

聚焦广交会

风起广交 中国机电企业迎来高光时刻

一刻钟“圈”出美好生活

□ 本报记者 王旭光

“广聚天下货、广邀天下客”，第134届广交会第一期，外贸企业特别是机电行业企业迎来了高光时刻。

今年以来，受多重因素影响，中国外贸承压前行，中国机电行业也不例外。在此形势下，中国机电外贸顶住了压力，展现出了强大韧性。海关总署统计，今年前8个月，中国机电产品累计进出口18769.1亿美元，同比下降7.4%，占货物贸易总额的48.2%。其中，出口额和进口额同比分别下降3%和15.8%。

今年前8个月，曾是中国优势出口产品的手机、集成电路、计算机等消费电子产品出口持续低迷。然而，机遇与挑战并存，“新三样”——新能源汽车、锂电池，以及太阳能光伏出口火爆，折射出中国经济的新动能。

据统计，“新三样”出口额合计

1012.37亿美元，拉动前8个月机电出口2个百分点。其中，电动载人汽车出口额258.14亿美元，同比增长115.78%，领跑“新三样”及其他外贸产品。船舶、汽车零部件、通用机械出口额同比均有明显增长，其中，液晶显示模组、汽车配件、计算机零部件等中间品对墨西哥、印度等市场出口增长明显。

“中国经济长期向好的基本面没有变，陆续出台的一系列稳外贸政策措施综合效应正在持续显现，再加上良好的产业体系和完善的生产能力，预计2023年全年，中国机电产品进出口有望企稳回升、稳中有进。”中国机电产品进出口商会会长张钰晶对外贸形势作出如此分析。

在机电商会看来，在服务企业拓市场、拿订单方面，广交会这一国家级经贸平台的作用不容小觑。

中国机电产品进出口商会副会长刘春表示，“机电商会积极协助外贸中心邀约采

购商，协助参展企业与采购商对接交流，努力提升成交率。本届广交会，中国机电商会组织11024家企业参展，展位21873个，同比增长17%。其中，品牌展位4602个，占比21%；特装展位8977个，占比41%。”

“充分利用RCEP有关利好政策，深耕东南亚市场”是机电商会给外贸企业出的另一个高招儿。

今年3月，中国机电商会与新加坡中华总商会在新加坡共同举办2023国际产业合作大会(新加坡)暨中国机电产品品牌展览会，来自RCEP地区的国际组织、行业协会、金融机构和企业代表共近600余人参加，133家中国企业参展，5000多家专业采购商观展交流，取得了显著成效。

助力企业稳外贸、拓市场，“积极稳定欧美市场”亦必不可少。

中国机电商会作为中国省与美国加利福尼亚州、密西根州贸易投资合作联合工作组中方秘书处，今年5月，组织中

国省市经贸合作促进团赴美国，与旧金山湾区委员会共同举办中国省市—旧金山企业对接交流会并参访多家中美企业机构；9月，与厦门市政府、福建省商务厅共同举办中美省州经贸合作研讨会暨中美省州地方与企业对接交流会。

刘春表示，“中国省与美国加州贸易投资联合工作组成立十年来，双方人员往来愈加密切、贸易投资不断增长，省州机制在促进双方经贸合作与成果落地方面发挥了至关重要的作用。举办中美省州地方与企业对接交流会，必将为双方企业提供更多商机匹配机遇，促成更多合作。”

北京市东城区龙潭街道(北圈)属于老城区分布式住宅生活圈，面积2.5平方公里，现有常住人口2.9万人，辖区内菜市场、超市、学校、养老中心、剧场等各类业态发展相对齐全。立足推进首都高质量发展，龙潭街道积极建设地区便民生活配套网点，聚力推进服务消费品质升级，“共享圈”“品质圈”“宜居圈”“活力圈”“幸福圈”——一刻钟便民生活“五圈”模式极大地提升了社区居民的获得感。

龙潭街道积极开拓创新，建设性地开展老楼改造试点工程，打造便民服务“宜居圈”。

龙潭地区是北京市最早的老式居民楼社区，拥有多栋苏式木质屋顶住宅楼，居住空间狭小。为改善居民居住环境，龙潭街道大胆探索创新，以光明17号楼为试点，开展了全市第一个老旧楼房翻新改造工程。

据了解，该项目把原有筒楼拆除，增加了半地下一层、地上三层共四层建筑结构，并且将半地下一层作为公共服务用房，提供更多居民自治与休闲空间。同时，改变原有共用厨卫的模式，每户独立成套、单独厨卫，为每

打造便民“五圈”模式 北京龙潭街道提升百姓获得感

□ 本报记者 王旭光

户加装飘窗以及中空玻璃，精装交付拎包入住。2023年，居民领到了新房钥匙和“大红本”，居住品质大幅提升，成为老式筒楼房改造工程探索的典型范例。

为打造便民服务“共享圈”和“品质圈”，龙潭街道问需于民，整合资源，构建起社区便民新生活。

为提高效率、保障落实，龙潭街道成立一刻钟生活圈建设领导小组，明确一刻钟便民生活圈建设的目标定位、实施步骤及保障措施等，统筹协调属地各职能部门协同配合，落实好各项规划任务。

龙潭街道根据居民使用各项服务资源的频次、距离，积极引导设置服务内容，按照蔬菜零售、便利店、早餐、家政、美容美发、末端配送、便民维修、洗染等8项基本服务功能，对标对表，一年内实现了保障类网点配置齐全。

老式居民楼社区怎样做到“适老化”是改造过程中的关键点。龙潭街道经过探索，构建养老服务体系，探索友好型公共空间，打造了便民服务的“幸福圈”和“活力圈”。

通过搭载智慧养老平台，龙潭街道初步构建出“一中心五驿站”的养老服务格局，实现养老服务“15分钟便民服务区”全覆盖。目前，已实现养老家庭签约老人一人一档的动态信息化管理。同时，开设便民老年早中晚配餐中心“长者食堂”，将照料中心“楼上养老、楼下就医”与驿站“上门巡诊、送药到家”服务相结合，真正打通健康养老“最后一公里”。目前，幸福社区已成功入选全国示范性老年友好型社区。

此外，龙潭街道选取光明西里铁路沿线绿化空间约800平方米，探索友好型公共空间微更新项目。龙潭街道组织社区居民从方案的设计、施工乃至后期管护全程参与，降低社区维护的管理成本。这种模式也成为老城区微更新设计管理模式的创新。

2023消费提振年 数商兴农庆丰收

电商平台助“非遗”产品数字化出海

本报讯 记者从阿里国际站获悉，近期其和阿里公益正式启动了“非遗闪耀计划”。该计划旨在用数字外贸技术，帮助非遗产品数字化出海。在此前第一期的尝试中，阿里国际站就让广西博白的芒竹藤编“非遗”技艺与海外供应商合作，开发出广受海外客户欢迎的“非遗”环保产品。

据悉，美国采购商拉切尔通过阿里国际站的非遗专区，联系到了广西博白的芒竹藤编传承人黄连，开启了二人的合作。拉切尔与黄连将大胆创新，共同开发了结合环保理念与海外偏好的藤编包。这款非遗产品在阿里国际站美国Co-Create峰会上——露面就引起大量关注。

在Co-Create峰会上，芒竹藤编工匠们不仅编制包包，还创作了灯饰、挂饰、旅行箱等各种形式的藤编产品。在峰会现场有大买家直接下订单采购，他们均被不用一丝线、一根钉的神奇非遗编织法所折服。

此前，践行乡村振兴的号召，黄连将结合博白当地的实际情况，把生产形式发展成“公司+订单+农户”模式，汇聚农村零散劳动力，让农民在家中就能就业增收。在这个过程中，她还充分发挥互联网优势，借助阿里国际站的数字化技术，让博白县的藤编技艺可以“一键卖全球”，村民可能没有出过国，但他们编织的非遗手工艺品漂洋过海进入了海外的千家万户。

据黄连透露，目前她带领着当地19个乡镇1600余位村民编织工作，为对接好这1600多位村民，她还为每一位合作的村民都配备了经纪人，从编织花样教学、物料分拣分配到成品品控和回收等都提供了一条龙服务，现在已经培养出42位经纪人。在与凤凰网合作的村民中，有300多户实现了收入增加。

非遗传承是一条孤独的路，走向全球更是不容易。但是博白凤凰网总经理黄连将，把非遗藤编做成了全村人致富的生意。目前，广西博白非遗藤编成功出海的故事也吸引了更多非遗产品想要借助阿里国际站出海。接下来，阿里国际站与阿里公益联手打造的“非遗闪耀计划”，会借助数字外贸，将继续帮助更多非遗产品卖向全球。

(李子晨)

精准对接 精心组展

商会助企乘风破浪

□ 本报记者 王旭光

作为企业“走出去”的桥梁，第134届中国进出口商品交易会如约而至。广交会“搭台”，商会精准对接、精心组展，助外贸企业在这个“舞台”上大展风采。

精心筹备展展 吸力更强

“拿订单、促成效、稳外贸”，广交会既是国际贸易合作的重要平台，也是企业开拓国际市场的重要渠道。

中国五矿化工进出口商会在组展期间细化分工，群策群力。

五矿商会通过在骨干企业和主要出口产品基地调研、群发信息等方式，向相关企业发送有关参展的政策规定，引导企业合规参展。不仅如此，五矿商会还安排专业人员在广交会举办期间，耐心解答企业遇到的问题，及时为参展企业提供服务。

据了解，第134届广交会五矿化工馆展位数量约

6500个，参展企业3991家，比上届增加15.4%。本届广交会五矿化工馆共包括建筑及装饰材料、卫浴设备、五金、新材料及化工产品四个室内展区和一个铁石装饰品及户外水疗设施户外展区，与上届相比呈现出很多新变化。

中国机电商会也配备了精兵强将积极备战广交会。中国机电产品进出口商会会长张钰晶表示：“面对新形势新机遇，中国机电商会在精准对接行业企业的同时，主动配合地方政府为企业进行广交会政策宣讲和相关培训，确保本届广交会参展商、展位较上届均有明显增多。”

事实也正是如此。“与上届相比，展位数量大幅增加，参展企业量多质优。”中国机电产品进出口商会副会长刘春介绍，本届广交会机电馆共设19个展区，参展企业11024家，共设展位21873个，比上届增加3201个展位，同比增长17%。家用电器、工具、汽车配件、电子消费品及信息产品、通用机械及机械基础件、照明产品、电子电气产品和加工

机械设备共8个展区的展位数超过1000个。

聚焦专精特新 再创辉煌

值得一提的是，在本届广交会品牌展位评审工作中，机电商会增加了新能源及智能网联汽车、工业自动化及智能制造和新能源三个展区，增加了对研发创新和自主知识产权中的制造业单项冠军、专精特新“小巨人”等评审内容。本届广交会品牌展位评审中，共1846家企业报名参评，其中品牌老企业477家，整体申报企业数量比上一轮评审增加680家。

正因如此，本届广交会龙头企业及拳头产品较上届明显增多。

企业方面，既有珠海格力电器股份有限公司、广东格兰仕集团有限公司、山东威达重工股份有限公司等知名龙头企业，也有三信国际电器有限公司、加西亚电子电器股份有限公司、慈溪市贝联电器有限公司、珠海芯烨电子科技有限公司等一大批专精特新“小巨人”企业。

产品方面，海尔集团的T门冰箱分多个温度

区域，可满足不同食品对储存温度和湿度的要求；美高电气科技有限公司的电弧故障断路器，机身长98毫米，体积小，便于安装更多附件；苏州爱普电器有限公司的模块化、多功能人机交互扫地机，集扫地、吸尘、蒸汽、水洗等多功能于一体……

无独有偶，五矿商会严格落实商务部广交会品牌企业评选办法，遴选出307家品牌企业参展，占比约7.7%，多家企业拥有专精特新“小巨人”和国家级高新技术企业称号，充分体现了建材卫浴五金化工行业的最高水平和发展趋势。

尤为值得关注的是，化工展区新增新材料专区改为新材料及化工产品展区，将有数十家新材料企业在广交会上首次亮相。新材料展区的设立适应了中国经济发展需求，提升了专业化水平，有利于中国企业“走出去”，有利于国内外企业加强合作，推动相关行业的快速发展。

制造业“湘军”实力闪耀广交会

□ 本报记者 顾鸿儒

10月15日，第134届广交会在广州盛大启幕。湖南交易团带来了众多具有湘湖特色的优质商品，借助广交会这一国际化平台，积极融入全球贸易大潮，展现湘企的蓬勃生机。

在本届广交会上，湖南交易团以众多细致入微的服务，帮助湘企以高质量和创新性吸引全球采购商的目光，展示了湖南在制造业领域的长足进步，也彰显了湖南在加快新旧动能转换、推动高质量发展方面的坚定决心。

“我们需要更多展位”

作为参展50多次的“老广交”，迅达科技集团股份有限公司在本届广交会上新增了一个大品类——厨具品类，其中亮点产品为一款燃气烤箱。

在今年春季广交会上，这款烤箱受到海外客户的关注，业务量同比增加了一倍。在秋季广交会上，企业带来了更多新产品。“展品数目翻倍增加，我们需要更多展位，湖南交易团给了公司大力支持。”迅达科技集团股份有限公司海外营销中心总经理周春华对记者说。

“本届广交会，迅达获评品牌企业。”湖南交易团秘书长、湖南省商务厅外贸处副处长刘婷向记者表示，迅达本次共获批了10个展位，其中4个为品牌展位。

“在本届广交会上，中西部地区制造业

企业受到了更多重视。”刘婷表示，这得益于国家积极推进中西部地区承接产业转移示范区建设。近年来，在国家发展战略推动下，湖南制造业快速发展。据了解，本次湖南交易团共获评35家品牌企业、201个品牌展位。

“我们新增了12家品牌企业，增加了70个品牌展位。一方面，得益于商务部和各大进出口商会对湖南省外贸发展的认可和大力支持；另一方面，源于湖南品牌企业这些年积极拓展国际市场、培育打造出口品牌的努力。”湖南交易团团团长、湖南省商务厅副厅长周越对记者说。

跨过第一道光

凭借精良的生产设备、精辟独到的工艺技术，湖南浩森胶业有限公司的原胶系列产品受到海外用户的青睐。“本届广交会，我们带来了几百个产品，都是湖南交易团帮忙统一运送至展馆的。”该公司销售经理陈国华对记者说。

陈国华表示，湖南省企业来到广东，很多地方不熟悉，尤其在广交会举办期间，展馆人山人海，住宿和出行成为外地参展企业面对的第一道光。

“在湖南交易团的帮助下，我们入住了离广交会展馆非常近的酒店，并且团队出行有专车接送，这为我们开拓市场、洽谈合作奠定了坚实的基础。”陈国华说。

10月14日，陈国华参加了湖南交易团

组织的展前预备会。在此之前，湖南交易团已经举行了多场类似的培训活动。

“湖南交易团按大会统一要求，在及时组织企业前期参加各项线上培训的同时，在企业培训引导方面也开展了两方面的工作：一是改变了预备会议的地址，由以往的广州改为湖南，会议规模增加，参加培训的企业数目增多，向企业及时有效地传达了本届广交会的最新要求、新规定和新形势。二是发动各方面力量，通过湖南省商务展览中心和各市州商务局，进一步加强了对参展企业的服务、指导工作。”周越对记者说。

湖南，走向世界

首次跟随湖南交易团参展的企业——湖南旺事达新能源有限责任公司是中国最早的电池方案供应商之一。这家深耕外贸15年的老牌企业，带了一些朋友来到广交会。

该公司总经理杨霞向记者表示，在参展之前，根据湖南交易团的指导，企业进行了一系列的前期准备。“我们提前邀请了很多海外老客户，他们对于参加广交会非常积极。有一位来自马来西亚的客户主动询问是否能来广交会，在各方努力下，他与我们一样成为了一名‘新广交’。”杨霞说。

一个月前，就有老客户向陈国华咨询展位号。“他是一位来自巴西的客户，我们在广交会上结识，目前已合作近12年。这次他主动提前联系，约好了过来面谈。”