



“让数据多跑路,让采购商少跑腿”

广交会为展客商牵“线”拓商机

□ 本报见习记者 洪剑儒

第133届广交会为展客商提供了诸多全新体验,也留下了许多难忘瞬间。其中,线上线下联动令众多海内外采购商和参展商赞不绝口。他们纷纷表示,线上线下融合使得本届广交会更加彰显了“中国第一展”的魅力与风采。

线上展同样精彩

本届广交会不仅线下参展企业数量史无前例,线上展企业亦有近4万家,上传展品超过300万件。在许多参展商看来,线上展同样是他们展示产品的大舞台。

为了能线上吸引更多采购商的关注,福建仙芝楼医药科技有限公司精心打造了颇具创意的VR展位,观看者通过移动鼠标,就可将山清水秀的灵芝生长基地,井然有序的科研中心、窗明几净的生产车间以及该公司旗舰店的每个角落尽收眼底。

“我们希望以VR展位的形式再现灵芝生长、加工、销售的每个场景和环节,帮助无法亲自考察公司生产基地的采购商了解产品、增强信任。”该公司总经理李晓玉告诉记者,“一些境外采购商在参观我们的VR展位后非常激动,纷纷感叹我们的产品绿色天然。”

李晓玉表示,如今广交会线下全面恢复,但不少境外采购商仍有在线上平台寻找展品的习惯。“我们也会利用好广交会创造的机遇,通过线上线下联动,让产品走向更广阔的市场。”

与此同时,广交会线上平台也受到了境外采购商的高度认可。4月15日-5月4日,线上参会境外

采购商390574人,线上出口成交34.2亿美元。在日前商务部举行的例行发布会上,新闻发言人束珏婷说:“很多境外采购商表示,虽因机票、节假日等原因无法到广州现场参会,但在线上平台一样可以寻找商机、寻求合作。一些现场到会的采购商也表示,5天时间内没有逛完所有展位,有了线上平台,还可以在结束后继续比价询盘。”

广交会新闻发言人、中国对外贸易中心副主任徐兵表示,本届广交会线下展闭幕后,线上平台将继续开放,除展商连线、预约洽谈功能外,其余功能全年常态化运营。广交会将根据供需双方需求,适时组织系列贸易对接活动,帮助境内外客商足不出户下单,做生意。

小驿站成就大商机

分散在展馆各处的信息驿站是本届广交会线上线下融合的重要环节,采购商可在这里体验到广交会线上平台的多项功能,并在工作人员的协助下注册成为线上平台用户、发布采购意向等。

本届广交会举办期间,在展馆B区珠江散步道上的信息驿站前,记者看到两位境外采购商紧锁眉头,交流片刻后走进信息驿站。他们在寻找一款医疗器械展品,但偌大的展馆让他们犯了难。究竟在哪个找到这款展品?他们顺着指引来到了信息驿站寻求帮助。

在了解到相关需求后,工作人员将两人带到一台电脑前。在工作人员的协助下,两位境外采购商很快就在广交会线上平台找到了多款他们需要的医疗器械的同款展品。经过反复比较,他们最终确定了最符合需求的一款,并根据线上平台的提示得知

了这家企业展位所在的位置。

在查询完毕后,其中一位境外采购商连声对工作人员道谢:“你真是帮了我们大忙,不然我们都不知道要找到什么时候。”

俄罗斯采购商Jaylon也有过类似体验。本届广交会举办期间,他要找一款特殊工艺的铁门展品,但多方打听均告无果。抱着试试看的心态,他来到位于B区珠江散步道的信息驿站寻求帮助。在工作人员的协助下,Jaylon将描述清晰,配上产品图片的采购意向发布到供需大厅,很快就有参展商看到,迅速响应并报价。Jaylon当即激动地表示:“这个功能真的太棒了!以后在现场找产品再也不用跑断腿了,我一定要向朋友们推荐这个服务。”

据统计,4月15日-5月3日信息驿站累计服务采购商1.8万余人次,共协助采购商发布采购需求数百条。在信息驿站的协助下,许多采购商选择在广交会线上平台发布采购需求,以寻找更优质、更适合自己的产品。在帮助采购商节省时间和精力、提高采购效率和成功率的同时,信息驿站也为参展商提供了更多商机与合作机遇。

绿色广交会, 低碳风徐徐

□ 本报见习记者 洪剑儒

回顾第133届广交会,“绿色”无疑给众多展商留下了深刻印象。无论是绿色低碳的展品、循环使用的展位,还是节能高效的场馆设施,绿色理念都贯穿本届广交会各个环节。“绿色的风”吹到了广交会展馆的每一个角落,拂进了每位参展商的心中,也擦亮了“中国第一展”的“绿色办展”底色。

“广交样本”贡献绿色智慧

“绿色布展”是广交会多年来一直践行的理念,其生动实践为中国会展业绿色低碳发展贡献了“广交样本”。在本届广交会上,“绿色布展”理念贯穿始终——引导企业使用专业型材,强化展位审图核查,做好撤展固体废物管控,巩固绿色发展成果……据了解,广交会承办机构中国对外贸易中心陆续编制完成《绿色展台评价指南》《展览场馆安全管理基本要求》《绿色展览运营指南》三项国家标准,并已全部发布实施。广交会严格执行绿色展位搭建标准,持续实施常态化绿色布展,展馆各项指标都符合绿色低碳要求,得到了成千上万展商的好评。

此外,本届广交会继续开展绿色展位奖评选,树立低碳布展优秀典范,受到了参展企业的高度评价。广东宏陶陶瓷有限公司是本届广交会绿色展位

“线上线下联动有两大好处:一方面,借助线上平台的直播推广,可以让广交会采购商关注到展特,吸引他们来到展特的展位。另一方面,跨境直播还可以让海外客户远程了解展特的产品,展现公司的实力。”该公司木塑业务运营负责人周志恒说。

据了解,广交会展馆为展客商提供免费、安全、不限时的Wi-Fi服务,总出口带宽高达7G,单用户网速达10M,开展4天Wi-Fi使用人数近5万,累计上网频次达21.4万人次,最高峰时满足了1.2万人同时上网。

抓住“关键小事” 办好“服务大事”

以贴心服务畅通贸易之桥

□ 本报记者 顾鸿儒 白舒婕

日前,在全球期待的目光中,第133届广交会圆满收官:展览面积、参展企业和采购商数量均创历史新高;现场出口成交216.9亿美元,成果丰硕。

这场经贸盛会收获丰硕成果,离不开方方面面的服务保障。回顾本届广交会,热情洋溢的工作人员、应有所有的便利设施,都为展客商带来了优质的体验。

线下服务:咨询点里故事多

在偌大的展馆里,找展位、找餐饮、找车位、找服务“迷路”在所难免。当展客商不了解展馆布局和各区位置时,咨询点工作人员便成为解决问题的主力军。

“请问D区展馆怎么走?”一位来自伊朗的友人前来咨询,咨询点工作人员张岑林一边递上广交会导向手册,一边用流利的英语为其讲解使用方法,快速地帮助她在手册上找到并标注了目的地。

“我的护照丢了,我去哪里能得到帮助?”一位50多岁的泰国友人十分着急地奔向咨询点,张岑林急忙带他去展馆警务室进行备案。幸运的是,这位泰国采购商的包恰巧被人拾到,并及时交给展馆警察。在确认信息无误后,该采购商领回了包,并且由衷感谢道:“中国人拾金不昧,感谢你们的服务!”

这样的服务故事每天都在广交会展馆上演。本届广交会举办期间,60多名工作人员齐心协力,让咨询点成为展会一道独特的风景线。据了解,本届广交会展馆共设置8处咨询点,每个咨询点平均有10名工作人员轮流值班,从上午9时至下午6时不间断地为前来咨询的展客商提供服务保障。

“最高峰时,咨询点‘一对一’服务数量一天超过3000次。”咨询处负责人张惠向记者表示,“导向手册很快就被采购商们领取一空,在加印期间,为

了保障服务,我们在每个咨询点放置了二维码,扫描即可获得电子版导向手册。”张惠表示,咨询处人流量大,外籍人士居多,对工作人员的语言能力有一定要求。“熟练使用英语是最基本的技能,其他小语种更受欢迎。此外,普通话、粤语也要讲得好。”

在广交会展馆里,8处咨询点的工作人员分别扮演着“广交百事通”的角色。“对咨询点的工作人员,我们最基本的要求是:必须熟悉最近的医疗点位置,以备不时之需;其次,要熟悉洗手间的位置,还要对其他咨询点附近环境了然于胸。”张惠说。

线上服务:云端洽谈便利多

本届广交会,在广东顺德和宇电子科技有限公司展位前,记者亲自见证了一场争分夺秒的合作洽谈。工作人员张叶需要在指定时间内为欧美客户发送回复,这封紧急邮件关系着一项商业合作能否达成。

张叶在展位上打开电脑,使用指定账号连接“Cantonfair”信号后,按指引快速完成了网络登录。

“展馆Wi-Fi连接非常便利,尤其是‘无感知认证’,很多同事在完成一次Wi-Fi登录后,后续使用或跨区域使用时系统可自动实现认

证,无须再次输入账号和密码。”张叶表示,疫情仍未彻底结束,一些老客户无法亲临现场,线上的及时交流非常重要。

临沂市晨特国际贸易有限公司计划在阿里国际站等线上平台完成“直播逛展”,通过直播介绍产品和活动以及通过直播“逛”晨特的展位,会展Wi-Fi为其提供了可靠的基础保障。

“线上线下联动有两大好处:一方面,借助线上平台的直播推广,可以让广交会采购商关注到展特,吸引他们来到展特的展位。另一方面,跨境直播还可以让海外客户远程了解展特的产品,展现公司的实力。”该公司木塑业务运营负责人周志恒说。

据了解,广交会展馆为展客商提供免费、安全、不限时的Wi-Fi服务,总出口带宽高达7G,单用户网速达10M,开展4天Wi-Fi使用人数近5万,累计上网频次达21.4万人次,最高峰时满足了1.2万人同时上网。

稳规模优结构, 外贸企业显身手

(上接1版)

值得一提的是,跨境电商作为连接全球市场的数字贸易新通道,已成为稳外贸的重要抓手。许多外贸企业正通过跨境电商等渠道升级,以新模式、新服务拿订单、拓市场。

作为一家主营工业激光切割设备的高新技术企业,聊城市福斯特激光科技有限公司已是阿里国际站跨境直播的常客。“我们在‘三月新贸节’期间天天做直播,4月份也是直播不断。”该公司总经理许占刚告诉国际商报记者,开展跨境直播,让公司面对的海外客户从线下的1个变成了线上的成百上千个。直播中,福斯特的外贸团队会用英文向海外客户介绍产品,或者邀请合作伙伴在“云端”参观公司1万平方米的两个工厂。“简而言

之,就是把平时的邮件、社交软件聊天,换成更为真实、具象的视频语言,不仅拉近了彼此的距离,也增强了信任”。

许占刚介绍,去年12月底福斯特在阿里国际站上接到了一个联合国设备采购供应商的订单,金额虽然不大,但是这份信任让团队上下激动不已,这个订单目前正在运送途中。“B端客户需要一个长期的培养过程,所以跨境B端直播也急不得,必须持之以恒做好。”

《意见》亦提出,要加快对外贸易创新发展,保持外贸产业链供应链稳定,其中对推进贸易数字化、推动跨境电商健康持续创新发展两条措施着墨颇多。这些政策红利的释放,将为中国外贸稳规模结构优化注入新的动力。

提品质、强供给、重内涵

(上接1版)

“现在很多景点都可以一边玩耍,一边了解重庆的历史文化,我对这个城市的认识变得越来越立体。”游客贾孙萍告诉记者。

《重庆市文化和旅游发展“十四五”规划(2021—2025年)》明确,建立和完善文旅融合IP协同创新机制。制定和出台针对原创知识产权的扶持

政策,进一步做实文创联盟,推进文化赋能旅游,充分挖掘各类文物、文学艺术、非物质文化遗产等人文资源。到2025年,文旅融合发展进入新境界。

让“网红”城市优秀文化走出国门,区域协同合作正在发力。秦定波表示,依托实施中新互联互通项目等合作,重庆将进一步加强与“一带一路”沿线国家和地区的文化交流、旅游推广。

企业身在乡村 亦可奔向四海

(上接1版)

新疆中科已将目光投向了海外市场。“沙棘产品在海外市场的发展前景非常可观,特别是在日本和韩国,当地消费者对健康保健类产品尤为青睐。此外,马来西亚、俄罗斯等国的消费者也对沙棘产品很感兴趣。”胡月如是说。

秉承这一思路,虽是首次参展广交会,新疆中科的目标却十分清晰。胡月表示,希望通过本届广交会公司能进一步拓展海外市场,多接触海外客户,从而把阿合奇县的沙棘产品推介到全世界。

“感谢广交会为我们参加乡村振兴特色产品展区的企业提供种种优惠政策,接下来我们会努力加油,让来自祖国边陲地区的特色产品也能在世界舞台上大放异彩。”胡月信心满满地说。