



羊城晚报记者
李志文 孙琦曼

第130届广交会今日开展 数万企业采购商云集广州

首届广交会见证者梁永淞：

从展品种类到沟通方式 广交会的变化今非昔比

1957年4月25日，第1届广交会在广州中苏友好大厦举行。开幕当天夜里，广州下起了雨，年轻的外贸业务员梁永淞掏出他最喜爱的进口相机，拍下了中苏友好大厦灯火通明的一幕。“那张照片的曝光时长是15秒。”60多年过去，已过鲐背之年的梁永淞仍清晰记得当时拍摄那张照片的参数。

在第130届广交会来临之际，羊城晚报记者专访了梁永淞。梁永淞对首届广交会的参展人数、参展商品、交易成果等更多细节进行了回忆。

参加广交会令人自豪

广州轻工业品进出口公司（现广州轻工集团股份有限公司）成立于1956年，由多家商行通过公私合营方式组建而成，是新中国最早的国有专业外贸公司之一。作为该公司的外贸业务员，梁永淞曾代表公司参加过华南土特产交流会和广交会前身——中国出口商品展览会。当首届广交会举办时，梁永淞凭借丰富的参会经验和流利的英语口语，顺理成章地成了该公司的参会代表之一。

“当年参加广交会是一件令人自豪的事，我记得我们公司‘四梁’（四位参会人员恰巧都姓梁）是首批进去的，大家都很高兴，见到熟人就欢呼雀跃大声打招呼，特别神气。”梁永淞回忆道。

在首届广交会上，梁永淞顺利地促成了一笔交易。他说，通过他的牵线搭桥，当时生产我国名牌产品——钻石牌内外胎的公司，成功与新加坡东方贸易公司签下了代理协议，后者因此获得前者产品的独家海外销售权。

“虽然这笔交易金额不大，仅价值数万港元，但它给我们提供了一条稳定的海外销路，后来这两家公司还合作了好多年。”梁永淞说。

期待涌现更多高科技产品

“与现在频繁展出的机器人、工业设备、电子产品等高科技产品不同，当年的展品大多数是农产品、地方特产和科技含量不高的轻工业品，如番禺的橘子、从化的荔枝、南海的爆竹、阳江的漆器、唐山的洁具、西山瓷砖等，稍显寒酸。”梁永淞感叹道，当时参加第1届广交会的采购商加起来只有一千多人，主要来自港澳、东南亚以及和中国有邦交的国家，规模非常小，成交额只有2000万美元左右。

参加完首届广交会后，梁永淞接连参加了第2、第3和第66届广交会。退休后，他依旧保持着关注广交会的习惯。在他眼中，广交会经过65年的发展发生了翻天覆地的变化，除了展品种类的变迁外，交流沟通手段的先进与便捷也令他感慨万千。

当记者提到，现在的广交会已经被打造成了一个永不落幕的展览盛会，国内外参展商可以通过网站随时浏览，外国采购商甚至还能通过VR展厅参观中国展商的工厂时，梁永淞显得尤为兴奋。原来，当年通信不发达，他们与外商交流只能通过电话和电报两种方式，成本很高。为了能和外商有效便捷沟通，梁永淞还独创了一套标记体系，用字母、数字等符号作为产品名称和型号的缩写，从而达到节省电报费的目的。

广交会为中国经济发展作出重要贡献，但比起它过往的成就，梁永淞更期待广交会未来的发展。“看着广交会从无到有、从弱变强，我感到非常震撼和自豪。”梁永淞表示，相信未来的广交会将越办越大，参展的中国高科技产品将越来越多。

梁永淞还提到，希望有关部门能够设立一个广交会展物馆，通过展示和回顾广交会的过往成就和历史变迁，以此来激励一代又一代外贸人。



1300架无人机 点亮珠江夜空 为广交会举办造势

在第130届广交会开幕之际，广州海心沙上空上演了一场大型无人机表演秀，1300架无人机“绘出”13幅动态图画为广交会举办造势。

在表演中，无人机编队摆出广交会吉祥物（见下图）、携带本届广交会主题“广交世界 互利天下”的莫比乌斯环等。这些图画生动诠释了广交会联结中外贸易、深化各国人民友谊、加强沟通交流的纽带作用，也体现了广交会以中国新发展为全球经济复苏提供新机遇的责任和使命。

图羊城晚报记者
通讯员 穗外宣
文 羊城晚报记者 罗仕



羊城晚报记者 孙琦曼

10月14日，第130届中国进出口商品交易会（下称“广交会”）暨珠江国际贸易论坛开幕。这是广交会连续三届“上云”后，第一次重启线下展览，以线上线下融合方式举办。珠江国际贸易论坛则是广交会发展史上第一次举办国家级的国际贸易论坛。

15日，本届广交会正式开展，数万企业采购商云集广州参加线下展，全力以赴抢订单、拓市场。据悉，此次广交会首次以促进国内国际双循环为主题，首次全面邀请境内采购商参与；线下展览设51个展区、19181个展位，参展企业达7795家，是疫情下全球规模最大的实体展会。线上则保持原有的约6万个展位，约2.6万家中外企业参展。

→第130届中国进出口商品交易会暨珠江国际贸易论坛开幕式举行前，嘉宾陆续入场 羊城晚报记者 周巍 摄

交会提供了丰富的商机，能有效解决供需对接难题。

创新 中国外贸升级 广东智造成翘楚

从1957年开始举办至今，广交会已走过65个年头。从劳动密集型到技术密集型，从产品出海到品牌出海，从要素驱动到创新驱动……广交会映照中国经济发展的坚实步伐，如今虽“年逾花甲”，却仍英姿勃发、持续创新。

记者了解到，第130届广交会线下展聚焦“精品”，共有展位19181个、参展企业7795家；其中，品牌展位10837个，占展位总数的57%，较往届大幅提升。线上展则保持原有的约6万个展位，吸引了约2.6万家中外企业线上参展。截

至10月13日，线上展已上传展品278万件，创历史新高；其中，企业标记新产品86万件。

本届广交会吸引了大批“广东智造”产品参展，智能化、品牌化已成新趋势。如美的、格兰仕、奥马冰箱等拥有自主研发技术、自主品牌与自主知识产权的企业，都纷纷带着他们的优质产品亮相。

同时，本届广交会在出口产品设计奖评选中，涌现出大批新技术、新材料、新工艺、新能源创新产品。其中，风能、太阳能、生物质能等新能源行业70余家龙头企业悉数参展，展出超过15万件低碳、环保、节能产品。这些新产品反映出中国制造、中国外贸正向科技创新和“双碳”目标方向积极转型。

广交世界，互利天下。作为中外企业合作共赢的重要平台之一，广

交会在为境内企业提供“走出去”机会的同时，也为境外企业提供了进入中国市场的平台，帮助它们拓展中国和全球市场。自2007年第101届展会设立进口展区以来，广交会累计有100多个国家和地区的近万家企业参展。本届广交会上，来自美国、加拿大等15个国家和地区的92家企业参加线下进口展，其中不乏世界500强和行业龙头企业。

潜力 内外同频共振 消费市场显活力

65年，与广交会一路共同坚守与成长着的，是改革开放的前沿阵地——广州。

作为广交会的举办地，“千年商都”广州有着浓厚的商业底蕴与强大的供应链体系，是全球最大的消

费品供应链枢纽。目前，广州拥有专业市场逾600个，仅亿元以上年成交额的市场就超过150家，成交额突破万亿元大关，占全国份额约1/7。

庞大的消费市场是内需之源，更是畅通国内大循环、联通国内国际双循环的基础。今年7月，广州入选全国首批国际消费中心城市培育名单。依托于广州的巨大消费市场，广交会可以促成出口进口相融合，推动参会企业在更高层次上运用两个市场、两种资源。

因受全球新冠肺炎疫情影响，国际贸易遇冷，广交会在此背景下举办为全球经济持续注入活力与信心。而广州也以开放之姿、包容之态，不断努力为推动我国开放型经济发展、促进开放型世界经济发展作出新的更大的贡献。



外国友人热议第130届广交会的举办： 广州是现在也是未来经济的实验室

羊城晚报记者 谭铮 通讯员 穗外事

14日，第130届广交会开幕。来自法国里昂、日本福冈、俄罗斯喀山、美国洛杉矶、澳大利亚达尔文、意大利帕多瓦、乌拉圭蒙得维的亚、土耳其伊斯坦布尔、印尼泗水、巴西里约热内卢、塞浦路斯阿依纳帕等友城代表，以及UCLG亚太区大使、前新南威尔士地方政府协会主席彼得·伍兹、尼日利亚联邦农业和农村发展部检验检疫司司长哈比比博士和意大利“一带一路”研究院主席米歇尔·德·加斯普利共19位嘉宾，线上参加了开幕式活动。部分嘉宾结合自己的参展经历，分享了对广交会的看法。

“中日之间的经贸往来，有一个像广交会这样互相契合的平台非常

重要。”日本福冈市政府驻广州办事处首席代表奥田圣表示，福冈是广州的第一个国际友好城市，2019年，在广州与福冈迎来缔结国际友好城市关系40周年之际，作为两市经贸交流的重要一环，福冈的企业参加了当年10月份举办的广交会。参展企业纷纷表示，在广交会能与众多采购商洽谈，找到了很多商机。今年，两个城市已经结好42周年，希望能进一步推动两市在经贸领域的合作交流。

洛杉矶-广州友好协会前会长、广州市荣誉市民康永华表示，今年适逢广州与洛杉矶缔结友好城市40周年，希望借力广交会为洛广两市及中美两国之间的友谊、经贸交流作出更

大的贡献，进一步促进中国与世界各国的贸易往来和友好交流。

“对话和协定是当今世界最缺乏的。交易会意味着交流，经济和人文的交流，共同的项目和对话，合作协定。”法国友城里昂代表、法中友好协会联合会主席、里昂新中法大学副主席阿兰·拉巴特提到，在当前国际环境极其复杂的情况下，第130届广交会线上线下融合举办，是广州经济活力的体现。

拉巴特表示，广交会也是广州对外贸易的传统标志，在中国独一无二。改革开放初期，广州先行先试，对外贸易传统得到加强。在推进粤港澳大湾区建设的背景下，广州是现在也是未来经济的实验室。

中山大学岭南学院教授林江：

广交会促进高端制造业创新升级

羊城晚报记者 陈泽云 孙晶

大海外采购商下订单，也吸引了一大批从事高新技术制造业的国际研发商、运营商来广东兴办企业，对于提升广东的先进制造业水平发挥着积极作用。

先进制造业集群的形成，需要一个完整的生态体系。林江表示，广交会还吸引了一批国际上从事现代服务业的机构、企业和个人到广东，提供法律、金融、管理咨询、技术专利等服务，为广东的制造业转型升级提供了实质性的支持和帮助，从而助推广东高质量发展。

林江提到，近年来，战略性新兴产业的产品展示和高端现代服务业的服务供给，越来越成为参展商和采购商的关注对象，这反过来又推动了生产商和供应商在供给端进行持续的细化与创新，从而倒逼广东相关产业加快转型。例如，信息技术在人工智能、远程医疗领域的具体应用，将促使广东加快拓展5G技术应用领域，同时引导更多投资商加大对半导体芯片的研发。

从“走出去”到“内外兼修”

在广交会的展品中，5G、人工智

前用卡式收音机的大号电池需求转向了3号、5号、7号等产品的需求。

制造业在创新，服务业也在升级。“通过广交会这个平台，我们服务的客户逐渐从珠三角为主扩展到全国、全球一万多家企业和政府部门，集团的检测能力从参展初期的34个领域增加到了50多个领域，在市场监管、推动产业升级上面将发挥越来越大的作用。”广检集团党委副书记黄勇表示。

围绕“双循环”加强布局

借助广交会这个世界经贸交流平台，广东企业正加快走向全球。广州珠江啤酒股份有限公司营销总监卢春平透露，去年珠江啤酒的海外销量和利润同比增长近20%。广交会让珠江啤酒更直接触达世界各地消费需求，也成为珠江啤酒洞察世界啤酒消费时尚和潮流的窗口，促进珠江啤酒对标世界一流提升供给能力。

在积极开拓海外市场的同时，不少企业把开发国内市场作为此次参展的重点任务之一，围绕企业主要的产业链、供应链，主动寻找延链、补链、强链的资源，增强综合竞争力。

“我们在相应地调整战略，更加突出产品的科技含量、附加值、成本、设计外观等因素，满足内需市场。”陈家园表示，如今随着国内国际双循环发展格局的推动，国内市场需求不仅更个性化，竞争环境也更广泛。



线下广交会重启 粤企踊跃“上新”

羊城晚报记者 陈泽云 程行欢

“本次亮相第130届广交会，是广州工控的‘首秀’，我们将携带多款获奖产品参展。”14日，广州市人民政府新闻办公室组织广交会广州参展代表性企业进行集中访谈。记者从会上获悉，依托广交会“线上+线下”创新平台，众多粤企踊跃“上新”，围绕国内国际双循环新发展格局，引进全球优品，出口广货名品。

展现粤企老品牌新活力

荣获“金钉奖”的微型变频冰箱压缩机、主打BCD-413W冷藏冷冻箱……广交会现场，来自广东“智造”的产品荟萃。

“我们推出的新品均为自主研发，契合了绿色环保的‘双碳’目标，将向海内外客商展现老品牌在智能制造升级、技术研发产品创新方面焕发的新光彩和新活力。”广州工控海外事业部副部长刘茵介绍，广州工控由广钢、万宝、万力三家老牌广州国企重组建立后，首次参加线下广交会，但“首秀”也是“重逢”，广州工控旗下的万宝、万力品牌均为广交会“常客”。

“此次参展我们也推出了更多老字号新产品，产品更高端、更有科技含量。如旗下电池出口大户‘虎头电池’，正在根据海外市场的需求积极调整产品。”广州轻工工贸集团有限公司副总经理陈家园表示，例如，非洲之前的电力设施相对传统，对电池的需求相对单一，但近年转型升级后，电池需求发生改变，对以