

# 僑鄉廣東

主辦：廣東省人民政府僑務辦公室

## 第134屆廣交會成功舉辦 綫下出口成交恢復性增長 為建設開放型世界經濟注入新動力



11月4日，第134屆廣交會綫下展告一段落，全球客商却意猶未盡。

來自五湖四海的2.8萬多家參展企業“八仙過海”，新品首發首秀精彩紛呈；全球200多個國家和地區近20萬名採購商紛至沓來，比上屆增長53.4%；綫下出口成交223億美元，比第133屆增長2.8%，實現恢復性增長……

### 結構優化背後的產業升級

本屆廣交會是近15年來展區結構調整力度最大的一屆，跨期調整了7個展區。“展區結構優化成效顯著，創新展品大量湧現，彰顯中國外貿創新實力。”廣交會新聞發言人、中國對外貿易中心副主任徐兵說。

這樣的優化，是中國產業結構升級的客觀需求，也為新興產業騰出更大更優的空間。第一期家電、電子消費品、機械設備、新能源等機電產品展區規模大幅增加約3000個展位，增幅超18%，其中新能源展區規模增幅更是高達172%。

敏銳的“老廣交”扎進新興產業的“藍海”，收穫頗豐。“此次重點展出新能源拳頭產品，收穫不少訂單和意向合作。未來新能源市場巨大，我們將加快打造虎頭家庭儲能能源生態圈。”廣州輕工集團旗下企業、虎頭電池集團股份有限公司海外銷售總監吳艷說。

更多行業“小巨人”、“隱形冠軍”、

國家高新技術企業抓住機會，第一次站在世界舞臺的“C位”。

“我們品牌是首次參展，而且拿到了特裝展位！不但有東南亞等地區的‘老朋友’來見面，這次帶來A3彩機、20速度段彩機等4款自主研發的新產品，在廣交會現場也獲得了許多新客商的訂單意向。”珠海奔圖國際市場部經理張晶晶說。

新產品、新技術、新材料、新工藝、新服務層出不窮，高端智能、綠色低碳產品成為主流，創新創意產品深受青睞。

據中國對外貿易中心統計，本屆廣交會期間，參展企業在綫上平臺累計上傳展品超275萬件，其中新產品超70萬件、智能產品約11萬件、綠色低碳產品超43萬件、自主知識產權產品約23萬件。新品首發首展首秀活動達401場，118家單位的141件創新精品獲2023年廣交會設計創新獎（CF獎）。

### “超級流量”背後的超大市場

從智利聖地亞哥到中國廣州，距離1萬多公里，飛行時間超12小時。這條路，智利採購商杰米·貝索萊特（Jaime Betholet）每年要往返5次以上，至今已第十年。“我的供應商絕大部分來自廣東，這屆廣交會上，‘廣東製造’的質量和設計又有了新的提升！”杰米驚嘆。

廣交會成了全球採購商的“寶藏平臺”。他們千里而來，通過“一站式”採購，向世界帶去廣受歡迎的“中國製造”。截至11月3日，共有來自229個國家和地區的境外採購商綫上綫下參展。其中，綫下參展的境外採購商197869人，比第133屆增長53.4%，比疫情前的第126屆增長6.4%。

不僅如此，117家工商機構和165家跨國總部企業等“大買手”紛紛組團來掃貨：馬來西亞中國總商會、匈牙利企業家與雇主協會、秘魯中國商會、巴西中國商會、尼日利亞拉各斯工商會、美國沃爾瑪、英國特易購、德國Aldi、日本永旺……

浩浩蕩蕩的人潮中，來自“一帶一路”共建國家的客商表現格外顯眼。據統計，綫下到會的“一帶一路”共建國家採購商126343人，占比63.9%，比第133屆增長68.6%。

“到廣交會找產品，絕對是豐收！”在廣州經營貿易公司6年的土耳其採購商奧馬爾是一位“老廣交”，此次專門到新能源汽車與智慧出行展區尋找優質貨源，準備進口到土耳其。

“超級流量”鏈接超大市場。廣交會進口展為全球企業搭建了進軍中國市場的快速通道，不僅讓企業共享廣交會的“超級流量”，也為企業結識世界各地的客戶、拓展全球市場帶來了新機遇。

連續參會十多年，格魯吉亞工商會駐廣東省辦事處主席、格魯吉亞“一帶一路”商務館創始人貝卡·梅卡伯利茲在廣交會上找到了新商機。“十幾年過去，展館還是老樣子，但這裏展出的企業、產品、技術和服務，已經發生了巨大變化。”貝卡說，廣交會與時俱進，讓全球採購商能隨時在這裏找到所需的新技術、新產品，也為共建國家採購商提供了良好的交流平臺。

### 訂單回暖背後的開放機遇

本屆廣交會最後一天，廣東斯威特食品有限公司展位依舊熱火朝天，洽談桌座無虛席，不少採購商還在“排隊進場”。“今年的採購商特別給力，目前意向訂單已經達到100萬美元！”斯威特展位負責人說，這幾天前來展位的採購商就沒有間斷過。

本屆廣交會綫下出口成交223億美元，比第133屆增長2.8%，呈恢復性增長態勢。其

中，品牌企業出口成交63.5億美元，比第133屆增長7.8%，占出口成交總額的28.5%；與“一帶一路”共建國家成交122.7億美元，比第133屆增長2%。

綫下，一張張訂單紛至沓來；綫上，一場場洽談持續火熱。本屆廣交會上，許多企業充分利用綫上平臺全天候運行優勢，針對不同國家和地區市場需求，提前開展引流推廣，吸引目標客戶綫下到訪。

據統計，綫上平臺累計訪客數789萬人，其中境外訪客數660萬人，占比84%。參展企業店鋪累計訪問量438.6萬次；累計連綫展示3362場次，共約3萬人次觀看。

採購商量質提升、下單積極，進一步增強了中國企業對明年外貿出口的信心。“與上一屆相比，秋交會談下的訂單更多了，未來可期！”江門市大暉科技有限公司總經理張福波充滿信心，這次不僅與多位“老朋友”簽下大單，還吸引了不少新客商的關注。

訂單回暖、信心強勁，互為市場、彼此信任。不僅是中國企業“走出去”，更多境外企業也將目光投向了“魚大水深”的中國市場，並通過廣交會鏈接全球機遇。

本屆廣交會進口展上，來自43個國家和地區的650家企業參展，其中“一帶一路”共建國家參展企業占比60%。眾多行業標杆和國際知名品牌企業集中展示智能制造、品質家居、休閒生活產品。重要展團收穫頗豐，其中日本展團首次參展的企業現場與中國企業簽下多個價值可觀的訂單；土耳其作為本屆參展規模最大的國家展團，已積極響應下屆參展邀約並認真籌備。

“收穫很大，進口我們商品的國家突破60個！”土耳其參展商額爾丁克·庫楚克興奮不已。自2015年以來，他供職的土耳其Asil Krom公司就連續參加廣交會進口展，該公司生產的不銹鋼水槽等產品也隨之銷往歐洲多地及美國。本屆廣交會上，該公司業務又一次取得新突破，首次拓展到南美洲市場。

透過廣交會這扇窗戶，中國堅定不移擴大高水平對外開放的決心更加彰顯。來到廣交會這個平臺，全球客商不僅“廣交世界”，也用實際行動“互利天下”。（南方日報記者陳曉 唐亞冰 唐子焜 周美霖 邵一弘）

## 第134屆廣交會第三期開展 參展產品更趨個性化高品質化



第134屆廣交會第三期開展，採購商在體驗按摩椅。陳曠曼攝



第134屆廣交會第三期開展，採購商在採購衣服。陳曠曼攝

第134屆廣交會第三期31日在廣州開幕，展覽總面積51.5萬平方米，參展企業超過1.1萬家，綫上展上傳展品約99萬件。其中，出口展品牌展位、品牌企業數量同比增幅均超40%，進口展中共建“一帶一路”國家參展企業占比超60%。

截至當天17時，本屆廣交會境外採購商累計到會人數超17.7萬人，來自216個國家和地區。

出口展方面，本屆廣交會第三期優化題材分布，凸顯“美好生活”主題。其中，玩具、孕嬰童用品、個人護理用具、浴室用品、寵物用品等展區從第二期移至第三期，進一步優化平衡各展期的題材分布，與原有板塊共同組成玩具及孕嬰童、時尚、家用紡

織品、文具及健康休閒等5大板塊。

可單手自動折疊的嬰兒高景觀手推車、采用可降解技術處理且具有較高低碳環保附加值的全磨毛布被子、采用自主研發面料的光纖背包……記者當天巡館發現，形形色色的創新產品，為本屆廣交會第三期帶來更多的“美好生活”體驗。第三期參展企業把科技創新與時尚個性相結合，推出涉及玩具及孕嬰童、時尚、家用紡織品、文具、健康休閒等領域的產品，參展產品更趨個性化、高品質化。

在醫藥保健品及醫療器械展區，在山東一家按摩椅生產商的展位上，一款外觀設計感強的按摩椅吸引境外採購商注意。“這是我們今年的新品，較市面上其他產品，此款

### 中國華僑歷史博物館首家分館揭牌設立

中國華僑歷史博物館廣州分館揭牌儀式30日在廣州華僑博物館舉行，標志着中國華僑歷史博物館首家分館正式設立。廣州華僑博物館2021年7月建成，2022年6月正式開館，依托廣州市厚重的華僑歷史文化資源，利用百年文物建築活化建設，融合傳承了歷史文脈，涉僑藏品逾1.6萬件，基本展覽陳列以“廣州華僑華人歷史與貢獻”為主題，將地域歷史特色和華僑元素有機融合。

中國華僑歷史博物館廣州分館設立後，中國華僑歷史博物館將與廣州華僑博物館以總分館體系為平臺，通過共建共享管理、藏品、展覽、社教、宣傳、信息化、研究等各類資源，激活中央和地方現有涉僑文化遺產資源存量，實現更大範圍上涉僑文化遺產資源的優化組合與共享。

揭牌儀式上，香港廣州書畫會分別向中

國僑聯、中國華僑歷史博物館贈送由知名藝術家創作的書畫作品，中國華僑歷史博物館分別向廣州華僑博物館贈送學術研究成果、向香港廣州書畫會贈送基于館藏元素設計的文創產品。（中新網 蔡敏婕）

中國華僑歷史博物館首家分館正式揭牌設立。廣州市委統戰部供圖

按摩椅具有4D雙機芯，相當于有兩個人同時進行按摩，還具有機芯加熱功能，能更好地舒緩消費者全身壓力。”該公司品牌經理曹麗莉表示，憑借技術優勢和外觀優勢，該公司為國際大公司的按摩椅長期供應配件，產品銷往美國、德國、日本等30多個國家和地區。

“我覺得今天過來展位的採購商數量比較多，主要以巴西、西班牙和日本為主，織法新穎、款式簡單的女裝粗針針織毛衫，比較受歡迎。”廣東鴻泰時尚服飾股份有限公司經理陳曉冬表示，該公司今年出口量同比增長約15%，她把增長秘訣歸納為開發力度的加大，“我們有專門的設計師結合時下流行

趨勢，設計新款衣服以適應當下市場需求”。

此外，本屆第三期進口展規模與質量進一步提升，有來自25個國家和地區的240家企業參展，設土耳其、韓國、印度、馬來西亞4個國家展團和中國香港、中國澳門2個地區展團，集中展示食品、家用紡織品、辦公文具、個護等產品。其中，共建“一帶一路”國家企業參展積極。第三期進口展上，共有來自韓國、土耳其、馬來西亞、巴基斯坦等16個“一帶一路”共建國家的142家企業參展，占比約60.7%，重點展示特色食品、家用紡織品等產品。（中新網 蔡敏婕）