**第128届广交会圆满落幕**

第128届广交会于10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了本届广交会总体运行情况。

徐兵说，本届广交会以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实国务院决策部署，在商务部、广东省人民政府的坚强领导下，在中央相关部委的通力保障、各地商务部门和驻外机构的大力支持下，经过全体与会人员共同努力，总体运行平稳，取得预期成效。

徐兵表示，当前，新冠肺炎疫情仍在全球持续蔓延，世界经济严重衰退，各国都面临抗疫情、稳增长、保民生的艰巨任务。第128届广交会在网上举办，不仅为稳住外贸外资基本盘作出了应有贡献，更彰显了中国以实际行动维护国际产业链供应链畅通运转，为全球经贸复苏注入新动力的大国担当与作为。

徐兵介绍，**本届广交会云平台总体运行平稳。**广交会官网平台设置展商展品、供采对接、虚拟展馆、展商直播、新闻与活动、大会服务、跨境电商专区等栏目，把全天候网上展示、营销推介、供采对接、在线洽谈等功能融为一体，为全球客商架起了一座突破时空限制的贸易桥梁。截至10月24日，广交会官网累计访问量5117万次。本届广交会功能更强、服务更优、体验更好，从简化注册、优化搜索、加强互动、促进对接、智能服务等方面对官网平台进行了升级完善，以线上手段高度还原线下商务交流的场景。展品展示规模、质量均有提升，采购商注册观展更加便捷，供采双方对接交流更加顺畅，更好实现了“进得去、找得到、谈得起来”的目标，参展商和采购商纷纷点赞叫好。官网平台上线以来整体运行平稳，网络安全保障有力，未发生重大网络信息安全事件。

**新产品新技术加速涌现。**近2.6万家参展企业同台展示，设计创新、功能创新、工艺创新、材料创新的产品比比皆是，凭“新”论高下、用“新”促转型的气息扑面而来、随处可见，充分展现了中国外贸企业坚持高质量发展，主动提质升级的积极转变。参展企业累计上传展品超过247万件，比上届增加35万件。从企业填报情况看，新产品73万件，比上届增加13万件；智能产品10万件，比上届增加2万件；“三自一高”产品持续增多。其中，来自30个国家和地区的346家境外企业，上传展品8500余件。琳琅满目的展品吸引了全球采购商“冲浪”观展，参展企业云展厅累计访问量789.26万次，其中出口展参展企业云展厅累计访问量782.64万次，进口展参展企业云展厅累计访问量6.62万次。

**助力企业加快数字化转型。**本届广交会借助互联网、大数据、云计算、人工智能等新技术，支持企业通过图文、视频、3D、VR等形式“触网”参展。优化了直播大厅排序规则，引导参展企业提高直播水平，企业在直播设备、直播阵容、直播语言、直播产品以及时段安排等方面做了充分的准备，针对不同市场制定个性化直播方案，累计直播28.48万场次，共有189.39万人次观看。本届广交会提供按专业题材分类的虚拟展馆，将企业VR展位集中展示,为采购商提供沉浸式观展体验，共有2046家参展企业制作并上传了VR展位，访问量16.32万次。

**供采双方对接精准高效。**本届广交会优化了供采对接流程，简化意向订单分发方式，增加意向订单下参展商主动联系渠道，促进供采对接。增设消息提醒，帮助参展商及时把握商机。新增的电子名片功能方便实用，成为企业获取、积累采购商信息的重要渠道，用户通过官网平台共发出18.68万张电子名片。

**展会活动提升参会价值。**本届广交会成功举办一系列高水平、高质量的配套活动，丰富了展会内涵，提升了参会价值。在全球37个国家和地区举办了38场采购商“云推介”“云对接”活动，与埃及亚历山大企业家协会、黎巴嫩扎赫勒和贝卡农工商会、尼日利亚拉各斯工商会、坦桑尼亚私营企业基金会、白俄罗斯工商会明斯克分会、塔吉克斯坦工商会等6家工商机构举办了“云签约”，进一步扩大了广交会“朋友圈”。成功举办首场广交会双循环促进活动，为外贸企业开拓国内市场牵线搭桥，不少企业表示收获颇丰。23个交易团（分团）的105家优质品牌企业举办120场新品发布活动，参与企业数量比上届增加80%，活动场次增加100%。举办2020年广交会出口产品设计奖（CF奖）终评评审会议，共有932家企业的1966件产品参评，参评企业数和产品数较去年同比增长27%和35%，最终甄选出91家企业的131件产品。广交会产品设计与贸易促进中心（PDC）共有来自10个国家和地区的近80家设计机构参与，参展机构数量增长73%，通过线上线下相融合的形式，举办设计展示、设计论坛、贸易云对接、广交会时尚周线下时尚爆款LIVE秀等系列活动。与中国银行联合举办融资对接活动，为中小参展企业解决融资难题，有力支持了企业的经营和发展。

**配套服务完善到位。**本届广交会建立线上线下相结合的投诉处理新模式，高标准筑牢知识产权保护之盾，因知识产权被投诉企业累计136家，最终认定1家企业涉嫌侵权。金融服务专区8家金融机构为参展企业定制专属金融产品，金融专区累计访问量95,588人次，累计发放贷款1,288笔，累计办理结算业务80,939笔。继续提供海关服务，增设物流、检验、认证等驻会商务服务。继续设立跨境电商专区，以“同步广交会，环球享商机”为主题举办同步活动，105个跨境电商综试区集中向全球展示形象；与中国制造网、敦煌网、易单网、全球化工网4家跨境电商平台建立链接，扩大受惠企业面。启用“AI智能客服+在线人工+多语种”的多媒体全天候全渠道客服系统，为客商提供智能高效的服务，电话接起率、在线客服接起率分别比上届提高了71.31和34.26个百分点。

**助力构建新发展格局。**本届广交会多措并举推动内外贸对接。挖掘参展企业内贸亮点，多渠道、全方位招商宣传，精准触及境内优质采购企业。为具有内贸意向的参展企业，在云展厅为超百万件展品标识“可内销”标签，支持一键筛选快速定位。线上线下相结合举办首场“国内国际双循环，内贸外贸齐驱动”活动，吸引约100位采购团体代表和40多家参展企业参与。加大境内采购商邀请力度，共有1.37万名境内采购商注册观展，境内采购商累计向参展商发起即时沟通5.78万次，达成意向订单1025条。

**举办成效符合预期。**本届广交会为全球采购商搭建了安全可靠的交流合作平台，虽然疫情仍未现拐点，但难阻境外采购商与我国开展经贸合作的热情。共有来自226个国家和地区采购商注册观展，采购商来源地再创新高，分布保持了多元化和全球化的特点。境外采购商表示，升级后的广交会网上平台带来了更好的用户体验，不仅能浏览到更多新产品、接触新技术、了解新动向，而且互动沟通更便捷，能够高效精准触及优质供应商群体，甚至直达生产车间，为一站式洽谈采购所需产品提供了便利。外贸企业表示，通过“触网”参展有效展示了企业产品和形象，维系了与老客户的关系，结识了不少新客户，尤其是以“一带一路”沿线为代表的新兴市场采购商，使客户结构更加均衡，市场布局更加合理。本届广交会为中外企业提供了当下稀缺的交流渠道和平台资源，帮助企业打通产销堵点，拿到急需的订单，有力提振企业信心，稳定市场预期。

徐兵表示，境内外新闻媒体精心谋划，从不同角度对本届广交会进行深入采访报道，在特殊时期向世界讲述广交会故事，传递广交会声音，为本届广交会顺利举办营造了积极正面的舆论氛围。期待第129届广交会再相聚。