

廣交會五一不打烊 外貿人訂單不間斷

三年終回歸忙碌常態 豪爽客購買10貨櫃糖果



迎五一黃金周

2日早上8點，廣東光明發塑膠有限公司負責人王偉民提前一個小時來到廣交會展館，當天，他接待了40多名外國客商，他們的主打產品移動馬桶備受歡迎。吃完晚飯後，他還要和團隊開個例會，復盤全天的客戶對接情況，並盡快聯繫有潛在交易機會的客商。5月1日至5日，第133屆中國進出口商品交易會第三期展會在廣交會展館舉行，對像王偉民這樣的參展出口商來說，廣交會就是行業裏的大節日。重新在節假日迎來睽違已久的緊張節奏，王偉民說自己很開心：「這才是我們這行的常態。」

◆文/圖：香港文匯報 記者 敖敏輝 廣州報道

王偉民參加過

十餘年的廣交會，是一名「老外貿人」，

時隔三年重新回歸線下展會，他再熟悉不過了。廣交會期間酒店預定比較火爆，

價格亦偏高，他早早預定了廣州黃埔區的一家酒店，

距離廣交會展館超過15公里。三期展會恰逢五一假期，

為了避開擁堵，早上7點多，他和團隊早早驅車來到廣交會展館。對他來說，這種操作再熟悉不過了。

王偉民所在的廣東光明發塑膠有限公司，主打產品為移動馬桶，外國經營經濟火爆，公司銷售情況良好。「雖然到場的歐美客戶少了，但中東、東南亞等其他市場的有所增加，我們一天大概接待了40多名客商，已經超出了預期。」

內外銷並舉 新的學習階段

作為一名「老廣交」，王偉民對市場有獨到的洞察。以前的客商，多是大批量採購，而現在客戶數量總體變化不大，但小散的訂單佔比較大。為此，公司越來越重視小單，包裝體積只有數立方米的訂單產品，他們就選擇「拼櫃」發貨。同時，公司也開始嘗試做零售平台，內銷、外銷並舉。這對長期只做外貿的王偉民來說，又是一個重新學習的階段。

「每年的廣交會春季展三期，都是在五一假期期間舉行。如今三年來首次全面恢復線下展，我們當然全力以赴。對於我們外貿人來說，閒的時候着急，忙的時候辛苦，但很樂意，很開心。」王偉民說。

展商：多數是接待新客戶

和廣東光明發塑膠有限公司一樣，主要從事棉花糖、QQ糖出口的福建泉州譽衡食品工業有限公司，接待了大量來自「一帶一路」和金磚國家的客戶。5月1日廣交會開幕首日，展台接待了近70名外國客戶，多數是此前沒有對接過的新客戶，且質量很高。其中，一個印度客商，當場簽約3個貨櫃，價值近百萬元人民幣。

「我們的產品，多是純手工或半手工製作，外觀和口感俱佳，在中東、東南亞以及北美等市場很受歡迎。目前，我們的訂單排到了7月份。」譽衡食品展區負責人劉忠偉說，雖然大多數國人都在休假，但他們在展會上能夠收穫訂單，比享受休閒時光，快樂百倍。

香港文匯報記者發現，和譽衡食品一樣，食品展區客流量大，訂單質量高。廣東上益食品有限公司主理人林女士說，疫情對公司業務影響並不大，其間，他們還推出了新款產品「跳跳糖餅乾」，這是一種放在嘴裏會像兔子一樣跳躍的糖果，成人、小孩都非常喜歡。另外，新推出的咖啡味餅乾，同樣受捧。

收穫訂單是堅守崗位最好獎賞

香港文匯報記者採訪問隙，兩名來自南非的客戶，正在與上益食品團隊簽約，豪爽地購買10個集裝箱貨櫃的糖果。「中國糖果很棒！」南非客商豎起大拇指說。

林女士說，外國客商的訂單和豎起的大拇指，是對他們外貿人在五一期間堅守崗位的最好獎賞，再辛苦也值得。

貿易形勢嚴峻「只能往前衝」

除了愛吃，老外也愛玩，廣交會上的相關商品，極大滿足了他們的這些愛好。上海旭傑威特商貿有限公司的主管沈先生，短時間內接待了多批客戶。公司出口的是光學儀器產品，主打槍械的瞄準器。對中國的外貿商來說，這是一個小眾賽道，但卻是一門大生意。

「合法的打獵活動，在歐美比較流行，其中，他們槍械的瞄準鏡，相當一部分來自中國。現在國外疫情也放開了，相關需求增加。廣交會上，我們一天接待了近30批客戶，這對於我們這種小眾產品來說，很不容易。」沈先生告訴香港文匯報記者。

來自江蘇的禮品包裝盒貿易商孟秋，自廣交會開幕以來，連續參加了香港、廣州、深圳的三個同類展會，忙得十分充實。他說，今年的貿易形勢比往年略差，只有不斷地參加展會，多種策略開拓市場，外貿人才能夠生存，在危尋機。「對外貿人來說，今年注定是不平凡的一年，我們只能往前衝！」孟秋說。

服裝展商擬創自主品牌應對出口遇冷

與食品、體育休閒展區相比，廣交會三期展商規模最大之一的服裝展區，則普遍遇冷。

山東新華錦紡織有限公司展區主管陳佳告訴香港文匯報記者，除了蒙古國和俄羅斯的客商有所增加外，其他地區的客戶量明顯少了很多，此次廣交會，有效客戶並不多。綜合多方面情況看，公司今年的服裝出口將下滑。



◆服裝展區遇冷，不少參展商表示效果差強人意。

◆廣交會三期食品展區受捧。圖為外國客商準備將產品樣品帶回國。



◆兩名南非採購商在廣交會現場和廣東上益食品有限公司當場簽約，下訂10個貨櫃糖果。圖為雙方展示簽約單，並象徵性展示交易資金。



◆廣東光明發塑膠有限公司對接了不少高質量客戶。圖為公司負責人王偉民和一名外國客商握手。

別人在放空休假 他們在思考忙碌

廣東光明發塑膠有限公司負責人王偉民

●公司主打移動馬桶，我們客戶以歐美為主，當前市場低迷，但金磚國家和「一帶一路」沿線對移動馬桶需求增勢強勁。針對此次相關市場客商多的特點，我們有專責團隊，對每一份收到的名片，進行一對一對接，一張名片後面，也許就是一個訂單。

福建歐德仕旅遊製品有限公司負責人郭琛

●公司主打露營帳篷。雖然不是高科技公司，但和其他同類公司相比，我們更注重研發投入，研發人員超過10人，避免產品同質化競爭。比如，我們是國內最早做自動帳篷的公司，如今的兩傘帳篷，也引領全行業。

山東濰坊盛安食品有限公司外貿經理閻曉輝

●公司主要從事罐頭食品生產和出口，接下來，公司在保留國內研發和供應鏈的前提下，把工廠建到泰國或柬埔寨，把國內的食品生產先進工藝帶到東南亞，實現產業鏈優勢互補。

◆外國客商試吃展會現場的農特產品。



農特產海外有市 外貿新手有收穫

特稿

除了往屆線下展會常見的服裝、箱包、食品、體育用品等展區，本屆廣交會三期展會在廣交會歷史上首次設立鄉村振興特色產品展區。東北的人參、木耳，甘肅的枸杞、蘋果，福建的竹筍、新疆的沙棘油、海南的藤編等各省區農特產品紛紛亮相，吸引大量外國客商。對常年做內貿生意的農特產商家來說，廣交會成了他們開拓新市場的大舞台。

在廣交會展館B區11.3館鄉村振興特色產品展區，各類農特產品琳瑯滿目，外國採購商或者在試吃，或者在具體談合作。香港文匯報記者了解到，為了支持各地鄉村振興，廣交會主辦方提供「零門檻、零費用」貿易平台，促進農特產品走向國際市場。

和展區很多農特產參展企業一樣，黑龍江臻珠生物科技有限公司是首次參加廣交會，公司負責人尹志遠也有機會加入「外貿人」的行列。木耳、豆粉、食用菌，他對公司旗下參展特產如數家珍，看到來自歐洲、中東等地的客商紛紛駐足，尹志遠十分欣喜。他坦言，客流量已經超過他的預期。

本屆廣交會之前，尹志遠可謂是外貿「小白」。展會上，他把30多種農特產品一一拆封，不斷地請駐足的客商品嚐。這個方法雖然沒有太多創意，但十分奏效。比如，多個俄羅斯客商對公司的豆粉產品很感興趣，接下來有望對接具體的訂單。

「從我在現場觀察情況看，幾乎所有試吃試喝的客商，都很認可我們的產品。這對我們來說，是一個新的機遇，未來，包括我們公司在內，中國的農特產品或許可以大規模走出國門。」尹志遠說。

尹志遠又說，外國人喜歡吃蔬菜、水果沙拉，像木耳這樣的中國特產，完全可以成為西式沙拉的配料。

冀借線下展開國際市場

新疆的沙棘，是一種可食用的植物果實，亦可作為中藥材。參展企業新疆中科沙棘科技有限公司此次帶來了沙棘飲料、沙棘凍乾粉、沙棘油三類產品。公司負責人曾祥宇說，沙棘在國內的認知度反而不如境外國家或地區，比如，由於它有抗氧化、抗衰老功效，不少香港中產家庭特別喜歡沙棘油，明星群體尤為鍾愛，香港、日本等地是公司銷量最好的市場之一。海南白沙藤工藝編織有限公司則帶來了數十款藤編產品，來自意大利、法國以及東南亞多國的客商到現場洽談。負責人王銘銳說，像傳統手工技藝特色產品，對線下展會的依賴性更大，廣交會首次設立鄉村振興特色產品展，對他們這樣的企業來說，機會十分珍貴。他同樣期待借助展會，打開更大的國際市場。