

廣交會新機遇 外商由買轉賣

資源豐富滿足不同要求 潛力巨大利尋商業夥伴



■參展商透過廣交會結識外企。
香港文匯報記者帥誠 攝



■翻譯人員為展商提供國內方言。香港文匯報記者帥誠 攝

第126屆廣交會上，無論是進口參展商還是境外採購商，「一帶一路」沿線國家及地區這一群體都逐漸成為主角，在廣交會展館人流絡繹不絕的主通道上逛上一圈，不難發現不同種族的客商越來越多。

除了沿線國家客商的增加，國內採購商中來自廣東等地區的採購商似乎也有所增長。在廣交會展館門外，每年都會有來自廣州各個高校的外語專業學生以為客商提供兼職翻譯的身份鍛煉自己。香港文匯報記者通過走訪發現，相比往屆以英語、法語、粵語為主的翻譯服務，今年地方方言的翻譯服務開始頻頻出現。在學生製作的建議廣告牌上，甚至能見到客家話、潮汕話、茂名話等廣東方言翻譯服務，這一定程度上說明來自廣東地方的參展商和採購商比例在提高。

■香港文匯報記者 帥誠 廣州報道

香港文匯報訊 據新華社報道，恩優希中國分部總監林志洙和同事一起，第一次在廣交會上嘗試社交媒體直播推介，智能榨汁機的演示獲得了數千點讚量。對這家創辦了41年的韓國家電公司來說，廣交會是它進軍中國的起點，更是拓展業務的平台。「我們從2008年開始參加廣交會，將產品銷往世界各國；2011年在上海開分公司，正式進入中國；現在通過在電商平台開店來拓展新零售渠道。」林志洙說，「雖然中國佔我們全球市場的一兩成，但一直在增長，未來潛力巨大。」在匯聚各類資源的廣交會上，還有不少外企「從中國買」轉向「往中國賣」、「往全球賣」。

廣交會自2007年首設以來，有數萬家次境外企業參加進口展，借此更有效進入中國市場、開拓全球市場。

泰國五金商會會長潘薩·宋乃泰安對此深有感觸。自2012年起，泰國展團持續參展，此屆就有16家主要來自五金和建築領域的泰企組團而來，目標市場是中東和東南亞。「全球各地的客商都來這裡，大家不用再麻煩地飛各個國家談生意。今天就有企業收到來自比利時和印度的訂單，這家企業的部分原材料還是從中國採購的。」潘薩說。

連續十幾年，主營小家電的土耳其新福公司從未缺席過參展，但其身份悄然間發生了變化。「最開始我們作為採購商，來買中國產的零部件。現在，我們作為參展商，不僅希望把產品賣到中國，也在尋找全球的採購商。」新福公司採購總監穆罕默德說，「無論哪種身份，這裡豐富的資源都能滿足我們的需求，便捷又高效。」

參展產品更新率逾三成

諸多境內外參展商和採購商的信心，來源於中國經濟的穩健形勢和轉型升級的明晰藍圖，尤其是中國外貿穩中提質的不俗表

現。

海關總署數據顯示，今年前三季度，中國外貿進出口總值22.91萬億元，比去年同期增長2.8%。在全球貿易形勢嚴峻下，中國交出了穩中有進的外貿「成績單」。

作為中國外貿的「晴雨表」和「風向標」，廣交會讓全球企業都感受到了中國開放貿易的誠意和溫度。此屆參展企業更新率超過5%，產品更新率超過30%，「三自三高」產品不斷增多，提供了眾多的選擇。

善待客商 照顧出行

一家土耳其公司的出口銷售經理馬杜姆參加了近20屆的廣交會。馬杜姆說：「像知識產權保護、產品推介等方面，廣交會對國際採購商的服務也越來越好。連在廣州的出行、購物都照顧到，我們感受到了中國對國際貿易的重視與支持。」

中國的「朋友圈」越來越大，廣交會也與全球72個國家和地區的128家工商機構建立了合作夥伴關係。「雙方秉持互利共贏原則，在招商招展、宣傳推介、團組互訪、供採對接、會議論壇、商旅服務等領域開展務實合作。」徐兵說，預計此屆廣交會有超過210個國家和地區的採購商與會洽談。

國產家電揚名 議價更有牙力

香港文匯報訊（記者 帥誠 廣州報道）在美國加稅清單影響範圍之外的行業，隨着近年來「一帶一路」沿線國家及地區採購商的不斷增多，廣交會上的出口展商們迎來了銷量穩定增長的好趨勢。

料2025出口破千億美元

家電出口行業在全球經濟下行的大環境下展現出較強的韌性，據機電商會行業發展部副總監周南介紹，2019年1月至7月，我國家電產品出口總額達467.5億美元，較去年同期保持增長4.4%。

他還分析稱，隨着消費需求的不斷提升，在2020年後以智能化為核心的產業升級確立，將在功能上顛覆傳統家電的使用理念，帶來巨大的家電更新需求。

另一方面，隨着中國家電產業的不斷擴張，國際品牌份額的不斷增大，也將極大提

高中國家電企業的議價權。預計，到2025年家電出口規模也將突破千億美元。

拓展歐美市場信心足

來自珠海的液晶顯示屏參展商優力創電子有限公司對此感同身受。該公司經理梅燕表示，得益於廣交會近年對沿線國家採購商的精準邀請，公司在東南亞、非洲市場份額佔比已達80%，年外銷總額一度達到千萬美金。

即便如此，該公司對拓展歐美市場也充滿信心。「我們今年新推出的商用廣告屏便是針對歐洲和北美市場研發，也收到了明顯成效。」梅燕表示，過去因運輸成本限制而無法向海外市場推廣電商渠道，隨着訂單呈現多批次小批量的新趨勢，公司也開始考慮通過阿里巴巴等電商平台開展海外網購渠道。

特稿 華企投資東盟 對沖外貿風險

「不把雞蛋放在一個籃子裡」，正成為全球貿易遇寒時中國企業的生存之道。其中，東盟地區尤其受到青睞。

在第126屆廣交會上，廣東新寶電器股份有限公司首席營銷官兼副總裁朱小梅表示，公司以前海外市場主要在歐美，近年來開始重點開拓亞太市場，針對當地需求進行新品研發。目前，公司對日本出口額年增長都在10%以上，東南亞也有10%至20%的增長，能夠彌補美國出口萎縮的損失，「（出口）年底還可以保持增長」。

星星冷鏈集成股份有限公司海外事業部副總經理李凡稱，受保護主義升溫、關稅

措施升級等因素影響，公司部分客戶信心受到打擊，不願意長期備貨，導致對美國出口下滑。不過，目前亞洲地區佔公司海外出口額比例約25%，美國佔比約15%。由於東南亞、南亞等地出口增速高達兩位數，雖然今年公司對美出口縮水，但「影響可以對沖」。

官方數據顯示，除中美貿易同比下降外，目前中國與其他主要貿易夥伴貿易額均保持增勢，東盟地區尤其亮眼。前三季度，中國與東盟進出口總值同比增長11.5%，是同期中國外貿整體增速的四倍以上。同期，中國與「一帶一路」沿線國

家及地區合計進出口同比增長9.5%，佔中國外貿總額比重近30%。

產業鏈配套仍有欠缺

在此情況下，為進一步分散風險，減輕外貿壓力，中國正在採取更多措施開拓東盟市場。

一些參展企業表示，考慮到東盟地區人口眾多、市場廣闊，加之可以規避風險，他們有在印尼、泰國等地設廠的想法。不過，與中國相比，東盟地區上下游產業鏈配套能力仍有欠缺，要不要把意向付諸行動還是會「謹慎行事」。

■中新社

華企準備足 貿談回暖重入美市場

香港文匯報訊（記者 帥誠 廣州報道）受中美貿易摩擦影響最大的五金建材類產品出口貿易今年出現斷崖式下跌，不少參展商均表示，密切關注中美貿易磋商最新進展，一旦形勢有所好轉將主動聯繫美國老客戶或重入美國市場，亦有出口商通過與墨西哥等毗鄰美國的國家以獨家代理方式合作，打探美國市場動向。

作為受美國加稅清單影響範圍最大的行業之一，五金建材類出口商在此屆廣交會上可謂「負重前行」。據了解，美國目前是五金建材行業第一出口市場，而廣東省和浙江省是我國該行業出口美國市場的前兩大省，佔行業對美出口的49.2%。

分攤關稅仍失兩成客

在展會現場，參展品類分佈多個展區的海五金礦產發展有限公司對中美貿易摩擦帶來的影響深有感觸。據該公司銷售經理張真透露，在公司的多個五金製品品類

中，受影響最大的為閘門、龍頭等小型五金配件產品，均在25%的加稅清單範圍內。為了應對這一狀況，該公司已與一些常年合作的美國老客戶達成協議，各自承擔一半的加稅成本，但一些體量較小的客戶無力負擔，被迫尋找其他成本更低的供

應商。

張真無奈表示，這一變化讓公司在美國市場流失了兩成左右的客戶。談及中美貿易磋商日前達成的最新進展，他也坦言將持續關注最新動態，一旦有所轉機，公司將主動聯繫流失的老客戶。



■廣交會場內人流不絕。
新華社

中美一致希望達成經貿協議

香港文匯報訊 據新華社報道，中國外交部發言人耿爽昨日表示，中美雙方在達成經貿協議問題上是一致的，沒有差別。

當日例行記者會上，有記者問：第十三輪中美經貿高級別磋商近日在華盛頓舉行。美方表示雙方達成了實質性的第一階段協議。中方表示雙方在一些領域取得實質性進展，同意朝着最終達成協議的方向努力。請問中美雙方在達成經貿協議問題上態度是否一致？

耿爽說：「14日我已就新一輪中美經貿

高級別磋商作出過回應。美方說的是實際情況，和我們了解的情況是一致的。雙方在達成經貿協議問題上也是一致的，沒有差別。」

耿爽說，這份經貿協議將具有非常重要的意義，對中國、美國和世界都有利，對經貿與和平也都有利。

華企已購2000萬噸美大豆

另有記者提問，美方近日表示，中方已經開始大量採購美國農產品。國內外輿論

對此都很關注。你能否介紹一下今年以來中方採購美國農產品的情況？

耿爽表示，這兩天有不少媒體向我們詢問中方自美國採購農產品的情況。我們就此專門向有關部門進行了了解。據我所知，中國企業根據國內市場需要，以市場化的方式自主採購了美國農產品。根據初步掌握的信息，今年以來中國企業自美採購的農產品包括：大豆2,000萬噸、豬肉70萬噸、高粱70萬噸、小麥23萬噸、棉花32萬噸。中方還將加快採購美國農產品。