

中国城市会展业竞争力指数发布 佛山位列地级市第一

珠江商报讯 记者黄澄献报道:记者昨日获悉,在成都举行的2023中国会展城市产业合作大会暨会展城市竞争力指数发布会,连续第八年重磅发布国内城市会展业竞争力指数。在全国105个样本城市中,佛山会展业竞争力指数排名第十九名;在70个样本地级市与县城市中,佛山会展业竞争力指数位居第一名。

会展业素有“城市建设的加速器”之称,是现代生产性服务业的重要组成部分,是构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台,对引导产业发展、促进生产要素流动、优化资源配置、促进经济技术交流与合作、提高城市知名度和竞争力有着重要作用。

中国城市会展业竞争力指数,科学全面地反映中国城市会展产业发展状况,在业界具有较高的影响力,得到了各地政府和行业的高度关注和认可。2022年中国城市会展业竞争力指数以综合考察城市会展业宏观环境竞争力、产业发展竞争力、企业竞争力、会展基础设施竞争力与城市会展



图为潭洲国际会展中心。/资料图片

综合服务竞争力为导向,全面反映我国城市会展业的发展水平和发展潜力。

本次佛山在2022年城市会展业竞争力指数报告地级市类别中排名第一,将进一步提高佛山会展知名度和

影响力,打响佛山会展品牌,吸引更多大型国际性展会、知名主办机构集聚佛山,推动佛山会展业发展成为现代服务业的先导性产业,也对佛山城市形象宣传推广具有助推作用。

作为佛山会展业龙头、最重要的产业服务平台之一,潭洲会展带动佛山会展业迅速发展、综合实力不断攀升。近年来,潭洲会展采取“市场主导、政府引导、政企联动”的方式,

以本土优势支柱产业和工业专业展馆打造品牌“产地展”,成功打造了一批极具行业影响力的品牌展会和赛事,形成了独树一帜的工业会展模式。

近日,在佛山潭洲国际会展中心举办的佛山潭洲陶瓷产品展和佛山潭洲陶瓷装备展,同时通过全球展览业协会(UFI)资格认证,标志着佛山潭洲陶瓷双展进入国际顶尖展览会的行列。

当前,潭洲会展正充分发挥自身优势,努力向会展产业上下游延伸发展,拓展多元化经营,持续提升佛山会展业承载能力。同时,以敏锐的市场触觉,向动漫、演艺、体育赛事等新型业态进军。今年9月,潭洲会展成功举办新芙蓉动漫展,10月谷德乐克音乐节精彩上演。

潭洲会展方面表示,接下来将坚定“中国工业会展第一馆”定位,以打造集“场馆运营、展会服务和产业链培育、项目主办、展会活动承办执行”等会展全产业链于一体的大型国际会展综合服务商为发展战略,打造会展品牌,发展会展经济。

广交天下客 中国开放惠全球

——来自第134届广交会的一线观察

新华社北京10月29日电 《参考消息》10月26日刊发文章《广交天下客,中国开放惠全球——来自第134届广交会的一线观察》。全文如下:

10月15日至11月4日,第134届广交会在广州分三期举办。大幕开启,万商云集,境外采购商踊跃与会,参展企业热情高涨,现场洽谈成交活跃。新市场、新潮流、新合作的背后是“世界工厂”的转型升级和高质量发展,凸显中国对外开放的大门越开越大。

即使外贸承压,中国以精进的科技实力满足更多市场需求,以发达的工业实力助力全球现代化产业体系升级,以强大的贸易实力推动全球贸易方式变革。即使全球经济承压,广交天下、拥抱开放的中国仍持续惠及全球。

广受“一带一路”共建国家青睐

9个零部件、1颗螺丝,配件均可替换,小小的太阳能灯能带来3倍于蜡烛的亮度,有效降低碳排放和火灾隐患,这款“蜡烛熄灭者”是深圳市向阳新能源科技有限公司的展品之一,吸睛无数。

中国绿色能源技术不断输出海外,更多境外客商看好产业前景。向阳新能源销售总监李长虹介绍,非洲和南亚的市场开拓效果很好,公司还计划明年在埃塞俄比亚合资建厂。

阿联酋采购商侯赛因2010年在广交会和向阳新能源结缘,从一千多件的小订单开始,他的公司和向阳新能源的合作逐年加深。“我们的关系是互利共赢的,产品质量有保证,合作关系能更长久。”他说。

在第134届广交会上,共建“一带一路”沿线国家和地区的采购商踊跃参会。据了解,目前境外采购商累计到会人数约13万人,比上届同期大幅增长。其中,来自共建“一带一路”国家和地区的采购商占比较大。参展企业普遍认为,境外采购商下单意愿较强,未来有望达成更多合作。

相比以往,本届广交会上广东新宝电器股份有限公司的展位有了新变化:新增专门满足来自共建“一带一路”国家和地区采购商需求的展区,这吸引不少境外采购商前来咨询。

“来自共建‘一带一路’国家的外商明显变多了。”新宝电器股份有限公司海外项目总监张以飞说,广交会已成公司开拓“一带一路”市场的重要平台。

广州市虎头电池集团股份有限公司也瞄准共建“一带一路”国家的市场。目前其主要销售区域在非洲和中东地区,近年逐步开拓泰国、缅甸等地市场,在越南、柬埔寨等国设有独家代理。

公司今年上半年又新开辟了俄罗斯市场。“俄罗斯客户是在上一届广交会接洽上的。借广交会契机,我们带客户去产业园参观,看到公司先进的生产线、完善的管理流程和产业工人配备,客户对我们的信任感大大增



10月15日,在第134届广交会上,俄罗斯客商观看汽车零配件。/新华社发

加。”虎头电池集团股份有限公司海外销售总监吴艳说。

吸引力来自“世界工厂”的转型升级和高质量发展。侯赛因和10位同事组团采购,除了向阳新能源这样的“老朋友”,他还期待找到更多供应商新伙伴,“我参加广交会有十几年,在这里总能看到前沿科技的最新成果和产品,挖掘到优质的合作供应商”。

参加过三届广交会的坦桑尼亚采购商雅各布说:“在广交会上,我能接触到很多优秀的中国制造商,它们对产品的投入力度很大,我非常相信中国产品。”这次,他挖掘到了多个重型机械方面的优质合作供应商,准备建立长期合作。

巴基斯坦采购商沙希德虽然是广交会上“的新人”,却准确找到佛山天相电子科技有限公司,和提前线上联系过的销售专员了解产品。他对一款专为亚洲客户定制的嵌灶很感兴趣,一番测量和拍照后,打算订购一批。

“得益于共建‘一带一路’倡议,我们认为海外市场潜力巨大,后续将深耕市场、提高重点品类份额,这要求我们的渠道进一步下沉,进一步拓宽合作领域。”广州轻工工贸集团有限公司副总经理黄兆斌说,纺织服装领域,发展日韩等有前景的新市场;探索东南亚生产基地的建设和投入;化工产业领域,重点发展中南美洲地区;塑料产业领域,大力拓展南美、中东、欧洲等新兴市场。

“依托广交会平台,许多‘一带一路’共建国家既采购到中国优质的产品,也打通了本国特色产品在中国的销售渠道,实现了互利共赢。”广交会新闻发言人徐兵说,“越来越多的贸易往来,让中外市场交融日益密切。”

“新三样”产品国际竞争力显著

基于制造业的高质量发展,我国的一批高技术、高附加值、绿色低碳产品国际竞争力明显提升。海关总署数据显示,今年前三季度电动载人汽车、锂电池、太阳能电池“新三样”产品出口值同比增长41.7%。本届广交会上,“新三样”产品同样大放异彩。

增加约3000个展位,增幅超18%——本届广交会电子消费品、机械设备、新能源等机电产品展区呈现新变化。展区规模进一步扩大,不仅为更多高技术、高附加值企业提供参展机会,也为更多创新、高端、智能、绿色产品提供展示空间。

值得一提的是,新能源展区规模增幅达172%。从新能源代步车、轿车、公交车、商用车等整车产品,到充电桩、储能系统、锂电池、太阳能电池、散热器等零部件,新能源车全产业链产品竞相展示,吸引众多采购商前来体验和洽谈。

“全球对锂电、电源储备等需求的变化,促使公司及时调整产品结构,瞄准储能赛道布局,逐步向新赛道转型。”吴艳说。以变应变,公司成立虎头创新研究院,对电池技术、材料、高能一次性电池定向研发。

在中通客车的展位,一辆黄色纯电动公交车吸引了不少目光。工作人员说,这辆展车为埃及改装设计,为适应炎热天气,专门加大车载空调的功率,针对沙漠环境,也升级化处理防尘防沙工艺。

据介绍,该车型在国内的保有量已突破万台,展期内很多境外采购商咨询。“我们今年的汽车出口量喜人,前三季度就超过去年全年,其中新能源车占比预计约

20%。”中通客车相关负责人表示。

除整车产品外,新能源汽车产业链上下游也“百花齐放”。“我们的产品和服务集中在锂电业务及储能系统,主要应用于电力、通信、不间断电源、新能源汽车等领域,年销售额120亿元。”肇庆理士国际技术有限公司外贸销售总经理喻玉芳说,公司产品主要出口美国、欧洲、亚非拉地区,新兴市场渐成新能源领域重要市场。

室内智能种植机、可自由骑行的行李箱、智能感应垃圾桶……创新产品掀起“智能化”新潮流。

广东江门的广明源光科技股份有限公司展出一款室内智能种植机。这款家用水培食材补充种植机采用水培种植技术,在专业植物补光灯的照射下,各类新鲜蔬菜在室内就能生长。公司董事长兼总裁洪燕南表示,有很多客户专门找来,不少欧美客商询价。“针对极端气候地区,像加拿大和美国的高寒地带、非洲和中东的干旱区域,我们将大力开拓集装箱和植物工厂的种植解决方案。”

文化创意产业领域,广州卓远虚拟现实科技有限公司的VR平衡车等新品引起围观。该公司外贸经理邹华健说,随着我国影视制作、文化创意、软件开发水平的提升,客户看好虚拟现实产品的市场前景。近期,公司前往迪拜、阿曼等地,已签数个代理协议。他表示,“公司还将提供VR娱乐馆整体设计方案,并往教育、医疗、文旅展陈等方面开拓”。

从单一买卖到多元模式“全面铺开”

全品类健康家电参展,超60%是

新品;提供“专业定制+本土化服务”,预制菜“无人零售+智能烹饪”一体化解决方案满足机场、便利店等大流量或无人自助场景需求……家电品牌格兰仕凭新产品、新方案,客商到访量创其参会新高。伊拉克采购商诺拉汀两番造访展位,他说,自己主营嵌入式家电产品批发,希望敲定独家产品或外观支持领域的合作。

越来越多的中国企业从单纯卖产品到卖解决方案,合作从传统行业到新兴领域“多点开花”,从单一买卖到多元模式“全面铺开”,不断向产业链的中高端攀升,以此掌握更多主动权。

有瞄准新兴市场,布局更完善的经销网和物流网的。本届广交会,节能泵生产企业浙江泰福泵业股份有限公司同时获得通用机械和新能源两个品牌展位,其新能源产品受海外客户青睐。企业负责人说,得益于提早布局,如今企业在俄罗斯建了50多个营销网点,迅速补齐当地市场的贸易链条,实现营销网点本土化经营。接下来还计划在俄罗斯建立海外仓,完善物流配送体系。

在广东海新智能厨房股份有限公司的展位上,就摆放着三台手机,在三个不同的电商平台上同时进行直播。该公司副总经理张宇说:“以前我们做代加工,赚点微薄的加工费。这些年我们已经在科技研发、营销渠道等方面做了很多创新和努力。”

有融入海外链条,更灵活配置全球资源的。广交会开幕前不久,美的空调泰国工厂的100万套产品下线。美的空调泰国工厂现有6条生产线,主要生产分体、窗式、移动空调等产品,主要销往北美、东盟、中东等地。相关负责人表示,公司在东盟市场强化本地供应链优势、加大新产品投入,针对不同市场需求进行多品牌建设。

外贸产业链条上,还出现更多专业服务商的身影。作为第三方验货服务机构,宁波测库检测有限公司销售总监姜凯与来自德国、哥伦比亚的同事在展位接受咨询。“我们的客户95%以上是国外采购商,订单量从2015年以来成倍增长。”姜凯说,“中国的市场体量太大了,随着中国制造的国际化开拓,我们的业务也从中国往东南亚覆盖。”

服务于跨境贸易的全球支付平台也抓住机遇快速发展。以B2B外贸收款领域龙头企业XTransfer为例,其全球支付网络已融入“一带一路”覆盖国家和地区,在今年陆续上线了数个东南亚及非洲的本地收款账户后,覆盖市场不断扩大。河北奥维森实业集团股份有限公司董事长李茂森说:“数字化浪潮下,第三方跨境支付工具已成为我们与非洲国家交易中不可或缺的金融服务。”

业内人士认为,中国制造正由产品国际化迈入企业国际化,由货物出口为主向货物、服务、技术、资本输出相结合转变,由价格竞争优势向综合竞争优势转化。