

“中国创造”展现新风采

——第136届广交会观察

新华社广州10月21日电(记者 丁乐詹奕嘉 谢希理) 超过3万家企业线下参展,百万多件新品展出,约15万家境外采购商预注册……作为中国外贸的“晴雨表”和“风向标”,正在举办的第136届广交会人气爆棚。

广交会上,创新产品层出不穷、新老客商纷至沓来、订单合作签约不断,折射出我国雄厚的制造业基础、多元的市场布局、灵活的业态模式以及不断加快的绿色化、数字化进程。

百万新品 创出新市场

在广交会的新能源汽车与智慧出行展区,不少采购商排队体验并连连感慨:“未来属于新能源汽车,而中国企业是世界领先的汽车制造商”“全世界对中国汽车的需求越来越大”“电动汽车比我见过的都好,中国发展得太快了”……

这是中国出口产品科技含量、品牌价值不断提升的缩影。第136届广交会从10月15日至11月4日分三期举办,现场展出新品115万件、绿色产品104万件,自主知识产权产品111万件,均比上届明显增多。

维持鲜花20多天不干瘪的全域养鲜冰箱,低温烘干不伤衣的新二代热泵洗烘一体机,搭载恒温除霜技术的家用空调……记者在珠海格力电器股份有限公司的展台看到,传统外贸优势品类的家电产品愈加智能,兼具多元化和定制化特色。

“我们坚定不移走自主品牌和自主创新发展道路,以向全球用户提供更优品质、更绿色低碳环保的产品为目标。”格力电器展台相关负责人说,公司自主品牌占出口销售总额的比例每年都在增长,如今已近70%。

在隆鑫通用动力股份有限公司的展位,不少采购商被能底部收纳、快充快放、蓝牙控制的便携式户外储能电源吸引。隆鑫通用相关负责人介绍,公司在广交会的展品从最初的摩托车、四轮车到一系列新能源新品,背后是公司创新升级迭代不断加快。“全球新能源市场潜力大,我们积极布局智能电动出行产品,依靠产业规模、产品创新、自主品牌来获得竞争新优势。”

越来越多中国企业拥抱智能化、绿色

化浪潮,依靠新产品、新技术斩获更多订单、开拓更多客源。记者看到,不少采购商在体验产品后深入询问,对适应不同市场环境的新品表达出浓厚兴趣。

“新品打消了我对热泵噪音的顾虑。中国品牌又一次刷新了我的认知!”一位欧洲采购商毫不犹豫地下单。

令这位采购商赞不绝口的热泵产品,来自广州万居隆电器有限公司。该企业已经参加了15届广交会,自主品牌远销32个国家和地区。“从空气能热泵、水源热泵到泳池热泵,我们提供一系列适应各种场景的新能源设备,最新推出的系列产品还升级了静音、节能、适应极端天气等性能。”该公司负责人说。

“没有性价比就没有竞争力,海外客商对‘中国造’的认可主要来自质美。”黄石东贝制冷有限公司总经理江志安告诉记者,公司自主研发的冰淇淋机、雪融机、冷饮机等商用设备今年出口额不断上升,前9月同比增长46%。

中国机电产品进出口商会第三季度对业内企业的调研显示,75%的企业在手订单同比增加,77%的企业预计全年出口与上年基本持平或小幅增长。中国机电商会会长张钰晶说,我国在制成品、中间品、资本品等各细分行业的供应韧性和竞争力,将在全球经济转好与需求改善中进一步显现,预计2024年我国机电产品出口额同比增长34%左右。

业态更迭 创出新商机

1小时、3000家海外买家观看、近100个意向客户对接——深圳市希之望科技有限公司在广交会首次通过阿里巴巴国际站直播,收获远超预期。“通过线下布展、线上直播的融合方式,我们快速接触买家,就像开了一场全球发布会!”希之望总经理程墨说。

这是“云上”广交会上的一幕,也是我国外贸通过跨境电商等新业态实现新增量的案例之一。

顺应市场新趋势,本届广交会优化了跨境电商展示区,吸引了40多家大型跨境电商平台及物流、收结汇等优质配套服务商。

首次参展的京东物流迎来不少客商

咨询。京东物流品牌传播部高级经理陈宝健介绍,公司在全球有近100个保税仓、直邮仓和海外仓,总面积近100万平方米,希望借广交会的平台助力中国品牌更好出海,为全球客户提供一体化供应链解决方案及定制化服务。

蚂蚁集团旗下品牌万里汇把其中一个“展位”开到了地铁口。万里汇相关负责人石文宣介绍:“除了提供服务实现‘一个账户、全球收付’,我们联合逾130家服务商,一起助力出口企业更好抓住瞬息万变的数字贸易商机。”

当下,中国跨境电商发展迅速,经营主体超过12万家。“跨境电商和数字化频道给中国企业、中国品牌的发展带来了全新的赛道。”商务部国际贸易经济合作研究院电子商务研究所所长杜国臣认为,随着互联网平台的迅猛发展,中国企业的品牌国际化过程会获得更大的机遇。

中国跨境电商的商品品类和服务功能进一步拓展,吸引了外资企业扩大布局。

美国电商平台亚马逊首次亮相广交会,提供店铺注册、选品运营、供应链管理等服务。“广交会聚集优秀的外贸厂商和品牌商,他们出海意愿强,我们提供出口服务,彼此需求契合。”亚马逊中国副总裁邱胜说,“我们加大相关布局,希望和更多卖家、服务商协同创新,探寻更新的业务模式,寻找更好的创新产品,满足不同市场的新需求。”

“中国跨境电商产品和全链条服务的出海,为全球更多跨境电商相关经营主体带来新机遇。”德勤中国科技行业主管合伙人谢似君说,这不仅促进了全球资源的优化配置,也为电商领域的国际合作开辟了发展空间。各国企业得以在互利共赢的基础上,深化合作、共享机遇。

惠及全球 创出新动能

每一届广交会都是一场万商云集、精品荟萃的国际贸易盛会,为中外企业牵起一条“贸易的纽带”、架起一座“共赢的桥梁”。

“先进制造”“品质家居”“美好生活”——本届广交会三期主题顺应当前贸易投资新趋势,开幕前已吸引约15万家境

外采购商预注册,全球零售巨头和其他大型企业参会数量比上届增加将近四分之一。

中国制造、中国创造不仅满足全球各地采购商和消费者需求,也为全球产业链供应链的发展注入新动能。

“老广交”海尔智家针对不同市场划分了不同展区。比如,针对东南亚及中东非专门推出搭载彩膜触控显示屏的AI洗衣机。目前,在泰国,海尔智家春武里空调工业园奠基;在埃及,海尔生态园一期竣工投产,二期项目奠基启动,辐射中东和非洲……全球创牌加速,海尔智家在“一带一路”共建国家的本土化合作愈加多元且紧密。

广交会期间举办的中国(广东)与海合会国家经贸对接活动吸引了超过600名中外企业代表参与。“我们公司受益于中国的高质量发展。”来自沙特阿拉伯的阿里法伊贸易公司总经理奥萨马·阿里法伊说,未来与中国企业在大健康产业、可再生能源等领域的合作机会非常丰富,希望能够借广交会平台实现更深度、更互利互惠、更有前景的合作。

许多境外采购商表示,在广交会上可以结识大量中国优质供应商,他们对中国产品充满信心、对中国经济充满信心。

摩洛哥采购商拜尔巴沙再一次来到广交会。“我们急需购买真正与众不同的新产品,如高端感应机器设备。”他说,广交会的中国机械设备种类多,安全环保且高效。“我迫切期待与中国企业合作成立合资企业,扩大商业规模。”

来自亚美尼亚的采购商德格说,亚美尼亚不少公司有购入商用运输车的需求。在亚美尼亚,中国重型汽车集团有限公司的品牌已经广为人知,他所在的公司正在计划成为中国重汽的代理商,将中国生产制造的新能源载货车销往西亚多国。

面向未来,中国创造将释放更多开放红利,为贸易伙伴带来更加广阔的市场机遇,共同促进全球经济的繁荣发展。

“从广交会看,中国产品、中国品牌已经迈上了高质量发展的新台阶。”商务部中国对外贸易中心主任储士家说,中国有信心、有能力为世界提供更多更好的中国制造和中国创造。

全国碳市场2023、2024年度配额分配启动

新华社北京10月21日电(记者 高敬) 记者21日从生态环境部获悉,生态环境部日前印发方案,对2023、2024年度发电行业碳排放配额预分配、调整、核定、清缴等各项工作进行部署。

生态环境部应对气候变化司相关负责人介绍,此次印发的《2023、2024年度全国碳排放权交易发电行业配额总量和分配方案》,既确保制度的延续性和稳定性,又更精准突出鼓励导向,做出了将基于“供电量”核定配额调整为基于“发电量”、进一步简化和优化各类修正系数、引入配额结转政策、优化履约时间安排等优化调整。

这位负责人介绍,全国碳排放权交易市场(强制碳市场)于2021年7月16日正式启动交易,纳入发电行业重点排放单位2000多家。目前已完成两个履约周期的配额交易与清缴工作,市场总体运行平稳。

网球联合杯抽签出炉

中国队与卫冕冠军德国队同组

据新华社悉尼10月21日电(记者 梁有昶 齐紫剑) 2025联合杯网球赛抽签仪式21日在澳大利亚悉尼举行,由郑钦文和张之臻领衔的中国队与卫冕冠军德国队、巴西队同分在珀斯赛区的E组。

中国队共有六名参赛选手,分别是男队的张之臻、柏衍、孙发京以及女队的郑钦文、高馨好、张帅。德国队将由目前男子职业网球选手协会(ATP)排名第三的兹维列夫领衔出战。

头号种子美国队被分在珀斯赛区的A组,队中有2023年美网女单冠军高美和2024年美网男单亚军弗里茨。同组的还有加拿大队和一支待定球队。

二号种子波兰队被分在悉尼赛区的B组,领军人物是五届大满贯女单冠军得主斯维亚特克。波兰队将在小组赛中对捷克队和挪威队。

2025联合杯将于2024年12月27日至2025年1月5日在澳大利亚珀斯和悉尼两个城市举行,分为六个小组,每组三支队伍,目前还有两个待定席位将由11月19日的ATP或女子网球选手协会(WTA)排名决定。

舟到消费·金秋惠购

浙里来消费·2024金秋购物节活动启动

□通讯员 詹翔燕

“舟到消费·金秋惠购”——浙里来消费·2024金秋购物节活动已于近日启动,聚焦以旧换新、品牌育新、入古出新、服务上新、场景推新、跨界创新等6大任务,打造一场全方位、多层次、深融合的金秋消费盛宴。本次活动由舟山市商务局和舟山市文化和广电旅游体育局主办,由以旧换新、商超优惠、汽车消费、文旅融合、电商惠购、体育健康等6大主题板块组成,联合全市商超、汽车、家电、家装、餐饮、文旅等消费行业,通过精心组织1场启动仪式,开展1场线上活动、6大主题活动,并联合各地举办超100场促消费活动,形成“1+1+6+N”的活动体系,构建多元消费场景,进一步拓展消费空间,激发市场消费活力,促进消费稳步增长。

部分主题活动内容如下:

2024舟山金秋消费品以旧换新活动

活动主题:舟到焕新·美好生活

活动内容:聚焦汽车、家电、家装厨卫、电动自行车、智能家居等五大品类,携手舟山各大品牌汽车4S店、舟山家居广场、凯虹广场、第六空间等商家,开展以旧换新促销活动。活动期间,将推出多重让利补贴与团购活动,为消费者呈现金秋消费盛宴。同时,联合舟山各行业协会、合作门店及品牌商家,举办金秋家博会等活动,通过创新场景融合、绿色理念宣讲、操作流程讲解、线上线下联动等方式加大消费者对以旧换新政策知晓度,更充分地释放以旧换新活力。

2024舟山金秋商超商圈促消费活动

活动主题:品味经典·金秋惠购

活动内容:有序衔接“国庆节”“双十一”等消费节点,联合市内热门商场、超市、商业综合体及步行街区,推出系列主题促消费活动。组织美食主播探店,推出限时特价、团购、满额立减、积分换购等优惠,激发市民购物热情。组织举办“老字号”展会,明珠冠素堂糕点、东海酒业等经典品牌亮相,非遗技艺、国潮文创同场竞技,展现老字号文化魅力。线上线下融合宣传,打造沉浸式购物体验,让市民在享受实惠的同时,深入了解老字号故事,共享文化盛宴,促进老字号薪火传承、创新发展。

2024舟山金秋汽车促消费活动

活动主题:金秋悦驾·焕新启航

活动内容:组织2024年金秋汽车促消费主题活动,联动舟山比亚迪、宝马等品牌车企,开展线上直播,全方位展示热门车型,释放金秋购车优惠。叠加“加力推进消费品以旧换新系列活动”,加大汽车以旧换新政策推广宣传,推出购车大礼包活动,激发消费者购车热情及汽车行业的消费活力。在此基础上,联动相关企业,组织开展汽车博览会等活动,为消费者提供更多选择,进一步释放汽车消费潜力。

2024舟山金秋文化旅游促消费主题活动

活动主题:秋韵舟行·花YOUNG之旅

活动内容:依托秋季文旅消费季,组织开展2024舟山金秋文化旅游促消费主题活动。联动舟山各大景区、酒店、餐饮等旅游企业,推出秋季特惠线路、酒店住宿优惠、美食折扣等,举办星辰大海音乐节、东海云廊主题推广活动,共同打造消费新场景,促进文旅新业态新消费。以美丽乡村为载体,举办“乡村咖啡周”“海稻音乐节”等系列活动,推出乡村特色旅游线路,组织东海文廊、云顶仙乡自驾游等活动,推动“乡村+旅游”融合发展。

2024舟山金秋电商促消费活动

活动主题:云享金秋·嗨购舟山

活动内容:策划组织2024舟山金秋电商促消费活动,联合竞舟商城、嗨呗精选、云商舟山等舟山本土电商平台,推出一系列金秋线上促消费活动,如双十一直播活动等,精选热门秋品、美食券及特色农副产品、海鲜产品,融合线上秒杀与幸运抽奖,以超值优惠点亮直播间,线上引流线下消费,提高新消费品牌曝光量和知名度。

2024舟山金秋体育健康促消费活动

活动主题:悦动金秋·尽享消费

活动内容:组织2024舟山金秋体育健康促消费活动,举办2024舟山群岛马拉松活动、神行定海山徒步活动、定海古城定向赛、东海云廊越野赛等体育赛事,打造“赛事之城”,拓展体育消费消费场景,助力舟山体育健康消费多场景融合发展,赛事经济助推体育健康消费,融合养生保健、康复治疗服务,提升服务品质增强服务消费动能。

