



## 第134届广交会线下展圆满收官

# 中国外贸强大韧性澎湃活力再彰显

□ 本报记者 孟妮

2.8万家参展商、19万多名境外采购商线上线下参展;现场出口成交金额223亿美元,比上届增长2.8%……11月4日,第134届广交会线下展在广州圆满落幕,交出一份亮眼的成绩单。在当前全球贸易持续疲软、外贸承压前行的大背景下,广交会这一规模更大、质量更优、创新更强、成效更好的“中国第一展”的成功举办,彰显了中国外贸的强大韧性、不竭动力和蓬勃活力。

### 创新产品层出不穷 中国外贸实力凸显

“本届广交会展区结构优化成效显著,创新展品大量涌现。”据广交会新闻发言人、中国对外贸易中心副主任徐兵介绍,参展企业在线上平台累计上传展品超275万件,其中,新产品超70万件,智能产品约11万件,绿色低碳产品超43万件,自主知识产权产品约23万件;共举办新品首发首展首秀活动401场;举办2023年广交会设计创新奖(CF奖)颁奖仪式,为118家单位的141件创新精品颁奖。新产品、新技术、新材料、新工艺、新服务层出不穷,高端智能、绿色低碳产品成为主流,创新创意产品深受青睐。“从小而美的消费新品到高精尖的前沿科技,从单纯代工到自有品牌出海,从销售产品到提供解决方案,从传

统行业到新兴领域,中国企业不断向产业链中高端攀升,彰显了中国外贸强大的发展韧性和创新活力。”徐兵说。因此,本届广交会“热气腾腾”,再创佳绩:线下出口成交223亿美元,比第133届增长2.8%,呈恢复性增长态势。其中,品牌企业出口成交63.5亿美元,比上届增长7.8%,占出口成交总额的28.5%;与“一带一路”共建国家成交122.7亿美元,比上届增长2%。境外采购商纷纷表示,广交会是一个“宝藏平台”,在广交会上可以实现一站式采购,中国制造受到全球市场广泛欢迎。参展企业也一致表示,境外采购商量质提升、下单积极,进一步增强了企业对明年外贸出口的信心。除现场签单外,采购商看工厂、

看车间、看产能等后续预约不断,未来有望达成更多合作。

### 境外采购商“回归” 供采两旺好戏连台

“更加开放、充满活力的广交会吸引了全球采购商纷至沓来。”据徐兵介绍,截至11月3日,共有来自229个国家和地区的境外采购商线上线下参会。其中,线下参会的境外采购商197869人,比上届增长53.4%,比疫情之前的第126届增长6.4%。“一带一路”共建国家采购商126343人,占63.9%,比第133届增长68.6%。共有117家工商机构组团参会,包括马来西亚中国总商会、匈牙利企业家与雇主协会、秘鲁中国商会、巴西中国商会等。165家跨国头部企业组织买手参会,包括美国沃尔玛、英国特易购、德国Aldi、日本永旺等。

除线下平台外,本届广交会线上平台累计访客789万人,其中境外访客660万人,占84%。参展企业店铺累计访问量438.6万次,累计连线展示

3362场次,共约3万人次观看。

进口展作为广交会的重要部分,共吸引来自43个国家和地区的650家企业参展,其中“一带一路”共建国家参展企业占60%。众多行业标杆和国际知名品牌企业展示智能制造、品质家居、休闲生活类产品,收获颇丰。他们表示,广交会进口展为他们搭建了进军中国市场的快速通道,让他们共享广交会的“超级流量”,同时也结识了大量来自世界各地的客户,为拓展全球市场带来了新机遇。

此外,为促进贸易对接,本届广交会共举办了61场“贸易之桥”系列贸易促进活动,举办论坛活动21场,为贸易高质量发展贡献智慧。

虽然第134届广交会画上了圆满的句号,但贸易合作的故事仍将继续。徐兵表示,本届广交会闭幕后线上平台继续开放,开展商连线、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,继续组织系列贸易对接和行业主题活动。第135届广交会将于2024年4月15日至5月5日举办。

## “中国第一展”再续贸易合作佳话

□ 本报记者 白舒婕 孟妮  
见习记者 许涵琳

第134届广交会开始于人声鼎沸间,结束于意犹未尽中。2.8万多家参展企业来自五湖四海,新品首发首展首秀精彩不断;截至11月3日,本届广交会累计有来自216个国家和地区的境外采购商超19万人到会,比上届同期增长超过50%……在当前全球贸易持续疲软、外贸承压前行的背景下,规模更大、质量更优、创新更强、成效更好的“中国第一展”无疑是一剂“强心针”——

一场场交易洽谈热烈展开,一个个订单签约接连达成,一个个展位前人潮涌动,本届广交会上热气腾腾的贸易合作景象,生动诠释着中国与世界经济交融互动的强劲脉搏,再次印证了中国外贸的超强韧性与无限活力。

### 展商满载而归 彰显外贸韧性活力

广交会是观察外贸发展新趋势的最好窗口。超19万境外采购商到会,让本届广交会重现“人财两旺”的盛况。

11月3日,本届广交会闭幕前一天,记者在展馆内看到,各个展馆内依旧人头攒动,现场交流对接气氛热烈,参展企业正抓紧时间接洽商谈,成就贸易合作。境外采购商依然热情高涨,希望抓住最后两天的机会,再多去转转看看。

“本届广交会人气超旺,超出我们的预期!我们展位里十几张洽谈桌几乎没有空席的时候,每天都有至少300位采购商来洽谈,有的甚至要在展馆通道排队等位。”江苏兴达文具集团董事长宋仕良的言语中满是欣喜之情,“本届广交会,我们预计将收获超过200万美金的订单。”

缘何出现如此火爆的场面?这与该公司产品种类齐新品多,采购商可一站式采购密不可分。该公司副

总经理、销售总监蒋娜洁介绍道:“我们的客户主要来自欧美、中东、

南美等地,老客户对我们的产品非常信任,在展位看到新品几乎都会下单。还有许多新客户慕名而来,也成交了不少订单。”

“第三期开展4天,我们接到了来自欧美客户的100多万美金的订单,还有很多新客户的意向订单将进一步跟进。广交会让我们结识了更多新的、潜在的客户。”11月3日下午,星辉互动娱乐股份有限公司国际业务部副总监林美儿向记者谈及现场成交情况。

主打童车玩具及车辆模型等产品的星辉娱乐在本届广交会上亮出了授权车模积木、授权遥控车模等最新的产品。“当客户看到我们产品的设计和品质时,无不眼前一亮。我们的玩具品牌‘RASTAR’目前已在110多个国家和地区注册了商标,拥有自主知识产权,并获得35个世界知名车企的授权。”林美儿说,“随着市场需求不断升级,市场对产品质量和精细化程度的追求也在不断提高,中国玩具企业拥有持续的跨界创新能力、稳定的供应链优势,这是全

球采购商最看重的。”

“老广交”满载而归,“新朋友”亦收获颇丰。“第133届第一次参加广交会时,我们结识了一位澳大利亚客户,如今他已成为公司的回头客,这给了我们拓展国际市场的信心。”采访中,四川俊业农业科技有限公司董事长周俊英的脸上一直洋溢着笑容,“本届广交会境外采购商明显增加,开展以来每天都有不少采购商前来与我们交流。目前我们已收到来自韩国、美国采购商约80万美金的意向订单,与越南、印度尼西亚以及拉美的客户也在进一步洽谈合作。借助广交会,我们将把‘昭化造’的优质特色产品推向更加广阔的国际市场。”

采购商的超高人气、洽谈合作的火爆场面,是广交会的魅力和中国外贸活力的生动写照。

### 结识更多新朋友 挖潜多元大市场

通过广交会这扇窗,供采双方感受到中国外贸的“新变”。其中既有中国制造创新升级之变,也有境外采购商客源之变,折射出中国外贸市场日益多元化的特征。

“本届广交会人气旺主要体现在两个维度:一是相比往届,境外采购商更多了,特别是欧美采购商增多,比比皆是;二是新面孔更多了,第三期开展以来我们大约接待了400位新客户,真是令人惊喜!”作为“老广交”,南通铁人经贸有限公司副总经理黄瑞为之一惊,“来自俄罗斯、中东、拉美等‘一带一路’共建国家的采购商明显增多。本届广交会,我们与采购商达成的意向订单金额有望达到700万~800万美元。”

2008年第一次参加广交会后,来自俄罗斯Project 111 Limited公司的马克西姆·马卡洛夫就将广交会视为每年必去的展会之一。在他

看来,很多行业展会普遍专注于某一领域,而广交会的展馆之大、覆盖产品品类之全绝无仅有。“因此,广交会全面恢复线下展后,我第一时间就安排好行程,在本届广交会上更是收获满满。”

本届广交会第三期开展第一天,第一次参加广交会的伊朗采购商巴赫拉姆就看中了湖北洋田塑料制品有限公司展出的一款童车,当场签下8万美金的订单,并现场支付了1万美金的订金。巴赫拉姆边翻开手机的支付页面给记者看边笑道:“在广交会上寻宝就像进入了百宝箱,我可以在这里淘到市面上很难看到的宝贝,开阔了眼界,收获也不小,期待以后每一届都能来!”

记者在采访中发现,许多参展企业早已“嗅”到外贸出口市场结构的变化,而广交会已成为企业巩固老客户、结识新客户的重要平台。

洋田公司外贸总经理赵琼告诉记者:“这几天我们接待了600多位境外采购商,客户比2019年参展时增加了80%,‘一带一路’共建国家的采购商占比很大。”为此,公司细分市场和产品,根据市场需求设计研发车型款式,以此来聚焦市场、聚焦价格、聚焦产品。

“共建‘一带一路’倡议为企业提供了前所未有的机遇,我们必须积极主动出击,在严峻的外贸形势下寻觅更多商机。”赵琼说,公司通过广交会获得了更多客户和订单,对第四季度以及明年的订单量保持乐观。

乘兴而来,满意而归。无论风云如何变幻,境内外展商总能在广交会上找到彼此。搭建合作交流平台,推动全球贸易发展,广交会与中国外贸相得益彰。正如商务部新闻发言人束珏婷所说:随着积极因素的不断积蓄,中国外贸有信心第四季度继续巩固良好运行态势,有信心实现全年外贸促稳提质目标。

## 《2023中国进口发展报告》发布 中国连续14年稳居 全球第二大进口国地位

本报讯 记者魏桥报道 目前中国已经连续14年稳居全球第二大进口国地位。由北京师范大学经济与工商管理学院、中国教育与社会发展研究院于11月3日联合发布的《2023中国进口发展报告》如是阐述。

“通过国际比较发现,中国进口人均规模较低,进口依存度偏小,消费品进口占比偏低,中国进口具有较大的提升空间。”《报告》主编、北京师范大学经济与工商管理学院教授、国家进口研究中心主任魏浩介绍说,《报告》指出,调整进口商品结构、积极扩大消费品进口,提高消费品进口占比是未来政策调整的方向之一。面对当前复杂的国际经济政治环境,如何做好进口贸易工作、保障国内经济高质量发展、处理好国际政治与经济关系,是中国政府今后长期需要高度重视的工作。

《中国进口发展报告》是全国在进口贸易方面发布的首部综合性报告,致力于服务积极扩大进口这一国家重大战略。自2018年中国举办首届进博会以来,《报告》已经连续发布6年。发布会上,与会专家积极建言献策,为《报告》的后续发布提供了建设性意见。

“未来,要进一步研究进口与国民经济的关系问题。”中国社会科学院经济研究所原所长、研究员裴长洪强调,积极扩大进口不仅有助于促进国内技术进步、带动国内消费升级、加快建设全国统一大市场,而且有助于让世界共享中国发展红利,对中国和世界经济都发挥着至关重要的作用。

中国国际经济交流中心科研信息部副部长、教授王晓红建议,未来在研究中可以关注技术、能源资源产品、农产品、数字服务等进口问题;同时,在分析进口关税问题时,可以将中国当期的进口关税与CPTPP进行比较,从而为中国加入和对标CPTPP等协议提出可行建议。

商务部研究院副院长、研究员崔卫杰认为,未来可重点关注进口实践问题,例如自贸区、自贸试验区以及具体的中高端消费品进口问题,关于进口贸易规模、进口产品结构的政策调整空间和调整方向,以及数字贸易和数字服务贸易等问题。

“既需要注重进口和出口的平衡,也要兼顾国内循环和国际循环的平衡,还要重视不同种类产品生产和供给的平衡。”在对外经济贸易大学国际经济贸易学院院长、教授唐宜红看来,如何利用进口手段优化国内供给结构、提升国内经济运行效率值得进一步研究。

中国人民大学经济学院教授王孝松表示,中间品、资本品在双循环、供应链稳定等方面发挥着重要作用,因此,不仅要强调消费品的进口,也要关注中间品、资本品的进口情况。

## 同舟共济谋发展 合作共赢惠世界

(上接1版)

通用电气全球副总裁、通用电气中国总裁向伟明尤其注意到,习近平主席在致信中提到的“开放”和“共享”两个词,不仅是通用电气在中国发展的切实感受,也让通用电气收获颇丰。“‘开放’意味着越来越好的营商环境,‘共享’意味着中国庞大的市场机遇。这给包括通用电气在内的跨国企业带来了充分的信心和切实的收获。受益于中国开放的商业环境和各级政府、机构的支持,通用电气在中国的拆分公司进展顺利。”

### 深耕中国前景无限

在致信中,习近平主席也对进博会提出了更高的期望:希望进博会加快提升构建新发展格局的窗口功能,以中国新发展为世界提供新机遇;充分发挥推动高水平开放的平台作用,让中国大市场成为世界共享的大市场;更好提供全球共享的国际公共产品服务,助力推动构建开放型世界经济,让合作共赢惠及世界。

“今年是瓦里安进入中国40周年,也是我们连续第六次参加进博会。进博会越做越大、越做越全面,已经成为全球高科技创新集体亮相的一大集结地,也是世界医疗行业最前沿技术最快速进入中国市场的通道。在历届进博会上,瓦里安展示的新产品新技术均落地中国研发生产,我们不仅实现了‘展品变商品,展商变投资商’的转变,也在进博会上完成了‘生产商变生态建设者’的转型亮相。”瓦里安医疗全球资深副总裁兼大中华区总裁张晓表示,未来,瓦里安将继续以中国大市场的强力发展态势投资中国市场,借助进博会的平台带动效应,携手更多合作伙伴加速瓦里安安全全球领先技术在中国落地,也让中国“智”造惠及全球人民。

深耕中国50年,汉高集团对长期以来中国持续扩大开放、构建更好营商环境的决心与行动深受鼓舞,这也让其进一步坚定了继续扎根中国、深耕中国市场的决心。汉高集团副总裁、汉高中华区总裁荣杰说:“进博会彰显了中国对世界开放、促进包容合作的态度,吸引了中国和世界的知名品牌和前沿技术。我们期待通过进博会这个重要窗口进一步加强与本地及全球企业的合作与交流,与中国这一繁荣市场共同发展。”

作为连续六年参展进博会的“全勤生”,进博会已经成为高通公司展示最新技术以及与中国生态伙伴合作的“样板间”。高通公司中国区董事长孟维表示:“我们切实感受到这一平台带来的积极影响,在各方面收获颇多。随着5G和AI深入到社会生活的方方面面,我们看到了更多合作发展的机遇,也将进一步加强与中国产业的合作,进一步体现进博会的‘溢出效应’,与中国伙伴携手合作,在全球市场实现合作共赢。”

“进博会源于中国,惠及世界。连续六年举办,朋友圈持续扩容,溢出效应不断显现,进博会持续向全世界展示着以中国式现代化为世界提供新机遇的智慧与承诺。今年恰逢共建‘一带一路’倡议提出十周年,进博会以更高效率的资源配置,与各方共同谱写互联互通的合作故事。”作为进博会的“铁粉”,安永大中华区业务主管合伙人毕舜杰期待安永再乘进博东风,在本届进博会上展现前沿的创新、数字化转型等解决方案,携手合作伙伴,以开放之姿汇创新之势,聚数智之核放智慧之光。