

城事

全球客商聚羊城共商融合发展路 广州专业市场年交易额突破1.5万亿元

4月28日,首届全球客商与专业市场对接大会暨第二十六届中国商品交易市场大会(以下简称“大会”)在广州白云国际会堂开幕。大会以“融合”为主题,汇聚全球客商、驻穗领事馆、国内外商协会、金融机构及市场代表超1300人,共探商品交易市场创新发展与供应链现代化路径。

据了解,广州现有508家专业市场,年交易额突破1.5万亿元,带动就业181万人,形成5个千亿级、12个百亿级市场集群。当前,广州正以《行动方案(2026—2028年)》为指南,聚焦“规范化、阳光化、国际化、平台化、品牌化、专业化”,推动专业市场从传统租赁向产业赋能平台、从单一交易向城市商贸新地标、从内销为主向品牌出海三大跨越。大会承诺,广州将持续优化“产业版”营商环境,以“接诉即办”“无事不扰”服务理念,欢迎全球客商共享发展机遇。

■采写:新快报记者 陆妍思 通讯员 穗商务宣

购深度融合;益友汽配城打造汽车文化体验区,信基沙溪酒店用品博览城搭建沉浸式酒店场景展厅,生动诠释了从“卖商品”向“造场景、塑品牌、强服务”的蜕变。

大会还组织500余名代表分赴海珠中大纺织、白云三元里皮具等12大特色商圈、24个核心专业市场实地探访,沉浸式体验“线上引流、线下交易、全球发货”的新型商贸模式。各市场特设外商服务专区,配备多语种人员,提供一站式采购对接服务。

海内外采购商代表们纷纷点赞广州专业市场,直言这里品类齐全、品质过硬、供应链体系完善,是全球商品采购的首选目的地,期待借助大会平台,深化与广州专业市场的长期战略合作,拓展优质货源、实现互利共赢。来自尼日利亚的外商Ike Williams Chinedu感慨:“在石井扎根好多年,广州货又多又好,满街都是店,款式随便挑。位置好、交通方便,配套也齐,空调给力,咖啡店、歇脚的地方、好吃的饭馆到处都是。不管是进货还是谈合作,都特别合适。”坦桑尼亚客商则认为,广州专业市场“已升级为全方位的服务型生态系统,实现更快速、成本更低、更合规、更便利的全球采购”。

当晚,“专业市场之夜”主题秀演以“霓裳万象”“美韵随行”“童心未泯”“星耀未来”四大篇章,将服装、美妆、皮具、鞋履、潮玩等产业与舞台艺术融合,展现广州专业市场从传统批发向时尚化、国际化、展贸一体化转型的新风貌。

广州市商务局局长魏敏表示,下一步将围绕“九个一”系统推进:探索地方性立法、编制专项规划、制定扶持政策、出台建设指引和团体标准、搭建数智化平台、设立发展基金、打造国际化营商环境、每年办好一场大会。他透露,力争到2028年,全市专业市场年交易总额突破2万亿元,做强“PRO MARKET”广州特色品牌,全力打造全球商品采购中心和国际商贸创新高地。



▲“专业市场之夜”主题秀将产业与舞台艺术融合,展现广州专业市场新风貌。

▶大会组织500余名代表分赴24个核心专业市场实地探访。

大咖聚智共论道

壁画专业市场转型新蓝图

本次大会汇聚行业顶尖智慧。中国物流与采购联合会副会长胡大剑指出,人工智能、大数据、区块链等新一代信息技术正重塑商品交易市场与供应链模式。他建议:“以数智赋能为抓手,夯实产业融合发展技术底座;以协同共生为核心,构建全链条生态体系;以绿色安全为底色,提升可持续发展能力。”原国家外经贸部副部长龙永图从制度型开放、全方位多领域开放、互利共赢开放三个维度,鼓励广州专业市场“坚持高水平开放,积极拓展全球市场”。

大会期间,广州国际轻纺城、美博城、apM时代国际等8家本土标杆专业

市场分享了实践经验。

美博城执行董事王吓欣介绍,作为“全球化妆用品采购中心”,美博城已落地全国首个美妆类1039市场采购贸易试点,建设国际品牌馆与全球美妆选品中心。她表示,未来将“全力打造全球美妆产业综合体”。红遍天集团董事长宋伟洪指出,apM时代国际已升级为集时尚消费、品牌孵化、国际美食、艺术空间于一体的全品类潮流综合体,获评全国首批五星级市场,“持续吸引中东、东南亚、欧洲等地的采购商与品牌入驻,已成为广州重要外贸集散平台”,下一步将打造AAA级旅游景区式专业市场。

大会现场,广州市领导为18名海内外专家颁发“专业市场和TA的朋友们”

聘书,为10支“广州专业市场外商志愿服务队”授旗,成立“广州专业市场全球客商服务站”。市商务局与金融机构、国企签署战略合作协议,广州中大门等本土市场与多国机构签约,在客商引流、AI等领域深度合作,搭建起中外商贸互通的坚实桥梁。

精品展陈与实地探访

沉浸式感受商贸活力

大会同步举办广州专业市场静态体验展,集结数十家头部市场、500余个知名品牌,涵盖服装、美妆、皮具、汽配、酒店用品等全品类。益民服装城、汇美国际服装城、白云美湾广场等打破传统批发模式,将品牌展示、场景体验与采

一季度广东消费者投诉超20万件,挽回经济损失1.02亿元

新快报讯 记者王彤 通讯员粤消宣报道 4月28日,广东省消费者委员会发布了《2026年第一季度广东消委会系统消费投诉分析报告》。今年第一季度,广东全省各级消委会共接待消费者来访和咨询3万人次,处理消费者投诉20.70万件,其中受理并调解结案15.28万件,为消费者挽回经济损失1.02亿元。因经营者欺诈行为得到加倍赔偿投诉199件,加倍赔偿金额约2.51万元。

处理投诉总量超20万件

2026年第一季度,全省各级消委会处理消费者投诉206999件,其中受理并调解结案152843件,同比下降4.81%;为消费者挽回经济损失金额达1.02亿元,因经营者欺诈行为得到加倍赔偿投诉199件,加倍赔偿金额约2.51万元。从总体来看,全省第一季度投诉量较为平稳,投诉主要集中在消费活跃地市,其中广州、深圳两市投诉量较大。

互联网服务投诉量增幅为18.77%

第一季度,商品类投诉56399件,

占投诉总量的38.70%,同比下降11.92%。居商品类投诉前三位的是服装鞋帽类(17756件)、家用电子电器类(15323件)和日用商品类(10676件),三大类投诉共43755件,占商品类总量77.58%。除烟、酒和饮料类投诉同比呈小幅上升外,其余类别均呈下降。其中食品类投诉降幅较大,同比下降29.38%;家用电子电器类投诉减量明显,同比减少2371件。

在服务类投诉方面,第一季度88391件,占投诉总量的60.65%,同比增长9.10%。居服务类投诉前三位的是互联网服务(40309件)、生活社会服务(16046件)和教育培训服务(12823件),三大类投诉共69178件,占服务类总量78.26%。其中互联网服务投诉量增长最明显,同比增加6371件,增幅为18.77%;金融服务类投诉同比上涨幅度最大,同比增加112件,增幅为219.61%。另外教育培训服务和文化、娱乐、体育服务投诉量增长也较明显,同比分别增多4378件和2670件。电信服务投诉量减少最明显,同比减少7866件,降幅为86.34%。

教育培训虚假宣传多

从投诉性质分析,2026年第一季度售后服务(52795件)、合同(39524件)和质量(32203件)三类性质投诉量较大,共124522件,占投诉总量的85.44%。该三类投诉问题较为突出,投诉量长期位居前列。同比增速最快

的为虚假宣传类投诉,同比增加7109件,上涨172.67%。经分析,虚假宣传类投诉主要集中在教育培训服务(3005件)、家用电子电器(1482件)和互联网服务(1386件)领域,主要问题有宣传与实际不符、夸大产品实际功效、承诺不兑现等。

1

导游擅自带游客至购物点 消费养生产品约2.2万元

第一季度适逢元旦、春节长假,居民出行及文娱需求集中释放,景区游览、乡村旅游、民俗体验、文娱消费等市场持续升温,相关投诉也明显增多。全省旅游服务投诉1855件,同比增长73.04%;文化、娱乐、体育服务投诉7564件,同比增长54.56%。

据介绍,消费者叶先生等5人参加某旅行社免费短途旅游,导游未征得同意擅自带至购物点,消费者购买养生产品约2.2万元,返程后发现价格远高于市场价。经佛山市消委会核实调解,旅行社最终退回1.4万元。

2

文眉选定1280元价位 却要求按2560元扣费

美发、皮肤护理、美容美体等服务持续受到青睐,市场活跃,但相关消费投诉呈现上升态势。全省美容、美发服务投诉3997件,同比增长45.35%。据悉,消费者谭女士在某医疗美容诊所预约文眉,选定1280元价位,拟使用充值1000元送1000元的会员卡,店家却要求按2560元扣费,后又称项目实际收费1980元。谭女士认为商家隐瞒使用限制,提出退款遭拒,仅可更换项目。经清远市清城区消委会调解,商家同意退款。