

向世界展示中国经济的韧性和活力

——第135届广交会观察

新华社记者

第135届中国进出口商品交易会

THE 135th SESSION OF CHINA IMPORT AND EXPORT FAIR



2024年4月15日,中外客商行走第135届广交会场馆内。

2024年4月15日,采购商在第135届广交会上观看、了解广汽新能源超跑。
新华社记者 刘大伟 摄

1 双向奔赴 一位难求

泛舟珠江,法国客商纳塔莉这次经水路奔赴广交会,行进中感受涌现的贸易商机。1995年至今,她几乎届届不落。

“我总能在这里发现新产品,采购已从日常生活品扩大到多功能智能用品。”她说,“我结识了许多合作伙伴,他们总能将灵感转化为产品,满足新需求。”

广州白天鹅宾馆总经理林镇海介绍,宾馆往返广交会场馆的45分钟定制游船备受青睐,220个座位每天满员。广交会举办期间,宾馆整体预订情况理想。

馆内馆外同样热闹,现场办证大厅、安检入口、企业展位过道、餐饮店铺区域,人群熙熙攘攘,生意红红火火;国内国外同抓机遇,截至第一期开展前,广州海关监管来自埃及、日本、美国、西班牙等国家和地区的厨房家电、五金工具等展品超70批次,价值超500万元。

目前,境外采购商线下到会已超22万人,来自215个国家和地区,到会人数比上届同期增长24.6%。

“广交会在全球展会中规模最大,现在依然‘一位难求’。能参展的可谓都是中国制造‘顶流’,采购商也最多且来源最广。”广交会副主任兼秘书长储士家说,“如期而至的广交会常办常新,此次首设跨境电商和海外仓展区,以更新面貌再次向世界展现了中国不断扩大对外开放、分享发展机遇的决心和信心。”

成立之初以出口创汇为目的的广交会,如今已成为中国参展规模最大、采购商人数最多的交易展会,被誉为中国外贸“风向标”和“晴雨表”。在这里,境外采购商和“中国第一展”双向奔赴,全球市场和“中国制造”高效对接。

“过去20多年,中国企业的研发能力、产品品质、品牌形象变化巨大。广交会也变了很多,面积越来越大,环境越来越好,展品越来越丰富。”巴西企业家若昂说。

“我们需要广交会,站的平台越高,才能走得越远。”山东大海新能源发展有限公司相关负责人说。这家公司此次展位面积比上届扩大3倍,初步意向成交额约150万美元。

展览面积155万平方米,参展企业2.9万家,采购商人数创近年新高……正在此间举行的第135届广交会再现“万商云集”场景。

透过本届广交会可以看到,面对复杂严峻的外部环境,中国企业不断转型升级,让产业链牢牢扎根,用优质产能更好满足全球消费者需求,向世界展示中国经济向“新”而行的韧性和活力。

2 “中国制造”魅力尽显

智能仿生手让残疾人“手随心动”,激光切割机器人手臂翻飞,VR娱乐设备提供云霄飞车……本届广交会新品超100万件,绿色产品超45万件,自主知识产权产品超25万件。

数量庞大的高品质产品给客商留下深刻印象。荷兰采购商托马斯表示,中国产品和品牌正在向高效

智能、安全可靠、低碳环保的方向快速发展。

数据显示,在本届广交会第一期,智慧生活、工业自动化等高技术含量企业数量比上届同期增长24.4%,新产品、新技术、新材料、新工艺、新创意加速涌现,受到全球许多客商青睐。

扬帆海外的新能源汽车、锂电池、光伏产品等外贸“新三样”,在本届广交会上广受关注。

“虽然储能市场竞争激烈,但细分市场的机会还很大。我们瞄准老市场的新需求,以更精细化的产品和服务,获得发展新突破。”深圳市英威腾光伏科技有限公司营销总监黄琪说。

立足市场前沿,新产品带来新体验,中国产业升级助力全球消费提质。

浙江春风动力股份有限公司经过多年发展,在全球已有5个设计中心、十几个生产基地。公司销售总监杨杭说,“我们为传统的摩托车增

加数字化功能,使其更加适应物联网应用,提升了产品舒适度和安全度,从而满足更多消费者的不同需求。”

本届广交会上,50%以上的参展企业应用人工智能、大数据分析等数字化技术改造生产运营。中国企业加速数字化、智能化、绿色化转型,并借此进一步推动“品牌出海”。

自动投料的智能炒菜机、吸拖一体的无线智能洗地机……曾经主要做代工的添可电器有限公司近年来全面转向做自主品牌。

“刚开始时客商一听我们不做代工,往往转身就走。”添可国际事业运营部总经理罗明波说,“随着‘中国智造’逐渐获得认可,现在客商争做我们的海外代理。”

广东华恩视听科技有限公司是广交会上的“新面孔”,这是一家由江门恩平麦克风产业转型升级基地内10家头部企业合伙成立的新公司。这10家公司做麦克风、音响、支架等不同产品各有所长,因此在产业集群基础上整合资源,抱团出海。

商务部研究院美洲与大洋洲研究所副所长周密说:“随着新质生产力的培育和发展,我国在全球的贸易和投资领域,会形成更有效、更强的国际贸易竞争力。”

3 多元合作共享机遇

本届广交会上,不少中国企业加大国际合作、改革营销渠道、升级数字化生产、转型柔性供应。企业不仅产品品质不断提升,而且获得更多市场开拓空间。

“老广交”江苏省苏豪控股集团有限公司今年的展位有了新变化,出现在跨境电商和海外仓展区,凸显了从传统外贸企业向新业态服务商的转变。“我们正在探索‘中欧班列+海外仓’‘跨境电商+产业带’等外贸新模式。”公司副总裁丁海说。

从展馆出来,广州轻工集团股份有限公司便与印尼长友集团签署了战略合作协议,提供一站式商超改造服

务。

此前,轻出公司只卖货架等相关产品。现在从国际客户需求出发,这家公司提出了包括商超平面结构设计、品类管理等在内的一站式整体解决方案。轻出公司作为老牌外贸企业,拥有建材五金、照明灯饰、家用电器等产业供应链优势,如今提供设计策划的增值服务,能更好撬动各方资源。

促进跨境支付便利化、降低贸易成本和准入门槛、吸引促进外商投资……中国政府不断释放政策红利。

广东的家电厂、浙江的服装厂、重庆的摩托车厂……墨西哥科佩尔公司亚洲区总经理帕顿和同事们的足迹踏

遍中国大江南北,公司与中国企业的合作越来越多元化。“中国企业研发水平越来越高。全球化浪潮势不可挡,各个经济体都有比较优势,只有开放合作才能共享机遇。”帕顿说。

展馆外,有的客商已约好看厂探店,有的回国继续洽谈合作,有的欢迎合作方出国考察……

各方对中国经济发展前景充满信心,愿以广交会为平台,继续扩大在华经营,分享中国的超大规模市场需求和开放发展机遇,为推进自由贸易、维护全球供应链稳定作出积极贡献。

(记者周强、丁乐、尹一如、张程喆)
新华社广州5月1日电