

科技企业参展商——

“高科技新产品成功吸引不少海外客商的注意力”

“做生意，有一句话叫‘一次见面胜过千封邮件’。其实对于我们设备生产企业来说，还有另外一句话，‘上手一练胜过百张图片’。”中崎商业机器股份有限公司副总经理石再庆，与同事打完协调参观工厂时间的电话后，一边在手机备忘录里做好记录，一边对记者说，“这次参加广交会最大的收获之一，就是能与客户现场交流产品的使用体验，甚至邀请客户到工厂里参观实操。”

中崎股份是一家提供智能终端等产品设计、研发、生产、销售和专业化技术服务的国家级专精特新“小巨人”企业。作为分管研发的副总经理，石再庆最在意的就是如何让让设计研发更贴近客户需求：“只有当客户拿到样品那一刻，才是答案揭晓的时刻。”

等待答案的过程是纠结的，并且等来的不一定是理想的回应。“有一次，客户对一台发往欧洲的商用收款机样机提出修改意见，认为‘防盗功能太简单，需要增加一个卡扣’。就为了这个卡扣及开闭的流畅度，我们两次修改样机，前前后后用了两个多月的时间。”石再庆说，如今对于产品的质地，使用过程中的精细度、流畅度，客户都可以在工厂车间进行验证，“极大提高了沟通效率，优化了生产流程。”

对于中崎股份外贸部经理李伟杰来说，这次广交会开幕前，自己就已经忙起来了。“很多线上老客户提前把产品需求发过来，希望我们能够做好样品，带到展会现场体验。”李伟杰说，有了前期准备时间，这些定制化需求就能转化为自家产品的独特优势，也因此赢得了客户的好评。

“本次展会还是我们推介新品的一个绝佳机会。”李伟杰指着一台扁平的、形似菜市场称重台的产品说，这是公司推出的采用人工智能技术的新一代收银秤，类似的新产品还有智选取餐秤等，“随着物联网、人工智能技术的应用场景日渐丰富，这次展会上，这类高科技新产品成功吸引不少海外客商的注意力，这也是我们未来开拓海外市场的重要发力点。”

“从2006年第一次参加广交会到现在，即使在疫情期间参加线上广交会，我们也都很有收获。这一次前期沟通已经结束，客户合作意愿明显，我们有信心拿到更多的订单。”说话间，又一个电话打了进来，石再庆投入新一轮的忙碌沟通。

大型境外采购商——

“对智慧家居、智能制造等领域的新产品、新技术进行了重点了解”

在广交会上，采购商没有展台，但作为境外大买家，来自印度尼西亚的长友集团还是拥有一个固定休息区。

“这已经是我今年第三次来中国了。”坐在休息区，长友集团采购总监朱志伟说，春节过后，自己第一时间来到中国。“我们要抓紧时间加强与国内供货商的沟通，尽快消除疫情带来的影响。”

“这几天，不少长期合作伙伴都会过来看一看。几年没见，大家见面聊聊天，谈谈新业务。”朱志伟介绍，今年以来，公司在中国的进货量迅速回升，目前已经达到每月大约2500个集装箱。

在朱志伟看来，这么快恢复顺畅贸易，很大程度上源于此前的合作基础。“疫情期间，我们对中国产品的需求不减，但采购难度一下子变大了。”朱志伟说，从2020年开始，广交会主办方会定期和长友集团沟通，召开线上的对接会，有针对性地推荐供货商。“3年来，大大小小的线上供需对接会开了20多场，广交会为我们精挑细选了超过500家潜在供货商。名单上的供货商都很有实力，最终，我们与其中的50多家达成了交易。”

“不管是搭建线上平台还是组织线下展会，广交会都能让我们境外采购商放心‘买买买’。”朱志伟说。

“在今年的广交会第一期，长友集团有30名买手分散在各个场馆，除了采购传统商品外，还对智能家居、智能制造等领域的新产品、新技术进行了重点了解。”朱志伟告诉记者。

“时隔3年再次参加线下广交会，一些新产品和新技术给我们带来了很大的启发。”指着一本移动储能电源的宣传册，朱志伟说，这种产品目前在印尼比较少见，但非常符合家庭外出休闲娱乐的发展趋势。在他看来，采购商与供货商的沟通，可以突破传统的单一贸易形式。“这种建立在相互了解基础上的合作，效率更高、效益更好。”

小小的休息区内，人来人往，拥挤程度如同一个很受欢迎的展台。“商品多，人多，熟悉的广交会又回来了，也会有更多的中国制造从这里进入印尼。”朱志伟说。

外贸综合服务商——

“一站式服务，让原本单打独斗的外贸企业，在国际市场上有了更强的议价能力”

见到应秀珍时，她正穿行在广交会展馆：

一线调研

从广交会看外贸新动能

本报记者 白之羽 罗珊珊 李刚

时隔3年，广州琶洲，广交会全面恢复线下办展。作为中国外贸的晴雨表和风向标，本届广交会展展总面积增至150万平方米，线下参展企业约3.5万家。

在这里，新产品密集发布，新订单不断促成，新朋友越来越多。本报记者与广交会第一期现场的参展商、采购商、服务商、策展方一道，共同感受中国外贸的亮点和趋势、中国与世界共享发展机遇的胸襟和诚意。

——编者



第133届广交会第一期 (4月15日—19日)

展览面积、进馆人次均创历史新高

共设家用电器、工业自动化及智能制造、新能源及智能网联汽车等20个展区

展览面积 50万平方米 展品量超过 80万件

吸引了来自229个国家和地区的采购商

12911家企业线下参展 其中新参展企业3856家

截至4月19日闭馆

累计进馆人流量 126.1万人次

境外采购商下单积极——

到会境外采购商 6.6万人 出口成交 128亿美元

从订单数量看，3个月以上的中长单占比近六成

数据来源：商务部



“这几个冰箱放一排蛮好的。”“你们今天上午有几位客户来拜访，感觉如何？”

应秀珍是浙江宁波外贸综合服务平台——中基惠通的总经理。“仅广交会第一期，我们就为平台上的外贸企业争取到了40多个展位。”作为连续30年参会的“老广交”，一谈起广交会，应秀珍神采飞扬：“对外贸企业而言，广交会就像一场大考，产品竞争力如何、客户认不认可，都要到这里试试水。”

“外贸企业的需求在哪里，我们就在哪里。外贸综合服务平台的价值，就是释放中小微企业企业的最大活力。”长期耕耘外贸行业，应秀珍深知中小微企业出口不易。

“当把众多外贸企业、相关服务方引入一个开放共享的数字化平台时，就有了供应链优势。”应秀珍举例，融资难是中小微企业企业

的一个痛点，但当产品、物流、销售等企业经营情况在线可追溯时，数据就产生了价值，平台上引入的银行据此可为中小微企业提供无抵押低息信用贷款。

“如今，中基惠通为1万多家中小微企业企业提供通关、结算、出口信保、物流、退税及融资等一站式服务，让原本单打独斗的外贸企业，在国际市场上有了更强的议价能力。”应秀珍说。

能走出去还不够，更要走得更远，应秀珍看得明白。“国际市场竞争激烈，中国制造要想站稳脚跟，必须千方百计增强海外市场的黏性。”

怎么办？“搭建线上线下相融合的全球营销体系。”在去年的云上广交会，中基惠通已增强现实、虚拟现实技术应用到线上展馆。“高度还原现实展馆、裸眼3D实时交流互动，新技

术的应用大大增强了线上展馆的智能化、交互性。”应秀珍介绍。

线下实体展已经恢复，花大成本构建线上展馆还有必要吗？“实体展联络的是信任和感情，线上展提供海量信息，线上线下一同发力，何愁走不进客商的心？”应秀珍说。

线下展会策展方——

“通过新设展区，我们有了更高的订单转化率和客户稳定性”

开展几天来，中国对外贸易中心广交会工作处员工江毅毓一直在工业自动化及智能制造展区里转来转去，不时询问参展商与采购商的交流情况。

作为广交会第一期工业自动化及智能制造展区的招展人员，江毅毓看到络绎不绝、不时停下来向展台工作人员详细咨询的采购商，一边感慨过去几个月的工作没有白费，一边在心里盘算，等到秋季广交会，如何把这块展区安排得更合理。

这样的场景，不仅出现在工业自动化及智能制造展区，同样出现在本次新设的新能源及智能网联汽车展区和智慧生活专区。在江毅毓和同事的努力下，这些新设展区已经成为展会的新亮点。

从去年年底收到恢复线下办展的消息，到今年4月15日正式开展，短短几个月的时间，组织如此大规模的综合性展览已经很有难度，为什么还要开设新展区？

“新产品新技术给展会带来新活力。”在中国对外贸易中心广交会工作处处长肖嵘看来，本届广交会之所以吸引众多海外采购商，很大程度上源于很多新产品新技术的闪亮登场。“如今的中国制造不仅仅是高性价比的代名词，同样是品质、潮流、前沿的代表。通过新设展区，我们有了更高的订单转化率和客户稳定性。”

当然，新设展区的思路并非今年才提出。“在三四年前，我们就研究了工业自动化和智能制造的展会题材，并开始收集相关信息。”肖嵘介绍，通过实地走访企业、查询整合资料信息，中国对外贸易中心形成了相当扎实的分析报告。

“产业基地分布在哪些省份？龙头企业的

4月15日，第133届广交会全面恢复线下办展，同时开始全年常态化运营线上平台，对于提升我国对外开放水平和促进世界经济复苏具有重要意义。

广交会推动中国高水平对外开放。一是有利于更多企业共享发展机遇，提升开放水平。本届广交会是历史上规模最大的一届，展览总面积增至150万平方米，展位数量增至近7万个，线下参展企业增至约3.5万家，新参展企业超过9000家，有助于更多企业开拓国内国际市场，提升我国对外开放水平。二是有利于激发企业创新发展活力，提升开放质量。作为中国目前历史最长、规模最大的综合性国际贸易盛会，广交会集聚了行业内的优秀供应商，包括行业头部企业和拥有专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、国家级高新技术企业等称号的优质企业。同时，新技术、新材料、新工业和新产品亮相展会，有利于激发企业创新活力，推动企业提升技术、改进质量、培育品牌。三是有利于联通内外贸，畅通国内国际双循环。本届广交会对境内采购商全面开放，将更好发挥广交会联通内外的平台作用，推动内外贸一体化，对加快构建新发展格局具有重要意义。

广交会助力全球经济复苏。一是有利于构建安全、可靠、高效的供应链体系，让中国制造业惠及世界。当前世界经济复苏动力不足，广交会全面恢复线下办展，来自220多个国家和地区的数十万采购商参加广交会线下展或者线上展，将为境内外企业搭建高效的沟通交流和贸易对接平台，有利于各个国家和地区的企业与中国企业合作打通全球产业链上下游，有效解决供需对接难题，让品类齐全、质优价廉的“中国制造”惠及世界，增强全球经济活力。二是有利于全球分享中国市场机遇，共享中国发展红利，提升全球经济复苏动力。自第101届广交会由“中国出口商品交易会”更名为“中国进出口商品交易会”起，广交会就成为进出口双向联通的重要平台。本届广交会进口展规模进一步扩大，首次在3个展期均设置进口展，达到3万平方米，来自40个国家和地区的508家企业在12个专业展区参展，其中“一带一路”沿线国家和地区的参展企业占73%。中国拥有巨大市场，广交会为境外企业开拓中国市场、共享中国发展红利提供了重要机遇，为全球经济复苏增添了动力。

当前，世界百年未有之大变局加速演进，世纪疫情影响深远，逆全球化思潮抬头，单边主义、保护主义明显上升，世界经济复苏乏力。但各国利益交融、命运与共，合作共赢是大势所趋。广交会作为中国对外开放和国际贸易合作的重要平台，在畅通国内国际双循环、促进中外经贸交流合作方面具有重要作用，我们要进一步创新机制、丰富业态、拓展功能，努力将广交会打造成中国全方位对外开放、促进国际贸易高质量发展、联通国内国际双循环的重要平台。

(作者为商务部国际贸易经济合作研究院副院长)

售出火车票4657万张，增开旅客列车1500多列 “五一”假期铁路出行需求旺

本报北京4月23日电 (记者李心萍)记者从中国国家铁路集团有限公司(下称“国铁集团”)获悉：截至4月22日14时，铁路部门已售出“五一”假期运输期间(4月27日至5月4日)火车票4657万张，北京至上海、成都至西安、广州至南宁、广州至长沙、北京至青岛、深圳至长沙、北京至沈阳、北京至西安、上海至武汉、北京至太原等热门方向车票紧俏。

国铁集团客运部负责人介绍，今年“五一”假期，旅客出行需求旺盛，呈现假期首尾长途客流多、中间短途客流多、出行时段高度集中等特点。为做好旅客群众出行服务，“五一”假期运输期间，全国铁路安排日均开行旅客列车将达到10500余列，增开旅客列车1500多列。具体措施包括：实行高峰列车运行图。将全国铁路旅客列车按高峰运行图组织开行。

增加长途运力投放。增开跨铁路局长途旅客列车156列。其中，在4月28日至30日、5月2日至4日时段，增开北京朝阳至沈阳北、北京丰台至太原南、北京西至西安北、杭州东至郑州东、上海虹桥至西安北、上海虹桥至长沙南、南昌西至广州南等方向夜间高铁102列；在旅游热点地区和客流密集的福州至深圳北、吉林至青岛北、北京朝阳至长春、北京西至南昌等方向增开动车组列车和普通列车54列。

优化动卧列车开行。增开5月2日至4日上海虹桥至佛山西、上海虹桥至广州南、上海虹桥至珠海、北京西至深圳北、北京西至昆明南、北京西至湛江等区间双向动卧列车36列。

增加短途运输能力。组织各铁路局集团公司根据管内客流动态加开列车，精准实施“一日一图”，最大限度满足短途旅客出行需求。上海局集团公司增开杭州、南京、苏州、宁波、扬州、黄山等热门旅游城市方向旅客列车284列，成都局集团公司增开成都至贵阳、成都至重庆、重庆至贵阳等铁路局管内短途夜间动车组30列，济南局集团公司每日开行济南至淄博等区段动车组82列。

图①：采购商在广交会展馆内参观。图②：采购商(左)与参展商在洽谈业务。图③：广交会展馆外景。以上图片均由广交会新闻中心提供