

70载风雨兼程，140届从未间断——

广交会“青春常驻”有何秘诀？

本报记者 王俊岭

展馆刚开门，许多客商不由自主地加快了脚步；摆渡车一到，二十秒内就能满员发车。每一个参与第140届中国进出口商品交易会（广交会）的人，都能切身感受到珠江之畔涌动着的旺盛外贸活力。

70年来，广交会之所以能够经受住国际风云变幻的考验，不断焕发新的生机活力，正是因为始终顺应经济全球化的大势、始终响应国际社会携手发展的期盼。这份“青春常驻”的活力，根植于中国亿万民众一路奋发进取，得益于中国与世界与日俱增的深厚联结，镌刻在一届届参会者的人生轨迹中。

积淀深厚，品牌魅力穿越时空

1957年4月27日，《人民日报》刊登了一则仅200多字的消息《出口商品交易会在广州举行》，记录下新中国第一次举全国之力办起的外贸活动——广交会。70年来，无论国际局势如何变化，广交会从未间断，对“重合同、守信用”的办会原则奉行不渝。

第140届广交会开展当天，香港中华出口商会副秘书长李志峰早早来到展馆。李志峰的爷爷李欢出生在一个华侨家庭。1957年，30岁出头的李欢作为采购商推开了首届广交会的大门。没想到这一来，就是三代人。

“我爷爷参加广交会时，国家百废待兴，要靠出口农副产品土特产品创汇换取急需物资。到了我父亲那一代，国家的生产能力实现了快速跃升，广交会的商品种类也显著丰富。每当在海外发现需求商机，父亲就来广交会搜罗。”李志峰表示，如果说爷爷参加广交会是“有什么，卖什么”，父亲那时就是“外边用什么，就来淘什么”，到了自己这辈就变成了“中国什么新，往外带什么”。第140届广交会，自己行程满满当当，10月15日至19日第一期、10月23日至27日第二期重点搜罗AI相关前沿产品的出口机会，10月31日至11月4日第三期食品展去和祖辈父辈的老搭档们叙叙旧。

70载栉风沐雨，广交会陪伴了一代代外贸人成长，更见证了中国品牌的发展壮大。

1988年，初次登上了广交会舞台的海尔，展位面积不足5平方米，只摆了两台冰箱。到了第140届广交会，已成为全球知名品牌的海尔置办了近600平方米的现代化展区，并在展区二层搭建了200多平方米的商务洽谈室。

“我们跟着广交会走了近40年。展位从少有人驻足，到现在全球大批采购商络绎不绝，展品也从单品类产品，发展到全品类家电和智慧家庭整套场景方案。”海尔海外电器产业有限公司副总裁张庆福说，广交会让海外客商能够直观看到中国产品、体验中国技术，同时把海外消费者需求及时反馈给企业，倒逼企业持续打磨产品、升级技术。

本届广交会，海尔带来了AI大暖通、AI机器人、AI大白电三大成套解决方案。以家务机器人“海娃”为例，其能够主动联动洗衣机、冰箱完成家务。生鲜食材送到家门口，机器人会运送到冰箱跟前，和冰箱协同完成食材识别、分区存储。“作为‘中国第一展’，广交会是民族品牌走向世界不可或缺的桥梁与试金石。广交会早就不是拿订单的展会，更是我们对接全球市场、做强自主品牌的重要窗口。”张庆福说。

70年来，广交会国际“朋友圈”越来越大，采购商遍布220多个国家和地区，累计成交额达到1.6万亿美元。经年累月积累的口碑，实实在在取得的成果，让广交会获得了穿越时空、青春常驻的强大品牌魅力。

覆盖面广，万千需求皆可满足

从五金工具，到通用机械，再到家用电器，广交会之“广”，很重要的一个维度在于产品覆盖面。

在农业机械展区，来自英国的采购商托马斯·豪旺加不断穿梭，不时用云台相机记录参展设备工作状态。他告诉记者，自己此行的目的非常明确——找到一套能用于稻米脱粒、分选、加工全流程的设备或解决方案，并将其带到非洲的加纳。“尽管开展第一天下午我就到了展馆，但感觉还是应该再早点来才好！”托马斯·豪旺加说，广交会的展品实在是太丰富了。除了标准化产品，不少商家还能做定制化设备。“我一定不虚此行！”

采购商的热情，不仅得益于广交会展品覆盖面之广，更离不开细分领域供给层次之丰。

江苏芝麻工具有限公司总经理朱建华介绍，企业这次不仅带来了多款电钻新品，更配套推出了各类型号电



▲在第140届广交会服务机器人专区，参观者观看机器人爬楼梯。

新华社记者 邓 华摄

▶在第140届广交会上，境外采购商在体验一款AI眼镜。

新华社记者 卢汉欣摄



钻通用的多功能电池包。这款产品凝聚了多项国家专利，可以实现电动工具充电、手机快速充电、作业辅助照明等功能，大幅提升使用体验。“本届广交会，我们已经与塞尔维亚、智利、阿根廷、土耳其等多国采购商签下了订单。这两天，还有美国、印度、老挝等国的采购商前来咨询，我们也在积极接洽。”朱建华说。

宁波金田铜业（集团）股份有限公司战略与市场中心常务副总经理郭超说，广交会是企业向全球客户展示品牌形象的重要窗口，金田参加广交会已经超过25年。本届广交会，金田带来了无氧铜管、内螺纹铜管、蚊香盘管、毛细管、被覆铜管、M型卡压铜管件、暖通制冷铜管件、PEX管件等各类高精密管件，努力用一流产品加快拓展国际市场。

与此同时，中外企业通过广交会实现的合作方式也日益多元。

“这款车电池续航多少”“能不能向海外供配件”“款式设计能否再调整”……缅甸曼德勒DOUBLE YANG公司国际贸易经理杨崇俊是个00后，但谈起生意来却不输“老广交”的前辈们。

杨崇俊说，自己来广交会是为了寻找两轮电动车的合作建厂机会。“缅甸许多家庭都会配备一辆摩托车和一辆两轮电动车，方便生产生活。这几年，我们已经和重庆及浙江台州相关企业实现了‘中国供件+海外组装’的深度合作。”杨崇俊说，自己这次还将重点关注电子消费品展区，探索两轮电动车车载功能升级的可能。

本届广交会，首次在贸易服务展区实现了10大类生产性服务业全覆盖。晚饭临近，韩国Design Red株式会社创始人田岷徽依然站在展位旁，用订书器将自己的名片一张一张地钉在公司宣传册上。田岷徽告诉本报记者，自己2020年来华参与组建佛山市米田工业设计有限公司，目的就是为中国空气领域家电企业提供优质工业设计服务，助其更好进入韩国市场。

“别看加湿器、吹风机等产品个头不大，要想在激烈的市场竞争中获得消费者认可还是要花不少心思。设计者既要深刻理解产品本身的工作原理，又要细致把握目标客群的现实需求，才能为厂家定制出最优方案。”田岷徽说，广交会的国际影响力日益增大，为服务业企业带来了机会。米田设计期待找到更多伙伴，共同开拓欧美、东南亚等更广阔市场。

与时俱进，前沿新品层出不穷

随着中国制造能力和制造水平的提高，广交会上各类新品层出不穷，释放出源源不断的吸引力。

巴西VISIONE公司首席执行官罗桑杰拉·唐泽莉

在观看广州数控的机械手演示后赞不绝口并合影留念。她说，从2012年开始，自己每次参会都能收获许多新信息并切身感受到中国企业在自动化、数字化、智能化领域的进步。“我的主要工作是为巴西客户采购中国生产的各类机械产品和零部件。这次来广交会想为一些酒业客户寻找工业自动化的解决方案。”罗桑杰拉·唐泽莉说，自己坚持参加广交会的一个重要原因，就是在这里能够结识很多创新能力强、合作诚意足的靠谱供应商。

本届广交会，又有一大批新企业、新产品亮相，为境外采购商们带来了新惊喜。

测绘设备、宠物定位器、智能头盔、车载高精度定位盒……北京北斗星通导航技术股份有限公司带来的多款最前沿产品及服务，看点十足。“这是我们首次参加广交会。这两天，我们接待了意大利、印度尼西亚、澳大利亚等许多国家的采购商。”北斗星通品牌部总经理李楠说，近些年，卫星导航产品及服务的应用领域越来越广。比如，智能割草机器人在户外作业时依靠卫星导航高精度技术来规划路线，智能头盔则能实时掌握施工作业时每位工人的位置信息。北斗星通来广交会“试水”，就是希望将卫星导航技术及其赋能千行百业的效果更直观地展示给全球客商。

在重庆平创半导体研究院有限责任公司展台上，两台淋浴喷头不间断对着一个“白色手提箱”喷水，引来大量境外采购商前来观看。据该公司总经理杨钦淞介绍，从密闭施工到电影拍摄，这类工业移动电站的应用场景十分广泛。特别是产品输出功率超过额定功率2倍后还能坚持50秒以上，并且同时具备体积小、功率大、防水防摔等特征的产品，目前全球范围内只有极少数企业能够做出来。“把产品性能做到极致，要在机械、电气、软件、芯片、电化学等多领域同时下功夫搞研发。这款产品去年底开始量产，未来随着海外订单放量，成本还有望进一步降低。”杨钦淞说。

新产品、新技术、新朋友、新服务……广交会“青春常驻”的背后，是全方位的与时俱进。

据了解，广交会上达成的意向合作，海关便利化举措也将持续跟进。比如，推行“提前申报”“先查后装”“一港通”等改革，提升通关效率，降低货物滞留风险；配套RCEP原产地证书无纸化自助打印等服务，切实降低企业综合经营成本；参展企业就近办结通关，货物直装远洋船舶，实现“谈在广交会，通在全口岸”。“我们把服务链条从口岸延伸至展馆，再向后覆盖订单履约全流程。”广州海关口岸监管处副处长曾琦说。

70载风雨兼程，140届从未间断。放眼未来，随着广交会常办常新、越办越好，更多的共赢故事将在这里书写。广交会这扇“窗”，也必将向世人展示更多精彩。

续写『中国第一展』精彩新篇章

吴卫星

广交会创办70年来，在促进中外贸易往来方面发挥了重要作用，已成为中国扩大高水平对外开放、推动建设开放型世界经济的有效平台。

20世纪50年代初，新中国百废待兴，迫切需要打开一条通往世界的经贸通道。1957年4月，首届广交会在广州中国苏友好大厦开幕，全年春秋两届出口成交额达8686万美元，为国家建设赚取了弥足珍贵的“第一桶金”。此后，广交会的出口成交额一度撑起全国外贸的“半壁江山”。从纸伞、竹编、木雕，到服装、箱包、小家电，再到智能机器人、高端通信设备、多功能无人机，广交会忠实记录着中国制造从小到大、由弱到强的成长历程。

70年来，广交会已成为中国规模最大、历史最长、商品最全、客商最多、成交最好的国际贸易盛会，是享誉全球的“中国第一展”。在这里，参展商与采购商对接产品供需、分享行业动态、寻找合作伙伴、共谋广阔商机。

纵向上，广交会70年来累计成交额达到1.6万亿美元，在中国对外贸易发展中发挥了不可替代的枢纽作用。一大批全球知名的中国品牌从广交会斩获首笔海外订单并成功进入国际市场，通过与优质企业同台竞技，最终锤炼出自身特色和比较优势。中国连续多年保持货物贸易第一大国地位，今年前三季度又对超过120个国家和地区进口和出口实现双向增长，都与历届广交会沉淀下来的全球客商信赖与订单资源密不可分。

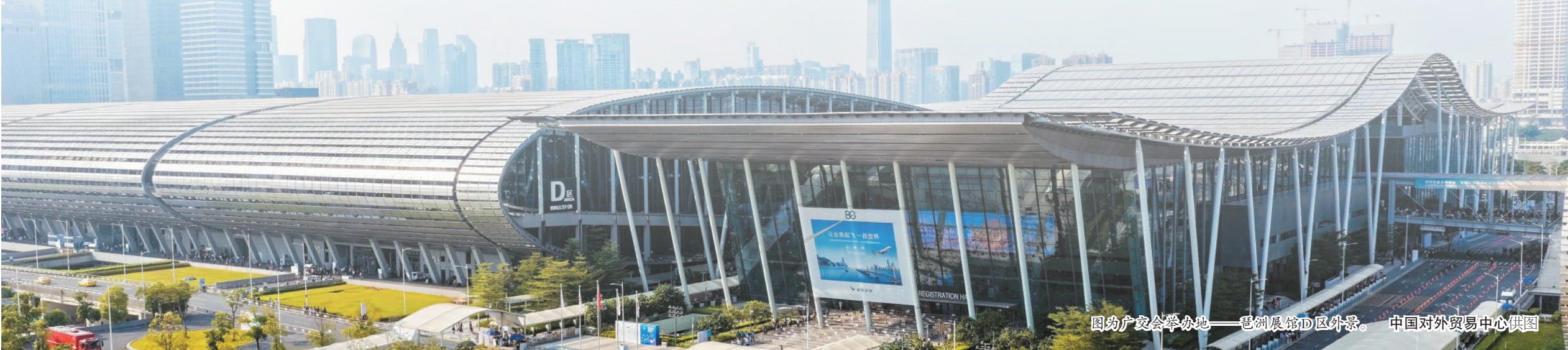
横向上，广交会与进博会、消博会、服贸会、链博会等国家级展会形成了功能互补的全新矩阵。作为“超级卖家”，中国企业提供的高性价比商品，大幅提升了全球消费者的实际购买力，提高了各国民众生活质量，增强了相关国家的产业发展能力。作为“超级买家”，中国为很多国家农产品、工业品、消费品提供的海量进口需求，源源不断地转化为当地企业利润、居民工资和政府税收。广交会等高质量展会越办越好，为高水平对外开放聚力赋能，让中国外贸“惠邻效应”“富邻效应”持续放大。

当前，世界百年变局加速演进，国际供应链各环节彼此嵌套、紧密衔接。只要各国精诚协作、取长补短，就能实现更高水平、更可持续的共赢。各方应共同努力，更好发挥广交会作用，续写“中国第一展”精彩新篇章。

比如，在策展规划方面，要紧跟产业变革浪潮，让更多新企业、新产品、新技术借助广交会走向世界。第140届广交会首设新品首发展示区，举办超700场新品首发活动，构建“发布—展示—对接”三位一体的首发服务体系，其创新方向值得继续深化。再如，在招商拓客方面，未来可以进一步加强对新市场采购商的定向邀约，推动“朋友圈”扩容提质。第140届广交会海外路演首次从双边走向多边，走进非盟总部，与世贸组织、联合国贸发会议对接合作，还首次设立境外采购商联盟、首推会员积分制。这些全新举措正在让合作之路越走越宽。又如，在会展服务方面，随着“智慧广交会”建设步伐加快，人工智能、大数据等技术正在更深层次地融入办展全过程。第140届广交会首次推出22个智慧应用场景和16项AI特色应用，实现覆盖超7.5万个展位的高精度导航，收获良好反响。今后，“数智”含量有望成为广交会服务的又一张靓丽名片。

珠江潮涌不息，携手合作不止。广交会承载的，不仅是中国外贸的活力与希望，更是中国与世界互利共赢的坚定信念。站在新的历史起点，广交会将在服务八方来客的过程中为国际经贸互利合作拓展更大空间，为世界经济增长增添更多动力。

（作者为对外经济贸易大学校长）



图为广交会举办地——琶洲展馆D区外景。 中国对外贸易中心供图