

# “云上”齐聚广交会

10月15日,第132届中国进出口商品交易会(广交会)线上开幕,主题为“联通国内国际双循环”。参展企业超3.5万家,比上届增加近万家;上传展品超过306万件,创历史新高。其中,品牌企业2094家,拥有国家级高新技术企业、中华老字号等称号的企业超过3700家;进口展参展企业400多家,来自30多个国家和地区。

## “云参展”便利高效

此次广交会还将针对全球重点市场如美国、德国、日本、澳大利亚等,举办70多场全球贸易推广系列活动,其中“一对一”精准对接活动40余场。同时,会期内还会举办10场会议论坛,围绕国际经贸、数字赋能、风险防控、贸易服务、绿色发展及研发创新共6大专题。

广交会开幕仪式上,商务部部长王文涛、广东省省长王伟中先后视频致辞。王文涛表示,商务部将进一步狠抓政策落实,保障外贸领域生产稳定、物流通畅,大力发展跨境电商、海外仓等新业态新模式,发挥广交会等重要展会的平台作用。

据悉,广交会一开幕,许多参展商就守在直播间,时刻关注采购商发送的即时讯息。他们纷纷表示,从线下到线上无论形式如何变化,广交会参展商和采购商仍是数量多、质量高。“希望借助这个平台,结识更多客户,收获更多订单。”

直播探厂、爆品热卖、商品测评、潮流趋势……点开广交会线上平台的“展商连

线展示大厅”,数千个直播间热闹开播,琳琅满目的商品吸引了不少采购商线上咨询。企业从在线接待、产品上架、直播、邀请函预热营销等多维度出发,在这个重要的国际贸易平台上寻找新商机。

本届广交会继续免收企业线上参展费用,且线上展将新增多项“云展厅”功能,方便参展企业高效精准管理展品,加强参展指引,丰富客户服务内容,提供人工智能在线、人工语音应答、社交媒体等多渠道服务,帮助采购商、参展企业更好地使用线上平台服务。

“广交会办了130多届,线下办展的时候,专业采购商人数是20万左右。经过这几届的培育,上一届广交会线上展专业采购商超过了50万。”中国商务部国际贸易谈判代表兼副部长王受文说,将继续加大力度,邀请跨国公司头部企业、零售连锁跨境电商、在华外国商会等专业买手参会,同时还要举办“贸易之桥”定制化采购说明会推介相关活动。

## “中国制造”显魅力



东莞欧菲雅皮件有限公司是广交会的“常客”。该公司负责人表示,本届广交会上,公司在线上平台展示电脑包、背包、手袋三个系列产品共约60款,其中超过40%是新款产品。

据统计,本届广交会上,上海交易团有748家企业参展。其中有15家上海企业申报了45件亮点展品,这些展品具有新功能、新工艺、新材料、新技术等特点。

上海老字号——中国第一铅笔有限公司年产铅笔超过15亿支,其旗下“中华牌”“长城牌”等品牌产品畅销海内外。为应对日益激烈的市场竞争,2019年开始,该公司在原有产品的基础上开发了一系列创新及衍生类产品,不断丰富产品种类和功能。本届广交会上,该公司展出了最新研发的手绘马克笔。

近年来,越来越多的国内外消费者更加注重新产品安全问题。对此,珠江桥生物科技股份有限公在本届广交会上主打有机酱油、低盐酱油、无麸质酱油等健康创新产品。该公司还针对特色料理和食品加工工业产品,推出了专场产品连线展示活动。

从10月15日至18日,广交会线上平台围绕电子家电、建材家装、工业制造等七大主题,开展200场新品首发首展首秀活动,帮助全球客商高效感知“中国制造”新魅力。

广东东莞有着“世界工厂”之称,当地持续推动产业转型升级,增强出口产品的竞争优势。据东莞市商务局统计,东莞共有208家企业亮相本届线上广交会,比上一届增加了20多家。与往届相比,本届东莞参展企业准备更充分,不少企业展出新品,积极拓展海内外市场。



## 互联互通拓市场

本届广交会,格兰仕集团带来全新的“宇宙厨房”科技场景及配套航天品质产品,通过空气炸微波炉、微蒸烤一体机、洗碗机等炙手可热的“宇宙厨房”系列健康家电,为全球客商与消费者展示无明火、无油烟的低碳烹饪与可持续的健康生活方式。“相信海外客户和消费者都会喜欢。”格兰仕海外市场相关负责人坦言,广交会不仅是一个获得订单的交易平台,它也打通了国内、国际两个市场,从产品创新、品牌交流、全球产业链建设等方面,为全球企业创造更多条件。

“中国汽配产业发展成熟,产品众多,享有很高的国际声誉。拉美汽配市场需求持续增长,无论是行业协会还是政府部门,都敞开怀抱、开放合作,欢

迎中国同行积极交流、共同成长。”在日前举行的“贸易之桥”——第132届广交会汽配拉美“一对一”专场对接会上,哥伦比亚汽配协会会长卡洛斯·皮内达收获不少,“希望能在本届广交会上达成更多交易,促进中拉在汽配行业乃至交通领域的合作及贸易活力。”

“我们寻找到几家意向供应商,将进一步联系洽谈合作事宜。”秘鲁电动车领域最大的生产商Sino机械技术公司商务经理克里斯利·雷辛斯说,该公司在会上与7家供应商进行了对接。

“我们邀请美国必乐透、法国欧尚、俄罗斯马格尼特、阿联酋LULU等近20家跨国头部企业和100多家专业采购商参与,采购金额预计高达数千亿美元,精准对接500多家参展商,提升对

接实效,促进贸易成交。”中国对外贸中心对外联络处处长刘铨东说。

借助“贸易之桥”活动,广交会将向全球大力推介国内产业集群。来自广东、浙江、福建、安徽等地20余家国家外贸转型升级基地将登台推介,对接国际专业市场。截至目前,本届广交会已举办汽配拉美专场、新能源产品德国专场等5场“贸易之桥”活动。

这十年,广交会在“卖全球”“买全球”的同时,不断上演创新与改变。目前,“一带一路”沿线国家采购商与会占比超45%,进口展区参展企业占比达70%。当世界经济贸易面临深刻变革时,广交会直接联通国内国际两个市场,成为促进国内国际双循环的重要平台。



今年已经是广交会连续第6次线上办展,这些年,“云上”广交会不断发挥线上优势,突破展期限制,优化升级平台功能,为中国外贸创新发展增添了源源不断的动力和底气。

作为中国外贸的“晴雨表”,广交会一直是助力企业开拓国际市场、抢抓订单的重要平台。从“面对面沟通”变为“屏对屏交流”,当“企业车间变身直播间、业务员变身主播”,“云上”广交会

## 唯创新者胜

□ 陆民敏

通过利用互联网、大数据、云计算及人工智能等信息技术,开“大门”、畅“渠道”,最大限度打破了时空界限,这不仅有利于外贸企业保订单、强信心,也能够进一步打通产销对接堵点、稳定国际市场份额,应对冲疫情带来的不利影响、激活经济发展新动力。

惟创新者进,惟创新者强,惟创新者胜。“云上”广交会是新形势下创新的结果,这些顺势而为,不仅会为全



球企业克服疫情影响、共享中国和世界经济发展机遇提供新契机,也向国际社会表明了我国扩大开放,努力维护国际产业链、供应链安全的坚定决心。

本文综合自新华网、中国新闻网、中国青年报、中国水运网等媒体报道

CWTF 中国水运报

新闻+政务

新闻+商务

新闻+服务

新闻+智库

# 一路有你

FIGHTING

BE WITH YOU

欢迎订阅2023年

《中国水运报》+ 数字报

邮发代号: 37-45

全年定价: 300元/份

(含数字报)

全国各地邮局均可订阅。

新闻热线: 027-82767410

广告热线: 027-82763414

杂志热线: 027-82767375

《中国水运》杂志

邮发代号: 38-467

全年定价: 300元/份

发行热线: 027-82767441

公告声明: 027-82830904



扫一扫关注微博



扫一扫关注微信