

“中国创造”展现新风采

——第136届广交会观察

权威发布

超过3万家企业线下参展,百万多件新品展出,约15万名境外采购商预注册……作为中国外贸的“晴雨表”和“风向标”,正在举办的第136届广交会人气爆棚。

广交会上,创新产品层出不穷、新老客商纷至沓来、订单合作签约不断,折射出我国雄厚的制造业基础、多元的市场布局、灵活的业态模式以及不断加快的绿色化、数字化进程。

百万新品 创出新市场

在广交会的新能源汽车与智慧出行展区,不少采购商排队体验并连连感慨:“未来属于新能源汽车,而中国企业是世界领先的汽车制造商”“全世界对中国汽车的需求越来越大”“电动汽车比我见过的都好,中国发展得太快了”……

这是中国出口产品科技含量、品牌价值不断提升的缩影。第136届广交会从10月15日至11月4日分三期举办,现场展出新品115万件、绿色产品104万件、自主知识产权产品111万件,均比上届明显增多。

维持鲜花20多天不干瘪的全域养鲜冰箱,低温烘干不伤衣的新二代热泵洗烘护一体机,搭载恒暖除霜技术的家用空调……在珠海格力电器股份有限公司的展台,传统外贸优势品类的家电产品愈加智能,兼具多元化和定制化特色。

“我们坚定不移走自主品牌和自主创新发展道路,以向全球用户提供更具品质、更绿色低碳环保的产品为目标。”格力电器展台相关负责人说,公司自主品牌占出口销售总额的比例每年都在增长,如今已近70%。

在隆鑫通用动力股份有限公司的展位,不少采购商被能底部收纳、快充快放、蓝牙控制的便携式户外储能电源吸引。隆鑫通用相关负责人介绍,公司在广交会的展品从最初的摩托车、四轮车到一系列新能源新品,背后是公司创新升级迭代不断加快。“全球新能源市场潜力大,我们积极布局智能电动出行产品,依靠产业规模、产品创新、自主品牌来获得竞争新优势。”

越来越多中国企业拥抱智能化、绿色化浪潮,依靠新产品、新技术斩获更多订单、开拓更多客源。不少采购商在体验产品后深入询问,对适应不同市场环境的新品表达出浓厚兴趣。

“新品打消了我对热泵噪音的顾虑。中国品牌又一次刷新了我的认知!”一位欧洲采购商毫不犹豫地下单。

令这位采购商赞不绝口的热泵产品,来自广州万居隆电器有限公司。该企业已经参加了15届广交会,自主品牌远销32个国家和地区。“从空气能热泵、水源热泵到泳池热泵,我们提供一系列适应各种场景的新能源设备,最新推出的系列产品还升级了静音、节能、适应极端天气等性能。”该公司负责人说。

业态更迭 创出新商机

1小时、3000家海外买家观看、近100个意向客户对接——深圳市希之望科技有限公司在广交会首次通过阿里巴巴国际站直播,收获远超预期。“通过线下布展、线上直播的融合方式,我们快速接触买家,就像开了一场全球



中外客商行走第136届广交会场馆内(10月15日摄)。刘大伟/摄

发布会!”希之望总经理程墨说。

这是“云上”广交会上的一幕,也是我国外贸通过跨境电商等新业态实现新增量的案例之一。

顺应市场新趋势,本届广交会优化了跨境电商展示区,吸引了40多家大型跨境电商平台及物流、收结汇等优质配套服务商。

首次参展的京东物流迎来不少客商咨询。京东物流品牌传播部高级经理陈宝健介绍,公司在全球有近100个保税仓、直邮仓和海外仓,总面积近100万平方米,希望借广交会的平台助力中国品牌更好出海,为全球客户提供一体化供应链解决方案及定制化服务。

蚂蚁集团旗下品牌万里汇把其中一个“展位”开到了地铁口。万里汇相关负责人石文宜介绍:“除了提供服务实现‘一个账户、全球收付’,我们联合逾130家服务商,一起助力出口企业更好抓住瞬息万变的数字贸易商机。”

当下,中国跨境电商发展迅速,经营主体超过12万家。“跨境电商和数字化频道给中国企业、中国品牌的发展带来了全新的赛道。”商务部国际贸易经济合作研究院电子商务研究所所长杜国臣认为,随着互联网平台的迅猛发展,中国企业的品牌国际化过程会获得更大的机遇。

中国跨境电商的商品品类和服务功能能进一步拓展,吸引了外资企业扩大布局。

美国电商平台亚马逊首次亮相广交会,提供店铺注册、选品运营、供应链管理等服务。“广交会聚集优秀的外贸厂商和品牌商,他们出海意愿强,我们提供出口服务,彼此需求契合。”亚马逊中国副总裁邱胜说,“我们加大相关布局,希望和更多卖家、服务商协同创新,探寻更新的业务模式,寻找更好的创新产品,满足不同市场的新需求。”

惠及全球 创出新动能

每一届广交会都是一场万商

云集、精品荟萃的国际贸易盛会,为中外企业牵起一条“贸易的纽带”、架起一座“共赢的桥梁”。

“先进制造”“品质家居”“美好生活”——本届广交会三期主题顺应当前贸易投资新趋势,开幕前已吸引约15万名境外采购商预注册,全球零售巨头和其他大型企业参会数量比上届增加将近四分之一。

中国制造、中国创造不仅满足全球各地采购商和消费者需求,也为全球产业链供应链的发展注入新动能。

“老广交”海尔智家针对不同市场划分了不同展区。比如,针对东南亚及中东非专门推出搭载彩膜触控显示屏的AI洗衣机。目前,在泰国,海尔智家春武里空调工业园奠基;在埃及,海尔生态园一期竣工投产,二期项目奠基启动,辐射中东和非洲……全球创牌加速,海尔智家在“一带一路”共建国家的本土化合作愈加多元且紧密。

广交会期间举办的中国(广东)与海合会国家经贸对接活动吸引了超过600名中外企业代表参与。“我们公司受益于中国的高质量发展。”来自沙特阿拉伯的阿里法伊贸易公司总经理奥萨马·阿里法伊说,未来与中国企业在大健康产业、可再生能源等领域的合作机会非常丰富,希望能够借广交会平台实现更深度、更互利互惠、更有前景的合作。

许多境外采购商表示,在广交会上可以结识大量中国优质供应商,他们对中国产品充满信赖、对中国经济充满信心。

面向未来,中国创造将释放更多开放红利,为贸易伙伴带来更加广阔的市场机遇,共同促进全球经济的繁荣发展。

“从广交会看,中国品牌已经迈上了高质量发展的新台阶。”商务部中国对外贸易中心主任储士家说,中国有信心、有能力为世界提供更多更好的中国制造和中国创造。

(据新华社)

国家外汇局： 我国外债规模总体适度 偿债风险较低

国务院新闻办公室10月22日举行新闻发布会,介绍2024年前三季度外汇收支数据情况。国家外汇管理局国际收支司司长贾宁在会上表示,我国外债规模总体适度、偿债风险较低。

“一是外债规模与实际经济发展基本匹配。近年来,尽管面临美联储货币政策大放水,外部金融条件松紧变化,但我国外债规模总体稳定,与国内生产总值比值在14%-16%区间内小幅波动,企业跨境融资有效支持实体经济发展。二是外债偿付风险可控。负债率、偿债率、债务率、短期外债与外汇储备之比等四个指标均在国际公认的安全线以内。三是我国外债结构持续优化。2024年6月末,人民币外债、中长期外债占比分别为49%和44%,较2019年末分别上升13个和3个百分点,外债期限错配和币种错配风险可控,明显降低。”贾宁说。

贾宁介绍,一国对外债务是理论和实践中都比较关注的一个问题,根据债务形成方式,可以将我国外债分为两类。第一类是企业、银行等部门从境外融资形成的对外债务,是充分利用国内国际两个市场、两种资源的客观结果,与跨境贸易和投资发展直接相关。第二类是外资购买境内债券形成的对外债务,反映全球投资者对人民币资产的配置需求。近年来,随着人民币对外吸引力增强,第二类成为我国外债增长的主要渠道。(罗知之)

证监会： 加快推动资本市场 高质量数字化转型

10月21日,证监会副主席李超在参加2024金融科技大会金科论坛时表示,加快推动金融科技在资本市场的应用,高度重视金融科技安全问题,多措并举建设金融科技生态。

李超表示,近年来,随着以信息技术、人工智能为代表的新兴科技在金融行业的快速发展和应用,金融科技创新发展日新月异,有效提升了金融监管的能力和水平,进一步提高了金融服务实体经济的质量和效率。

李超表示,要进一步强化科技思维,加快推动新一代信息技术与证券期货业务的深度融合,助力新质生产力发展,更加智慧、更加高效、更加精准地为实体经济和投资者提供更加优质的资本市场服务,为加快建设金融强国贡献力量。

证监会科技监管司副司长刘铁斌在演讲中介绍,资本市场数字化转型已取得阶段性成果。一是证监会不断探索人工智能等新技术在资本市场的应用;二是持续推动证监会系统数据治理体系建设;三是资本市场高质量数字化转型的基础更加扎实。(毛艺融)

三部门： 推动金融机构加快落实 近期金融增量政策

近日,中国人民银行、金融监管总局、中国证监会联合召开主要金融机构座谈会,推动金融机构加快落实近期金融增量政策。

会议强调,金融机构要认真贯彻落实中共中央政治局会议精神,迅速行动,用好用足各项增量金融政策,逐项抓好政策落地见效。要加大对实体经济的信贷支持力度,保持货币信贷总量合理增长,加力支持小微企业融资。加强利率政策的执行和传导,扎实组织做好降低存量房贷利率的批量调整工作。实施好证券、基金、保险公司互换便利和股票回购增持再贷款两项新工具,支持资本市场稳定发展。要加强组织领导,建立专项工作机制,注重部门协调和业务联动,形成工作合力,最大程度发挥政策效应,持续提振市场信心、改善市场预期,有力促进经济持续回升向好、金融高质量发展。(罗知之)