

广交会首设乡村振兴专区 展费全免

第129届广交会4月15日线上开幕，上传产品超过270万件

参展企业已上传产品超过270万件创历史新高，首次设立“零门槛、零费用”的“乡村振兴”专区，优化“云展厅”功能提升直播效能，全球范围44场“云招商”扩大全球朋友圈……4月15日，第129届中国进出口商品交易会(下称“广交会”)正式在线上拉开帷幕，再次打造中国制造云端盛宴。在开幕新闻发布会上，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的特点、亮点。



■广交会新闻发言人、中国对外贸易中心副主任徐兵介绍情况。

通讯员供图



亮点1 上传产品超270万件创新高

“考虑到当前全球疫情形势尚不明朗，‘外防输入、内防反弹’仍是重中之重，经国务院批准，第129届广交会于4月15日至24日继续在网上举办。”广交会新闻发言人、中国对外贸易中心副主任徐兵介绍，本届广交会官网继续设置展商展品、供采对接、展商直播、新闻与活动、大会服务、跨境电商专区等栏目，4月15日上午9时官网平台正式上线。

本届广交会总体规模保持稳定，继续按照电子家电、机械、建材、日用消费品、家居装饰品、纺织服装等16大类商品设置50个展区，展位总数约6万个，境内外参展企业近2.6万家。

亮点2 千余家脱贫地区企业免展费

为做好巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，本届广交会专设乡村振兴专区，为49个展区的1160家脱贫地区企业提供“零门槛、零费用”的贸易平台，充分发挥广交会产业帮扶优势，帮助乡村企业开拓国际市场，促进乡村振兴。本届乡村振兴专区共有来自22个省区市的1160家企业参展，设免费展位1463个，涉及16大类商品49个展区，主要产品为食品、土特产品、编织及藤铁工艺品、建筑装饰材料等。

徐兵介绍，2017年起，商务部在广交会实施产业扶贫，取得了显著成效。自第122届以来，广交会累计为6084

届参展企业上传产品踊跃，截至目前，参展企业共上传产品超过270万件，较上届总量增加23万件，创历史新高。众多新产品、智能产品、“三自一高”产品纷纷亮相，其中新产品约82万件。参展企业通过图文、视频、3D、VR等多种形式展示，为全球采购商呈现一场中国制造和中国创造的盛宴。

在服务稳定扩大出口的同时，广交会扩大开放让境外企业参展，为国外企业和产品开发中国市场提供便利。本届广交会保持进口展规模稳定，共有来自28个国家和地区的340家企业参展，其中包括加拿大、巴西、韩国等国家的行业标杆和国际头部企业。

亮点3 优化网上平台提升直播效能

“在总结前两届网上举办经验的基础上，本届广交会以更好实现‘进得去、找得到、谈得起来’为目标，进一步优化了广交会网上平台，便利供采双方对接洽谈。”徐兵介绍，本届广交会持续完善线上平台，提升各方参展体验，如优化账号智能分配采购意向与即时沟通消息功能，新增企业店铺分享功能，可分享至微信及境外主流社交平台，吸引更多潜在的采购商；采取

贫困地区企业提供了8105个免费展位，减免展位费8669万元，带动出口成交超过17亿美元，形成独具特色的以出口带动当地产业发展的广交会扶贫模式，扩大贫困人口就业，为培育贫困地区企业外贸发展能力、加速脱贫致富、带动贫困地区经济发展发挥了积极作用。

与此同时，为落实党中央、国务院关于助企纾困、减费降负有关要求，为降低企业参展负担，本届广交会不向乡村振兴专区企业收取参展费用，也不向参与同步活动的跨境电商平台收取任何费用，以务实举措助力企业开拓市场。

更精准的展商直播资源分配措施，引导展商用好直播资源，提升直播效能；优化云展厅管理功能，新增展品批量上下架功能，支持企业自定义配置子账号功能权限，增设信息更新标记及交易团下设分团的审核功能，提高审核效率等，同时强化智能客服，完善“智能客服+在线人工+多语种”的多媒体全天候智能客服系统，提供智能、便捷、全渠道服务。

促进国内国际双循环 广交会第三度“登云”意义重大

徐兵表示，广交会第三度“登云”，意义重大。2021年《政府工作报告》将办好广交会列入实行高水平对外开放、促进外贸外资稳中提质的重点工作。商务部党组高度重视，要求充分发挥重要展会平台作用，推动进出口协同发展，促进国内国际双循环。

向全球招商 增出口动能

据海关总署公布的最新数据，今年一季度我国进出口总值8.47万亿元人民币，比去年同期增长29.2%，其中，出口4.61万亿元，增长38.7%；进口3.86万亿元，增长19.3%。令人关注的是贸易顺差达到7592.9亿元，扩大690.6%。

值得关注的是，一季度，我国民营企业进出口增速比同期我国外贸整体增速高13.5个百分点，成为我国外贸进出口增长最主要的动力。民营企业出口的家用电器、电脑、医药材及药品等商品增速均超过70%。

民企营业正是广交会的参展主体。其中生产企业12603家、民营企业22188家，占比分别达到49.3%、86.8%，显示生产企业和民营企业已经成为主要的参展主体。

“广交会对于广大参展企业的吸引力，主要在于广交会拥有来自全球所有贸易伙伴的专业采购商，数量庞大且专业质量高。”因此，采购商数量和质量是决定广交会成效的关键因素。”徐兵说，本届广交会全面加强招商推广，除向近年与会的约80万海外采购商开展多频率的电子邮件营销外，还综合运用国际新媒体资源，在全球范围内开展多主题、全过程的在线营销推广活动，针对“一带一路”和区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)国家和地区等重点市场和重点客户群开展精准的营销邀请。同时利用广交会国际资源，在全球32个国家举办44场“云推介”“云签约”“云对接”系列活动，针对重点客户分阶段、分批次、全渠道组织300多场境外采购商培训，扩大广交会全球“朋友圈”。

设内贸标签 促进双循环

徐兵说，目前我国正在加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。广交会作为中国最大的进出口贸易促进平台，直接联通国内国际两个市场，是国内大循环的促进平台，是国内外双循环的重要节点，在构建新发展格局中具有独特作用。

疫情给全球经济带来严重冲击，部分外贸产能转向国内市场。本届广交会为有内贸意向的参展企业设专属标签，制作优质企业线上产品导览手册，并举办国内国际双循环促进活动，为出口产品转内销提供高效对接平台。同时，继续设立跨境电商板块，邀请多家跨境电商平台参与，鼓励平台组织符合资质的各类企业参与活动，为外贸新业态新模式发展赋能。

“继续在网上举办广交会，可以借助信息技术突破时空限制，精准对接国内外两个市场、两种资源，在特殊时期帮助外贸企业塑品牌、拓市场、拿订单，打通进出口环节堵点。”徐兵说，本届广交会为有内贸意向的参展企业设专属标签，制作优质企业线上产品导览手册，并举办国内国际双循环促进活动，为出口产品转内销提供高效对接平台。