多便捷的购物选择，同时也为企业带来了新的销售机遇。
- 节日装饰市场与马来西亚丰富的节日文化紧密相连，彩灯、花环、气球等装饰品备受欢迎。消费者在购买节日装饰品时，既关注其视觉效果，也重视节日氛围的营造。此外，随着环保意识的提升，装饰品的环保性能和可持续性也成为消费者考虑的重要因素。



03.大时尚产业市场分析



- 东南亚地区作为“一带一路”的重要区域，鞋服行业市场市场潜力巨大，该区域不仅人口资源丰富，而且拥有年轻化的消费结构，随着经济的快速增长，居民购买力和消费意愿也在不断提升。因此，东南亚鞋服市场规模不断扩大，已经跃居全球第三大市场，仅次于大中华区和印度，并预计在未来几年内将继续保持快速增长的态势。
- 品牌化程度相对较低是东南亚鞋服市场的一大特点，这也为国内品牌提供了广阔的发展空间。预计在未来五年内，东南亚鞋服市场规模将保持 7 至 10% 的增长率，这主要得益于其庞大的人口基数、年轻化的消费群体以及不断增强的购买力。同时，本土品牌数量相对较少，品牌化空间广阔，线上市场增长迅猛，年均复合增长率超过 90%，这些都为国内外品牌提供了巨大的发展机遇。
- 马来西亚作为东南亚电商市场的代表，服装和鞋履成为互联网零售的主要类别之一。随着朴素时尚的趋势为市场带来新的增长点，预计 2024 年马来西亚服装市场收入将达到 55.7 亿美元，并以 5.80% 的年增长率持续增长至 2028 年。此外，马来西亚鞋类市场也呈现出强劲的增长势头，预计 2025 年市场增长率将达到 2.5%，其中纺织品和其他鞋类占据最大的细分市场，且非奢侈品鞋类占据市场销售额的 91%。马来西亚鞋类市场对本地制造的可持续产品的需求激增，为鞋类材料和设备及配件企业提供了新的商机。
- 对于中国企业而言，东南亚市场提供了品牌出海、线下市场拓展和电商运营等多重机遇。通过直营、加盟、电商全渠道覆盖等模式，结合东南亚市场的特点，中国企业可以迅速拓展市场份额并实现快速增长。此外，东南亚地区的户外运动文化也为企业带来了新的商机。帐篷、睡眠工具、照明、露营厨具、背包、急救用品等户外露营用品成为热销商品。同时，东南亚年轻消费群体对潮流化、年轻化的追捧，也促使一些兼具防晒、热传导、光传导等“黑科技”的智能产品更受欢迎。企业在进军东南亚市场时，需要根据不同地区的气候特性、民族文化特性等因素来设计、研发产品，并进行有针对性的广告推销，以满足当地消费者的需求。

04. 高新技术新材料及装备市场分析



• 马来西亚新材料市场分析

马来西亚作为一个矿产资源丰富的国家，其重晶石储量较大，且政府对外资投资矿产开发持积极态度，为投资者提供了良好的政策环境。重晶石作为一种重要的非金属矿产，其应用领域广泛，包括石油、化工、建筑等。

• 马来西亚工业装备市场分析

马来西亚的制造业在 2021 及 2022 年两年内一直保持高速增长，马来西亚制造业的销售额在 2022 年 12 月同比增长 8.6%，达到 1563 亿令吉的历史新高。2023 年 7 月，制造业雇用了 234 万人，较一年前的 230 万人增加了 1.7%，制造业支付的薪金和工资也同比增长 2.9%，达到 79 亿令吉，环比下降了 1.5%，较 6 月的 80 亿令吉减少 10%。总结 2023 年前 7 个月，马来西亚制造业的销售总额达到 10326 亿令吉，同比增长 2.5%。

• 马来西亚油气市场分析

马来西亚的能源结构以石油和天然气为主，两者在保障国家能源安全和推动经济发展方面发挥着重要作用。尽管天然气在电力生产中的地位可能有所下降，但其整体需求仍在快速增长。同时，马来西亚政府通过大力发展能源基础设施建设、推动能源改革、加大对可再生能源的政策激励等措施，致力于将马来西亚建设成区域油气贸易中心。

• 马来西亚泵阀市场分析

马来西亚泵阀市场是东南亚地区的重要市场之一，近年来保持稳步增长。根据马来西亚统计局和相关行业报告马来西亚阀门市场的增长率在过去几年中保持较高水平，如 2019 年马来西亚阀门市场的增长率为 7%，这几年都保持稳固增长。

• 马来西亚储能市场分析

2023 年 7 月，马来西亚推出了国家能源转型路线图（NETR），这一路线图标志着其在可再生能源议程上实现了巨大飞跃。通过 NETR 可再生能源装机容量目标提高了近两倍，从 40% 提高到 2050 年的 70%，以实现碳中和目标。为了实现这一宏伟目标，NETR 的第一阶段概述了 10 个旗舰催化项目，这些项目将在 2050 年前带来价值高达 1.85 万亿令吉的投资机会，其中包括建立东南亚最大的混合太阳能发电厂、氢气中心、集中式大型太阳能园区等。

• 马来西亚半导体与集成电路市场分析

马来西亚的半导体和集成电路产业也得到了迅速发展。一些全球知名的半导体公司如英特尔、恩智浦、博通等都在马来西亚设立了生产基地。这得益于马来西亚在半导体制造方面的专业技能和丰富的人力资源。此外，马来西亚政府还积极推动半导体产业的发展，通过提供财政支持和税收优惠等政策来吸引外国投资者。

• 马来西亚高压电器市场分析

马来西亚电力需求不断增长，国家电网需要大量高质量的变压器来支撑发电和配电。同时，随着国内经济的发展，马来西亚也在不断推进智能电网建设，对能源转换技术的需求更加迫切，为高压电器提供了广阔的市场空间。其次，马来西亚作为东南亚的重要制造业和工业基地之一，涉及到的电力负载出现了不断增长的趋势，对能源转换技术的需求也相应增加。

05.汽车、两轮车、汽摩配件及新能源市场市场分析

马来西亚汽车工业正逐步崭露头角，不仅位列全球汽车制造业20强，更是东南亚地区唯一拥有自主乘用车品牌的国家，同时也是东盟最大的乘用车市场和制造中心，这一独特地位让马来西亚成为国际汽车巨头进军东盟市场的战略要地。



政策优势显著

马来西亚政府通过一系列优惠政策推动汽车工业发展，特别是在电动汽车领域。至2025年，电动汽车的整车和零部件进口将享受零关税待遇，这一政策将极大地促进电动汽车市场的快速发展。

市场增长强劲

马来西亚的汽车和摩托车市场近年来呈现出强劲的增长势头。2023年，马来西亚汽车销量达到799,731辆，同比增长11%，其中乘用车和商用车销量均有所增长。摩托车市场也保持稳定增长，进一步巩固了马来西亚作为东南亚地区重要汽车和摩托车市场的地位。

产业链完整且质量卓越

马来西亚的汽车零部件制造领域已经形成了完整的产业链，拥有超过600家汽车零配件制造企业，能够生产约4000种不同类型的汽车零部件。其中，超过半数的汽车零部件生产企业已达到国际生产标准（如ISO 9000、EMS 14000和TS 16949），充分展示了马来西亚汽车零部件制造业的强劲实力和高质量标准。

地理位置优越

马来西亚紧邻马六甲海峡，这一得天独厚的地理位置为海上航运提供了极大的便利，使得马来西亚成为连接东南亚和世界各地的重要交通枢纽。

绿色能源与可持续发展

在全球绿色能源和低碳排放的潮流下，马来西亚政府积极响应，致力于实现能源部门的低碳化。到2030年，马来西亚计划将能源部门的碳排放系数降低45%，并在2035年实现60%的减排目标。为实现这一目标，马来西亚政府决定不再新建煤电项目，并计划于2033年停用总装机容量为7GW的燃煤电站。

中国汽配产品的竞争优势

在马来西亚汽配市场，中国汽配产品凭借其价格竞争力、丰富的产品种类、不断提升的质量和性能以及灵活的生产能力等优势脱颖而出。中国汽配产品不仅价格较低，能够满足价格敏感的马来西亚市场需求，而且种类繁多，能够满足不同消费者的需求。同时，随着中国汽配行业的不断发展和技术进步，中国汽配产品的质量和性能也在持续提升，赢得了马来西亚消费者的信任。此外，中国汽配生产企业还具有灵活的生产能力，能够根据客户需求定制生产产品，更好地满足马来西亚市场的特殊需求。

06. 建筑材料、五金、家居家具市场市场分析

- 东盟国家作为新兴的发展中经济体，正处在基础设施建设与经济发展的黄金时期，对建材、基建产品、五金等需求激增，随着中国-东盟自由贸易区的全面开启，这个拥有5.6亿人口的广阔市场释放出巨大的潜力，双方贸易已步入“零关税”新时代。截至2023年，中国与东盟贸易额在20年间增长16.8倍，累计双向投资总额超过3800亿美元。呈现强劲增长势头。
- 在建材领域，东盟国家普遍依赖进口来满足日益增长的需求，年进口额已突破100亿美元。中国建材产品凭借其在价格、质量和多样性上的优势，逐步成为东盟市场的首选。中国建材的出口量持续增长，进一步巩固了在该领域的国际地位。



- 当前，建材行业已成为中国拓展东盟市场的重点领域之一。越来越多的中国企业家瞄准这一机遇，将业务扩展到东盟国家。马来西亚，作为与中国贸易往来频繁的东盟国家之一，其稳定的政治环境、坚实的经济基础和与中国良好的外交关系，为中国企业提供了优质的营商环境。马来西亚的地理位置也使其成为连接中国与东盟其他国家的桥梁。

07. 家用电器电子消费品及数码科技与人工智能市场分析

- 马来西亚作为东南亚数码电器市场的领跑者，其数码电器及周边产品的需求量居高不下，占据了整个区域数字消费者市场的显著份额，高达88%。这一繁荣的市场背后，是马来西亚优越的电商营商环境的有力支撑。随着东南亚地区数码消费者的快速增长，预计在未来几年内，该地区的数码消费者人口将显著增长，到2026年预计将增长至3亿8000万，年增长率高达36%。
- 与此同时，马来西亚及整个东南亚地区的家用电器市场也展现出强劲的增长势头。预计到2024年，该市场收入将达到39亿美元，并以稳定的复合年增长率持续增长。大型家电产品持续占据市场的主导地位，同时，随着消费者对环保和节能的日益关注，节能家电产品的需求也在不断增加。
- 此外，随着城市家庭富裕程度的提高，消费者对设计精巧、创新和美观的家电产品的需求也在快速增长。例如，胶囊咖啡机、葡萄酒醒酒器等高端家电产品逐渐受到消费者的青睐。这一趋势表明，未来马来西亚及东南亚地区的家电市场将更加注重产品的创新、设计和用户体验。



关于中马合作

（一）双边贸易

1、马来西亚作为东盟首个与中国建交的国家，随着“一带一路”和RCEP协定的签署，中马双边贸易合作得到持续推动。两国在资源构成、产业结构和贸易商品等方面各具特色，互补性强；

2、近年来，中马经贸关系保持良好发展势头，双边贸易、投资始终保持高位运行，据中国海关统计，2023年中马双边贸易总额为1902亿4000万美元，以人民币计价为一万3383亿4000万元人民币，与去年贸易额基本持平，中国连续第15年保持马最大贸易伙伴地位。

（二）入境免签

去年12月1日，中马两国开始实施对彼此公民的免签入境政策，两国人员经商、旅游观光、探亲访友和过境往来更加便捷！

东盟采购辐射与RCEP优势

1、RCEP即《区域全面经济伙伴关系协定》，是全球人口最多、成员结构最多元、经贸规模最大、最具发展潜力的自贸协定。RCEP生效实施近一年半来，成员间货物贸易成本明显降低。根据协定，区域内90%以上的货物贸易将最终实现零关税。对东盟国家农产品商户而言，RCEP生效的重大利好在于关税降低带来进口成本下降和出口机遇增多。对于中国消费者而言，跨境贸易的便利化意味着更多元的选择和更便捷的消费；

2、“RCEP让各国贸易往来更加紧密的同时，也有利于构建区域内更加完善、优势互补、分工明确的产业链、供应链和价值链体系。“原产地累积规则”：除部分特定产品外，大部分产品只要在加工过程中实现的增值部分属于15个成员国，且累计增值超过40%即可享受相应关税优惠。关税减免、原产地累积规则、贸易便利化等制度红利，为RCEP各成员国带来实实在在的增长和收益。海关总署最新数据显示，2023年，我国与东盟贸易继续保持增长，规模达6.41万亿元，东盟连续4年保持我国第一大贸易伙伴地位，我国也连续多年为东盟第一大贸易伙伴。截至2023年，中国与东盟贸易额在20年间增长16.8倍，累计双向投资总额超过3800亿美元；

3、商务部国际经贸关系司司长余本林：RCEP的达成，成员国之间有了新的自贸关系，也有新的降税承诺，东盟显著扩大了对中国零关税产品的范围，印尼、菲律宾、柬埔寨、缅甸、马来西亚等国家均对我们新增了降税产品，主要包括汽车及零部件、摩托车、化工、机电、钢铁制品等，企业将从新增的降税中获得收益；

4、RCEP是全球贸易中经济体量最大的自由贸易协定，中国要构建高标准的自贸区网络，RCEP非常重要的平台。





人民网北京3月29日电 (王婧)3月27日，2024年马来西亚-中国峰会商业对接交流会在北京成功举行。马来西亚驻华大使诺曼在致辞中表示，今年是中马建交50周年，回望过去，中马两国携手同行，外交、经济、人文等领域合作持续深化，取得丰硕成果。

◆ 亚航与马中峰会合作推出独家旅游套餐及本地交通

亚洲航空被宣布为2024年马来西亚-中国峰会(MCS 2024)的官方航空合作伙伴，以确保来自中国和东盟地区的代表和参与者能够更加方便地出行和连通。



◆ 邢伟平总领事出席2024马中峰会沙捞越交流活动



为庆祝中马建交50周年，5月23日，2024马中峰会沙捞越交流活动在古晋举行。邢伟平总领事、沙捞越副总理兼国际贸易、工业和投资部长阿旺登雅、马来西亚贸易发展局董事密旦阿都拉及当地经贸届人士200多人出席。

已在马来西亚运营的中国企业 (部分展示)

