在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下——新时代新作为新篇章

从广交会到服贸会,从进博会到消博会,中国各大外贸交易类展会吸引力十足——

外贸展会为何这么热火?

广交会、消博会的热火劲儿还没过,6月8日又将迎来中国－中东欧国家博览会暨国际消费品博览会,紧接着,还有9月份的2021年服贸会、11月份的第四届进博会……随着新冠肺炎疫情防控取得阶段性胜利,中国各类外贸展会"如约而至",释放着强大的吸引力。

作为对外开放的平台,近年来,外贸交易类展会越办越多、越办越好,参展企业络绎不绝。这背后,折射出全球品牌共同拥抱中国机遇的趋势,也展现了中国推进高水平对外开放的坚定决心和信心,为世界贸易和经济复苏注入了强劲动力。

中国大市场吸引全球目光

5月10日,首届中国国际消费品博览会在海南落幕。本届消博会共有来自全球70个国家和地区的1505家企业、2628个消费品牌参展,其中国际品牌占比过半,采购商和专业观众规模超3万人,进场观众数量超24万人。消博会期间还设立了专门的精品直播间,线上观看人次超1600万,共引导成交额6800万元,引导成交件数超过96万件。

就在消博会举办前不久,第129届广交会4月24日在云端圆满落幕。广交会新闻发言人、中国对外贸易中心副主任徐兵介绍,截至4月24日,本届广交会官网累计访问量3538万次,共有来自227个国家和地区的采购商注册观展,采购商数量稳步增长,来源地再创新高,继续保持了多元化和全球化的特点。

参加中国国际进口博览会已成为全球企业的新风尚。去年11月,第三届进博会如期开幕。虽然全球范围内新冠肺炎疫情仍未平息,但进博会各方合作意愿热度不减,线上线下共迎来64个国家的674家展商、1351家采购商参会,达成合作意向861项,累计意向成交726.2亿美元,比上届增长2.1%。

眼下,第四届进博会正在紧锣密鼓招商。到5月中旬,第四届进博会已分三批公布了共475家参展企业和14个地区展团,其中世界500强和行业龙头企业超过200家,占已公布企业的近半。

中国(北京)国际服务贸易交易会也将于金秋9月在北京举办,此次地点设在国家会议中心和首钢园区。96家初步确认办展办会的国际机构中,有30余家拟举办线下国别展,举行近50场境外国家和地区专题活动。据介绍,2021年服贸会将设置12.6万平方米展览展示、100余场论坛会议和推介洽谈活动,以线上线下相结合方式举办。

除了这四大国家级展会,6月8日至11日第二届中国－中东欧国家博览会暨国际消费品博览会将在宁波举行、ICBE2021跨境电商交易博览会将于9月1日至3日在深圳举办、9月2日至4日2021中国(杭州)国际电子商务博览会将于杭州开幕……各种外贸展会办得火热,令人目不暇接。

"外贸展会是中国开放型经济的重要组成部分,也是推动中国进出口发展非常重要的渠道之一。"商务部研究院学术委员会副主任、区域经济研究中心主任张建平说,从广交会到进博会,再到北京的服贸会以及今年在海南举行的首届消博会,这些展会平台都承担着促进中国外贸发展的重要任务。

今年外贸展会有哪些?

- **首届中国跨境电商交易会**
  3月18—20日 福建福州
  展会吸引全球33个跨境电商平台、35个全国出口型产业带、200多家跨境电商服务企业和2000多家外贸供货企业参展
- **中国国际电子商务博览会**
  4月11—13日 浙江义乌
  来自美国、德国、法国等11个国家和地区以及国内19个省(市)的1102家企业参展
- **第129届广交会**
  4月15—24日 线上展会
  截至4月24日,本届广交会官网累计访问量3538万次,共有来自227个国家和地区的采购商注册观展
- **首届中国国际消费品博览会**
  5月6—10日 海南
  本届消博会共有来自全球70个国家和地区的1505家企业、2628个消费品牌参展
- **中国—中东欧国家博览会暨国际消费品博览会**
  6月8—11日 浙江宁波
- **中国(北京)国际服务贸易交易会**
  9月初 北京
- **ICBE2021跨境电商交易博览会**
  9月1—3日
- **中国(杭州)国际电子商务博览会**
  9月2—4日 浙江杭州
- **第四届进博会**
  11月初 上海
  ……

(据不完全统计)

强劲需求带动展会火热

中国举办的外贸展会为何这么火热?张建平分析,从进口和出口两方面看,展会给国内外参展商提供了难得的机遇,对接了中国市场强劲的进出口消费需求。

全球品牌通过展会积极了解中国消费者需求,拥抱中国机遇。

"去年10月中国社会消费品零售总额已经超过美国,成为全球最大的零售市场,这样一个大市场必然引起各个国家的兴趣,吸引全球目光。"张建平说。

作为最早一批签约展商及展商联盟创始成员之一,博西家电已连续三届参加进博会。"进博会提供了一个很好的交流平台,也为外资企业创造了许多机会。"博西家电有关负责人对记者说,"通过进博会这个平台,博西家电能够与中国消费者近距离接触,得到他们关于产品和体验的第一手反馈,特别是在一些新兴品类方面,如洗碗机、干衣机、嵌入式家电等,从而进一步培育市场,引领行业发展。"

中国品牌从展会走出去,满足出口需求,开拓国外新市场。

WINTEX公司主营户外功能性纺织品面料,其负责人张瑜经常参加国内外行业类展会,如中国国际纺织面料及辅料博览会等。"展会是展示公司形象的好窗口,通过参加国内外展会,可以拓展新市场,有机会接触到意向新客户。"张瑜说,"还可以保持与老客户的沟通交流,及时了解同行信息,把握行业发展趋势。"

从主推"卖卖卖"的广交会到在家门口"买买买"的消博会,"走出去"到"引进来"的背后,是经济结构的转型升级。

张建平认为,中国经济发展正在从以往依赖投资和出口拉动向更多依靠国内需求特别是消费需求拉动转变。数据显示,中国中等收入群体已达4亿多人,人均国内生产总值突破1万美元,人们对中高端、多样化的消费需求不断扩大。尽管受到疫情冲击,但2020年中国消费品进口仍实现了8.2%的逆势增长。今年一季度,中国消费品进口同比增长18.1%,继续呈现快速增长势头。

"经济结构的转型和巨大的消费需求催生了不同类别和定位的外贸展会。可以说,展会既是中国外贸发展演变的窗口,也是国内强劲消费需求升级的体现。"张建平说。

欢迎世界分享中国增长

疫情防控阶段,多数线下展会改为"线下+线上"举办,中国正探索"云"办展会的新路径。

"广交会三度登云,再次为广大参展企业插上'互联网+'的翅膀。"徐兵介绍,经过两届历练,参展企业对数字化营销的理解更深刻,展示形式更丰富,直播营销更熟练,客户服务更多元。"本届广交会直播累计吸引了88万人次观看。优化展商直播资源分配后,企业准备更加充分,直播内容更具针对性,通过直播和互动精准了解市场需求,推动精准研发,实现精准营销,平均每场直播累计观看人次比上届增加了28.6%。"徐兵说。

广交会副主任兼秘书长、中国对外贸易中心主任储士家表示,支持地方举办多场、多样、多方式的线上展会,实现招商不停步、引资不断档。以浙江省为例,去年浙江共举办524场"浙江出口网上交易会(系列站)"活动,为2.4万家次省内企业与3.7万家次全球采购商牵线搭桥。浙江省商务厅贸发处处长陈志成介绍,浙江早在去年3月就在国内首创出口网上交易会,全年举办逾500场,涉及美国、越南等64个国家和地区,涵盖纺织、机械等73个行业。

"线上展会比起线下展会,直观效果差了一些,好处是便捷而灵活。"张瑜告诉记者,通过各种展会数量的增加,能感受到中国外贸前景向好。去年受疫情影响,公司许多品类的订单明显减少。"比如公司涉及的滑雪服装业务,由于去年疫情严重时国内外大部分滑雪运动场都是关闭的,所以很多品类滞销了。"但同时,疫情带动了跨境电商平台的火爆,给张瑜带来了新的机遇和挑战。"危与机总是相伴而行,我对未来很有信心。"张瑜说。

在当前全球疫情持续蔓延、世界经济形势依然复杂严峻的背景下,中国如期举办国家级展会,展现了推进高水平对外开放的坚定决心和信心。"从这些外贸展会不难看出,中国非常愿意通过新一轮扩大开放和高质量共建'一带一路'让其他国家能够分享中国的大市场、分享中国的经济增长。中国超大规模市场的消费潜力和发展空间,也是世界经济走出衰退、走向复苏的重要拉动力量之一。"张建平说。

据人民网