附件1

**第125届广交会召开闭幕新闻发布会**

第125届广交会闭幕新闻发布会5月5日在广州广交会展馆举行。广交会副秘书长、新闻发言人、中国对外贸易中心副主任徐兵向与会的境内外媒体介绍了本届广交会总体运行情况。

徐兵说，第125届广交会以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中全会精神，践行新时代广交会的历史使命，紧紧围绕今年我国外贸稳中提质目标任务，以党的政治建设为统领，将全面从严治党贯穿到广交会的各环节、全过程，深入推进党建与业务工作深度融合、互促共进。在党中央、国务院的亲切关怀下，在商务部、广东省人民政府的高度重视和坚强领导下，在全国各地商务部门的大力支持下，经过全体与会人员的共同努力，本届广交会总体运行平稳，圆满完成各项任务，在服务稳规模、提质量、转动力方面取得积极成效。

徐兵介绍，第125届广交会境外采购商到会195,454人，来自213个国家和地区，比2018年春交会同期（下同）下降3.88%。

各大洲采购商到会人数分别为：亚洲110,172人，占56.37%；欧洲33,075人，占16.92%；美洲 31,143人，占 15.93%；非洲14,492人，占7.67%；大洋洲 6,072人，占3.11%。

2018年我国十大贸易伙伴国家和地区到会人数占到会总人数的64%,同比提高2.56个百分点。“一带一路”沿线国家和地区采购商到会88,009人，占比45.03%。

到会人数排名前20的国家和地区占到会总人数的61.44%，同比提高0.44个百分点。到会人数前10位的国家和地区为：中国香港、印度、美国、韩国、泰国、俄罗斯、马来西亚、中国台湾、日本、澳大利亚。

在2019年最新公布的世界零售商250强企业中有101家到会，排名前10位的有5家，分别为沃尔玛、好市多、施瓦茨、亚马逊、阿尔迪。各国行业领军企业继续派员到会采购。跨国采购企业总部派出采购代表人数保持稳定。

到会超过10次的老采购商47,588人。

到会采购商中，电子及家电类40.14%，日用消费品类32.63%、家居装饰品类28.7%、礼品类28.18%、纺织服装类26.35%。

徐兵说，本届广交会累计出口成交1995.24亿元人民币（折合297.3亿美元），同比2018年春交会下降1.1%。

出口成交中，机电商品仍排在首位。机电商品成交160.3亿美元，占总成交额的53.9%；轻工产品成交76.1亿美元，占总成交额的25.6%；纺织服装成交16.2亿美元，占总成交额的5.4%。

品牌展区成交良好。共成交85.6亿美元，占总成交额的28.8%。

对“一带一路”沿线64国出口成交106.3亿美元，增长9.9%，占总成交额的35.8%。

成交订单中，中短单占比居高不下，长单占比依然偏低。3个月以内的短单占42.3%，3-6个月的中单占33.4%，6个月以上的长单占24.3%。

徐兵表示，本届广交会不断拓展服务功能和服务内涵，充分发挥多功能综合平台作用，支持企业开拓多元化国际市场，培育外贸竞争新优势。**一是更好服务外贸高质量发展**。本届广交会的展览规模和参展主体保持稳定。按照“创新、专业、精准、精细”的理念，精准开展全球营销推广和采购商邀请活动，确保采购商质量和来源地多元化，新采购商与会踊跃，共有82,375人，占总人数的42.15%，同比提高0.64个百分点，有效帮助企业拓展新客户、开发新市场。部分企业80%以上的客户都是通过广交会结识的，70％的订单都来自广交会。广大参展企业加速提质创新，在技术研发、产品创新、品牌培育等方面持续发力，高技术、高品质、高附加值和自主品牌产品不断涌现。虽然现在出口渠道日益多元，但广交会仍然是中国企业拓展全球市场最重要的渠道，在帮助企业构建全球营销网络、开拓多元化国际市场方面的作用无可替代，是推动中国外贸发展特别是稳定和扩大出口的“定海神针”。110家设计机构参展，为参展企业推介设计服务18040家次。2019年广交会出口产品设计奖已收到约300家企业超过500件产品报名，大批行业龙头企业报名参评。历年获奖产品吸引了广泛关注，获奖产品展示厅日均吸引2300人次到访。广交会通过设计展示、设计对接和出口产品设计奖评选，有效引导企业提升产品设计创新能力，助力企业树立品牌形象、培育外贸竞争新优势。**二是为境外企业创造更多中国机遇。**本届广交会进口展共有38个国家和地区的650家企业参展，众多行业标杆和国际领军企业集中展示高端智能、绿色低碳和适合中国市场需求的产品。境外参展企业表示，广交会进口展为它们进军潜力巨大的中国市场搭建了快速通道，帮助它们结识了大批中国客户，与中国企业达成了合作意向，建立了长期合作伙伴关系。**三是有效带动地方对外开放。**安排6个省市的8个地区产业集群参展，展出男女装、运动服及休闲服、地毯及挂毯、服装饰物及配件等产品，呈现出产业集群“一条街”的格局。为27个我国外贸转型升级基地和地区产业基地提供展示平台，集中展示基地建设成果和特色产品。为39个省市地区举办74场形式多样的展示、产业推介和贸易对接活动。借助广交会庞大的客商资源，推动地方特色产业、优秀企业和优秀品牌走向世界，带动全国各地对外开放，有效促进了地方开放型经济发展，受到地方政府、企业和采购商的普遍欢迎。**四是会议论坛内容更加丰富。**本届广交会共策划组织了128场活动，其中主题论坛26场，涵盖地区市场、外贸形势、国际大宗商品、供应链及分销、时尚潮流趋势等内容，累计吸引逾3000人。各类会议论坛结合当前热点和行业发展特点，不仅为企业带来具有前瞻性和战略价值的高端资讯以及实用性强的解决方案，而且也为各方提供了一个开放型的交流平台，引导各方共同探讨拓展贸易方式、激发贸易活力，推动经贸合作朝着高质量、可持续方向发展。

徐兵介绍，本届广交会共受理知识产权投诉案件377宗，508家参展企业被投诉，246家企业最终被认定涉嫌侵权。与上届相比，受理案件减少6宗，被投诉企业总数减少2家，被认定涉嫌侵权企业总数减少22家。共受理贸易纠纷投诉案件62宗，比上届增加21宗，其中调解成功43宗，有10宗当场履行和解协议。

徐兵说，本届广交会继续推进“智慧广交会”建设，为参展企业和采购商提供展前、展中、展后全过程的智慧服务，智慧服务水平进一步提升。广交会大数据看板滚动播出关注度较高的数据，全面展示广交会各方面的情况，提供直观形象的数据展示和智能化服务。推出网络无感知认证功能，为展客商带来更便捷的上网体验，累计WiFi上网230,019人，比上届同期增长40.76%。现场信息驿站查询浏览量超22.5万次。展商展品查询系统访问数达21.1万人次，来自219个国家和地区；“品牌橱窗”专栏广受关注，访问数达4.9万人次，来自186个国家和地区，专栏产品点击量是其他展区产品点击量的1.6倍，有效推动品牌企业开拓国际市场。手机终端报送成交统计功能受到参展企业欢迎，成交统计线上填报占比从37.18%提升到92.05%。

徐兵表示，本届广交会全面系统实施广交会绿色发展2.0计划，在绿色标准体系建设、绿色展位奖品牌传播、专业型材使用、设计创新和展览废弃物管控等方面进一步加大力度，绿色发展质量和效益全面提升。《绿色展台评价指南》已通过国家标准委审评中心立项初审。举办广交会绿色展位奖颁奖仪式暨“绿色时空”展演活动，为84家第124届广交会绿色展位奖获奖企业颁奖。开展第125届广交会绿色展位奖评选活动，共有403个特装展位申报评选，微信投票总票数达到53.7万票。展馆环境进一步改善，展览固体废物继续减少，现场展示效果稳步提升。

徐兵说，本届广交会共有贫困地区参展企业770家次，涉及45个展区15大类商品，其中贫困地区特色产品展区共有来自22个地方170家企业参展，涉及5大类商品15个产品类别。成功举办贫困地区特色产品展区专场推介活动，通过展示推介、走秀演示、试品互动等形式，为贫困地区参展企业与全球采购商搭建联通桥梁。参展企业表示，广交会为贫困地区企业提供了开拓国际市场的新平台和脱贫致富的新机遇。参展企业通过广交会了解到了市场需求和行业趋势、结识了有效客户、开拓了新市场、拿到了实实在在的订单；通过与优秀同行的交流，拓展了国际视野、培养了主动开拓市场的意识，增强了内生发展动力，为打好脱贫攻坚战、带动贫困地区外贸和经济发展奠定了良好基础。

徐兵表示，本届广交会加强了展位使用管理，共处理了22家违规使用展位的企业，通过取消参展资格、相应扣减所属交易团一般性展位基数、取消所属交易团表彰对象资格、在《广交会通讯》上通报处理结果等有力举措，有效保证了广交会质量和洽谈秩序。牢固树立安全发展理念，按照人防、技防、物防并举的思路，加强内外安保力量联动协作，完善各类应急预案，严格落实各项安保措施，不断提高科技安保水平，筑牢全面安全防控体系，以更严要求、更高标准、更实措施全力保障安全。本届广交会运行安全平稳，无重大治安刑事案件、暴恐袭击、火灾、食物中毒、重大传染病疫情、交通瘫痪等事件发生，为广大中外客商洽谈成交创造了安全祥和的环境。

（广交会新闻中心）