

第131屆廣交會4月24日圓滿落幕

廣州2022年5月3日 /美通社/- 第131屆廣交會於4月24日在雲端圓滿落幕，廣交會新聞發言人、中國對外貿易中心副主任徐兵向中外媒體介紹了本屆廣交會的總體運行情況。

徐兵表示，在複雜嚴峻的經貿形勢下，本屆廣交會秉持“廣交世界 互利天下”的理念，以“聯通國內國際雙循環”為主題，架通雲上橋樑，匯聚五洲賓客，將中國發展同世界鏈接，中國機遇同世界分享，實現了安全、成功、出彩的目標，為推動貿易高質量發展、保持產業鏈供應鏈穩定、促進世界經濟復甦作出了積極貢獻。

線上平台運行平穩順暢。本屆廣交會全面優化升級了官網平台，設置展商展品、供采對接、新品發佈、展商連線、虛擬展館、新聞與活動、大會服務等欄目，借助現代信息技術為中外企業搭建了一個全時空、無邊界的高效貿易平台，讓全球客商足不出戶“買全球、賣全球”。廣交會官網累計訪客數1,009萬人，訪問量3,390萬次。本屆廣交會系統更穩定，功能更完善，對接更高效，服務更到位，得到展商商普遍好評。

展商展品亮點紛呈。2.55萬家參展企業再次搭乘“雲快車”，通過圖文、視頻、3D、VR等形式多維度立體化展示企業、產品和品牌。境內外參展企業累計上傳展品305.21萬件，其中新產品95.15萬件，分別較上屆增加17.65萬件和5.28萬件，均創歷史新高。琳琅滿目的展品吸引全球採購商觀展洽談。參展企業雲展廳累計訪問量622.31萬次，其中出口展參展企業雲展廳累計訪問量612.98萬次，進口展參展企業雲展廳累計訪問量9.33萬次。參展企業累計舉辦連線展示8.53萬場次。2398家企業製作並上傳了虛擬展位，比上屆增加236家，累計訪問量3.12萬次。本屆廣交會按照先進技術、智能製造、美好生活、低碳環保、貿易服務五大主題，組織24個交易團的147家優質企業舉辦了150場新品首發首展首秀活動。大批智能、綠色低碳和自主知識產權產品加速湧現，新技術、新工藝、新模式層出不窮，向世界展示了中國製造、中國創造、中國技術、中國品牌的最新成果，展示了中國外貿的強大韌性與創新活力。

境外採購商數量創新高。本屆廣交會按照“系統、創新、專業、精準”的理念，加強境外採購商招商推廣，進一步拓展了全球營銷網絡，幫助中外企業結識客戶，促進貿易合作。共有228個國家和地區的53.6萬境外採購商註冊觀展，較第129屆增長48%，較第130屆增長41.8%，採購商註冊觀展人數創歷史新高。採購商人數位居前10位的國家為印度、印度尼西亞、菲律賓、巴基斯坦、孟加拉、尼日利亞、澳大利亞、南非、日本和新加坡。2021年我國十大貿易夥伴國家和地區採購商人數占比38.67%。“一帶一路”沿線國家採購商29.81萬人，占比55.60%。RCEP成員國採購商15.08萬人，占比28.12%。持續推進全球合作夥伴計劃，與越南、老撾、科威特、伊拉克等“一帶一路”和RCEP成員國14家工商機構簽訂合作協議，廣交會全球合作夥伴達到170家，進一步拓展廣交會全球合作夥伴和外國朋友圈。

供采對接更加精準高效。本屆廣交會首次增設了企業和產品特色標識，幫助採購商快速精準鎖定目標企業和產品。展商商共發出21.05萬張電子名片，境外採購商發起即時溝通約10萬次，有效促進了供采雙方互動交流。舉辦50場“貿易之橋”全球供采對接系列活動，推介國內重點產業集群和名牌企業，對接法國歐尚、美國沃爾瑪、芬蘭凱斯科、西班牙特樂士、印尼長友、阿聯酋LULU等大型跨國企業和大買家。貿易之橋活動涵蓋全國8個省區市，面向全球57個國家和地區，累計近4000名境外採購商參與。舉辦8場“好買、好妮探廣交”貿易促進和配對活動，涉及電子家電、醫療保健、車輛及配件、嬰幼兒用品、日用消費品、衛浴用品、紡織及服裝、辦公箱包等行業，累計觀看量達148.40萬人次。舉辦5場香港地區採購商專場線上貿易對接活動，促進香港採購商與參展企業精準對接。舉辦兩場“品質浙貨”浙江出口名牌企業線上專場對接會，60餘家浙江出口名牌企業與近80位採購商線上洽談。各類貿易對接活動針對特定市場、特定行業、特定客戶量身定做，專業性強、輻射面廣、內容豐富，供采雙方對接踴躍，成效顯著。

貿易服務更加多元。本屆廣交會繼續採用線上線下融合模式處理知識產權投訴，完善資訊服務，舉辦了16場以雙循環、RCEP、雙碳為主題的分享式論壇，助力企業把握行業動向和市場趨勢。入駐的43家中歐班列、航運、跨境電商、海外倉等新服務新業態企業，為外貿企業提供更加完善的貿易生態服務。廣交會官網跨境電商專區的跨境電商平台和跨境電商綜試區，為更多企業提供了開拓市場的新渠道。金融專區的8家機構為企業提供金融服務，累計訪問量9.9萬人次，累計發放貸款5,596筆，累計辦理結算業務117,578筆。智能客服系統推出的客服數字名片和企業客服微信，為客商提供智能高效的服務。

有力促進內外貿一體化發展。本屆廣交會大力支持內外貿同線同標同質產品參展，在雲展廳為158.93萬件展品標識“可內銷”標籤，積極邀請京東、網易嚴選、名創優品、易初蓮花等國內大型採購商參會，舉辦系列雙循環貿易促進活動。通過上述舉措，有力幫助外貿出口企業對接國內採購商，開拓潛力巨大的國內市場，助力內外貿一體化發展，服務建設全國統一大市場。

助力鄉村產業提檔升級。“鄉村振興”專區共有來自21個省、市、自治區的974家企業參展，上傳展品4.92萬件，其中新產品1.39萬件，綠色低碳產品1.11萬件。許多鄉村地區企業通過參加廣交會，結識了客戶、拿到了訂單、開拓了市場、拓寬了視野，登上了世界貿易的大舞台，生產銷售規模持續擴大，為當地產業發展注入“動力源”，有效推動產業特色化、規模化、品牌化發展。

徐兵表示，本屆廣交會受到境內外媒體廣泛關注，新聞媒體從不同角度全景式展現、全媒体報道，在特殊時期向世界講好廣交會故事，傳播廣交會聲音，為本屆廣交會順利舉辦營造了積極正面的輿論氛圍。期待第132屆廣交會再相聚。