



20万外商聚羊城 拉动消费不止“亿点点”

广交会今日闭幕,广州美食、广式服务让境外采购商流连忘返

第134届中国进出口交易会(下称“广交会”)将于11月4日圆满闭幕。截至11月3日17时,境外采购商累计到会人数197869人,来自216个国家和地区,较上届同期增幅超50%。这是近年来全球客商到会最多的一届广交会,场馆内人群熙攘,货如轮转,洽谈热火朝天;场馆外的地铁、商场,乃至叹早茶的排队长龙中,外国客商身影处处可见。

天南地北人群齐聚,再次引爆强大消费需求。新快报记者从广州市商务局获悉,第133届广交会各主体在穗消费支出据测算达236.3亿元。有业内人士表示,按目前客商到会的情况估计,第134届广交会消费带动将更为可观,可望达到双位数高位增长。

■采写:新快报记者 陆妍思 王彬

■摄影:新快报记者 郭思杰



■广州首个IPA精酿啤酒节在位于东塔的K11开启,随处可见外国面孔。

场景 1 咖啡节、啤酒节……

海外客商打卡广州特色体验活动

第134届广交会三期开展前夕,第五届“咖势”精品咖啡文化节在海心沙开锣,活动集结了170+咖啡及相关生活方式品牌,一站式打卡来自超20个省市的咖啡产品,除了本地咖啡爱好者外,活动还吸引了大量参加广交会的采购商、参展商纷纷前来打卡,各摊位均人头攒动,香气氤氲。

来自德国的客商Luka说,在海外这种规模的咖啡节很少见,荔枝咖啡、橄榄咖啡、茅台咖啡、老干妈咖啡……种

种新奇口味的特调咖啡令从小喝咖啡喝到大的“老外”连呼大开眼界,“特别赞”。

来自马来西亚的客商李伟被广州无牌咖啡摊位买咖啡免费送的超大号红黄色背心胶袋吸引,这个袋子长近1米,他将两边挂耳背在肩上便成了现场“显眼包”,“带着它到广交会三期扫货正好。”李伟笑着说。

除了咖啡,啤酒也是海外客商最喜欢的饮品之一。10月27日-29日,

广州首个IPA精酿啤酒节在位于东塔的K11开启,现场随处可见外国面孔。“Welcome to Guangzhou!”现场一位在广州定居能说流利中文的外国人摊主更是充当起向导,向不少来穗参加广交会的客商介绍广州特色好去处。

新快报记者了解到,广交会期间,广州各大商场的外国人消费群体明显增多,而且他们通常吃、购、娱一条龙,为商场拉动了可观的消费。

威水!

广州会展业竞争力指数跃居全国第一

近年来,广州围绕打造“国际会展之都”,先后出台《广州市关于促进会展业高质量发展的若干措施》《广州市品牌展会认定办法(暂行)》等会展扶持政策,近三年安排超9000万元财政资金用于扶持会展企业发展,全市会展业向着更为国际化、专业化的趋势发展。

2022年,广州举办展览场次和面积均居国内首位;2022年,广州以展览193场、展览总面积415万平方米的优势居全国第一;今年前三季度广州会展延续强劲势头,已举办经贸类展览近250场,合计展览面积达750万平方米,同比增长超1.6倍,并超过2019年同期……“大型展会举办期间,乘数效应明显,广州的展台搭建、物流运输、广告服务、住宿餐饮、商业零售等产业链上下游均集体受益。”罗政表示。

近日发布的《2022年中国城市会展业竞争力指数报告》显示,广州会展业竞争力指数从全国第三跃居全国第一,并连续8年获“中国最具竞争力会展城市”殊荣,彰显出广州会展经济韧劲强、后劲足、潜力大。

据悉,在今年第四季度,广州还将举办广州国际车展、酒店用品展、广州设计周等超10万平方米的超大型展览和全国摩托车及配件展示交易会、2023中国(广州)国际茶业博览会等行业顶级的专业展览。

第134届广交会虽闭幕,但会展业这台拉动消费、拉动经济的“永动机”却将一直运作,让我们期待下一场相遇!

场景 2 “200减100太划算!”

首次发放广交会专属政府消费券

会展经济常被称为经济发展的加速器和助推器,对城市经济具有1:9的乘数效应。广交会的“超级流量”,背后就是机遇无限的超大市场。

“广交会作为超级流量平台,对消费的拉动比普通展会更为可观。”广州市商务局副局长罗政介绍,据有关专家研究,广交会对广州经济的拉动系数约为1:13.6,远远高于一般展会的1:9。今年上半年第133届广交会,境外采购商到会12.9万人,累计进馆人数达293万人次,现场出口成交216.9亿美元。“我

们委托中山大学调研团队进行了初步测算,第133届广交会各主体在穗消费支出达236.3亿元。”罗政透露。

第134届广交会面积达155万平方米,较上届扩大5万平方米,再创历史新高,截至11月2日17时,境外采购商累计到会人数约19.4万人,较上届更是大幅攀升逾50%,业内人士预计对消费拉动的规模将远高于上届,可望达到双位数的高比例增长。

第134届广交会期间,为迎接来穗的客商,“羊城欢乐购”政府消费券首次新

增会展场景,分3期发放千万元消费券,第一期发放时间10月15日至10月19日,第二期发放时间10月23日至10月27日,第三期发放时间10月31日至11月1日。消费券券面100元,满200元可用。

11月2日晚,香港客商王琳特意到广百北京路店的美妆区使用广交会消费券,她的目标是国货彩妆品牌毛戈平,由于现在品牌正在举行双11大促,优惠与消费券叠加使用,她花100多元购买了原来价值超过400元的产品,“简直太划算了,希望以后每届广交会都发消费券!”

场景 3 取号排队、扫码团购……

境外客商在广州学会了手机“埋单”

广交会举办期间,除广州美食、广州美景、广州美物让来自全球的、数以十万计的海外客商流连忘返外,他们交口称赞的还有“广式服务”。

“我吃虾饺、叉烧包,还有蛋挞!”正在陶陶居“叹茶”的玻利维亚商人Lilian对新快报记者说,几年没来广州,最怀念的是早茶,但记忆中排队的人总是很多,但这次的体验却让他十分惊喜,“在App上就可以提早取号,随时查看排队进程,这对于我们采购商来说,真的太方便了!”他还特别提到,广州餐饮店的服务员总是十分热情,还会主动向他介绍各种团购及支付优惠。

广交会期间,从广州地铁到涉外酒店,从周边商圈到珠江琶醍啤酒文化创意艺术区,在外商消费热门地,蓝色的

“Alipay+”宣传立牌和实用手册布置得清晰明了,不少“老外”由此开始尝试手机“埋单”第一单。

“移动支付是中国数字化的一张名片,过去它可能只有中文版,现在我们希望把它变成多语言的。”蚂蚁集团大中华区跨境业务总经理傅露介绍,相比往年,今年广交会的一大变化就是,境外客商来了也能像中国人一样用移动支付了,参展期间消费更方便,这也进一步放大了广交会经济给“主场”广州带来的商机。

作为连续举办广交会逾60年的主场,龙头商旅企业还为广交会特别定制了“广式服务”。“为了迎接广交会的客人们,我们至少提前2-3个月开始准备工作,不仅召开专题会,也会调动集团力量,针对客房保养、特色菜式研发、车

辆安排、人员服务培训、物资准备、商旅交通资讯宣传资料等工作进行强化。”岭南商旅集团岭南酒店相关负责人表示,广州花园酒店、中国大酒店、东方宾馆、流花宾馆等多家酒店广交会开房率已赶超2019年同期水平,展期部分酒店持续满房状态,外国客商占比超70%。

罗政介绍,为了更好迎接八方来客,在第134届广交会期间,广州调动各方资源在提升客商通达便利性、提供便捷暖心服务、推动国际交流合作等领域发力,“希望能够让全球宾客在广州感受到宾至如归的温暖。”

■参加第五届“咖势”精品咖啡文化节的外商。

