

廣交會閉幕日仍有四千場直播

粵展商：疫情下外貿最佳選擇 已接逾百意向訂單諮詢

第127屆廣交會昨日正式閉幕，作為首次在線上舉辦的廣交會，在展會最後一天，官網上仍維持着四千餘場直播同時進行的熱度。不少廣東參展商在10天參展期間累計接到意向訂單諮詢超過百個。有廣東大型參展商透露，通過本屆廣交會首次試水直播，感受到國際市場的普遍關注，成為疫情下企業維持外貿訂單的最佳選擇，如今籌建專業化直播間的計劃已搬上日程。

文、圖：香港文匯報記者 帥誠 廣州報道



第127屆廣交會因疫情移師網上，不少企業藉以試水直播吸引外貿訂單。圖為格蘭仕在廣交會期間打造的直播間。



梁惠強指出，廣交會期間客戶反響好於預期，讓格蘭仕坚定了將直播常态化信心。



今年前5月格蘭仕在北美地區銷量增長達到100%。圖為格蘭仕自動化生產線。

第127屆廣交會雖然已步入尾聲，但在格蘭仕中山基地內產品直播間內，經過10個晝夜奮戰的業務員直播們仍堅持在鏡頭前進行最後一場直播。「線上參展期間，我們僅非洲大區就收到上百個客戶意向諮詢，歐洲則出現電商類客戶的快速增長。」廣東格蘭仕集團副董事長梁惠強透露，過去線下展會，由於展位空間限制無法完整展現不同品類家電產品的功能技術，而通過線上直播，客戶可以選擇自己感興趣的直播場次觀看，真正做到了精準營銷。

企業藉以試水B2B直播

據了解，通過本屆線上廣交會試水B2B直播，客戶反響好於預期也讓格蘭仕坚定了將直播常态化的信心。

梁惠強指出，按照公司最新規劃，除了廣交會前從業務員中篩選培訓出的首批直播，接下來還將不斷擴大直播隊伍，邀請更多專業人員入駐。「我們已經確定在格蘭仕中山基地籌建一個常态化的專業直播間，把三大時區的B2B直播活動一直做下去，並且在直播內容上做出更加細化的市場區分。」

事實上，在疫情初期，格蘭仕一直與客戶保持溝通和信息透明度，包括格蘭仕董事長梁昭賢本人在內，白天是「北京時間」，晚上是「全球時間」，一直和全球客戶保持24小時在線溝通。通過展現企業應對疫情的快速反應和嚴謹的態度，增強客戶信心，鞏固格蘭仕作為「中國製造」的金字招牌。

梁惠強預計，今年下半年乃至明年，格蘭仕在全球各大區的產品銷量都將出現不同幅度增長，今年前5月格蘭仕在北美地區銷量增長達到100%就是很好的證明。他認為，未來小家電的市場容量會不斷增加，疫情之下消費者對居家生活的需求提高，整個家電行業都將進入上升期。

格蘭仕擬派千人駐海外

此外，格蘭仕還計劃從今年3,200多名新招應屆大學生中，挑選出1,000人派駐海外，基於各個國家和地區的主流文化和市場特徵，通過屬地化團隊、本土化經營的模式，持續深入推進自主品牌國際化，通過國民家電、品質家電、智能家電滿足不同國家和地區市場多元化的需求，更自信、更廣泛、更深入、更有針對性「走出去」。

展商：線下展會有不可取代性

香港文匯報訊（記者 帥誠 廣州報道）線上直播作為本屆廣交會的全新嘗試，既是互聯網時代的大膽創新，也是疫情影響下的無奈之舉。然而，顯然並非所有參展商都能依靠線上展覽達到過去實體展會的同等效果。

廣州雅琦特鞋業是一家連續參展廣交會17年的老牌企業，2018年銷售總額一度達到1,000萬元人民幣。在本屆線上廣交會期間，雖然每天也能收到10個左右的意向諮詢，但最後能夠確定下來的訂單為18個。鞋業是一個對消費者需求高度依賴的行業，疫情期間消費者出行減少，對鞋類產品的需求自然下降。

雅琦特實業有限公司副總經理紀彬坦言，線上廣交會可以作為線下展會的互補，但線下展會仍有不可取代性。「例如客戶來到現場，他能夠體驗試穿，鞋子柔



紀彬指一些海外老客戶也需要重新調整付款方式，公司已開始做外銷轉內銷的準備。

專家倡政府牽頭建網絡交易生態

香港文匯報訊（記者 帥誠 廣州報道）對於第127屆廣交會全面搬到網上的這一嘗試，來自粵港兩地的經濟界人士也發表了自己的看法。香港證監會前主席沈聯濤接受採訪時表示，在疫情長期影響下，如何消化過剩產能成為全球面臨的經濟難題。數字經濟轉型不能單純依靠市場，需要政府、企業和民眾共同參與建立全新商業生態模式的探索，而線上廣交會就是一次很好的嘗試。

此外，他還指出，數字化、互聯網化已成為大趨勢，將信息平台變成交易平台的

過程中，有香港金融服務的優勢，也有內地基礎設施的優勢。未來的基礎設施將完全由以人為本的信息、知識、人工智能組成。

廣州具四大中心的優勢

中山大學粵港澳發展研究院教授張光南則認為，廣州在大灣區城市群中具備「區域政策協調中心、基礎設施互聯互通樞紐中心、千年商都商貿中心、新興產業協同創新中心」四大中心的優勢。其中，新興產業協同創新中心體現在廣州會展業B2B



商業模式和電子商務B2C商業模式的聯動發展。「聯動過程中人工智能雲技術可以推動會展的B2B+電子商務B2C，從而實現廣州新興產業協同創新，將新產業、新技術聯動發展。」

端午節內地民航加快復甦

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）節假日出行帶動了整個民航市場，據多家旅行社監測數據，今次端午節中國民航恢復勢頭在加速，不僅票價出現回升，部分平台航班預定量已經達去年同期七成。與此同時，各大航空公司亦在端午節前後大力創新推出各種「不限制次數飛行」的新產品，進一步刺激旅客出行需求。

大部分航班預訂恢復七成

攜程大數據監測顯示，今年端午節期間，除北京等升級防疫調控措施地區外，其餘地區航空出行搜索量與預訂量都已恢復至去年同期七成。實際上，民航市場的恢復在端午節前已經先行一步，從攜程公布618復興支持促銷活動

的「成績單」來看，自6月18日至6月22日上午，這場覆蓋了全國近100個城市、15家航空公司、2,500多條航線、多家機場方的活動，總計銷售出數十萬各類產品，進一步顯示出國內乘客航空出行的旺盛需求。

去哪兒：6月恢復速度加快

去哪兒網大數據同樣顯示消費者在逐步恢復飛機出遊，特別是川渝地區的遊客在端午小長假多選擇民航出行。據民航專家、去哪兒網副總裁蘭翔表示，民航市場的復甦在加速，6月恢復速度比5月份要快很多。從機票方面來看價格也進一步的出現回升，整體端午期間的熱門航線票價較五一有10%的漲幅，部分地區漲幅可達18%。

便利店夜間消費 他比她花更多

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）今年入夏以來，內地夜經濟就和氣溫一樣火熱起來。24小時連鎖便利店「便利蜂」昨日發布長三角便利店夜間消費報告，綜合上海、南京、杭州、蘇州和無錫等地門店數據，顯示夜間市場「他」經濟崛起，各城市男性消費能力更勝女性一籌。報告稱，夜間消費因更多是助興類產品，符合男性消費習慣，不應低估男性在夜間的消費能力。

該報告統計了上述5個城市傍晚6點到次日早上6點的進店消費情況，顯示6月份以來長三角主要城市夜間消費情況逐漸回暖，其中90後成為消費主力，上海夜間消費力領跑五城。

有意思的是，從消費人群的性別來看，多數城市男性夜間消費力普遍高於女性，上海男性消費者最多，達到56.5%，緊隨其後是杭州（55.2%）、南京（55%）。僅蘇州是個例外，女性消費者更多，佔到51.6%。另外，從不同性別的購物數量和價格來看，亦是男性購物



內地夜經濟今年火熱起來，尤其以上海情況明顯。資料圖片

數量 and 客單價普遍高出女性。

男性鍾愛助興式消費

對於男性消費在夜間的「異軍突起」，便利蜂相關負責人向香港文匯報記者解釋道，夜間不少消費者需要助興式消費，因此香煙、酒水、飲料以及禮

孕套這些產品銷售開始活躍，購買這些商品的又以男性居多。此外，夜間購買食品盒飯的同樣以男性為多，上述負責人稱「很多女生到了晚上就不願再吃東西，反而是男性，該吃吃該喝喝，在夜間的食品消費上沒有『減肥』的顧忌。」

乘聯會：內地乘用車零售表現回暖

香港文匯報訊 中國乘用車市場信息聯席會發布數據指出，6月15日至21日主要廠商的乘用車日均零售4.39萬輛，環比5月同期成長9%。乘聯會稱，隨着3至5月剛需以及之前被抑制的需求基本得到釋放，再加上6月氣溫快速升高，車市進入傳統淡季月份，6月零售銷量將季節性回落。

另外，畢馬威分析指出，新冠疫情持續，程度上促使內地汽車行業私家車需求增加，及政府延長電動車補貼。畢馬威中國汽車行業戰略合夥人康琦明

表示，內地消費者正在重新考慮購買新車的成本效益。當需求回升時，行業的情況可能會有所改變。入門級乘用車受到的打擊最大，但豪華品牌的表現則繼續優於市場。同時，內地增加對電動汽車補貼，反映政府對推動新能源汽車的持續承諾。

畢馬威料多能汽車共存

此外，畢馬威首次預計內燃機（ICE）汽車將於未來10年逐漸流失市場份額。ICE汽車、電動車、燃料電池汽車及插電式混能汽車將於市場共存。

惠譽料今年全球智能手機發貨量降17%

香港文匯報訊 評級機構惠譽在一份聲明中預測，由於全球經濟放緩導致需求下降，今年全球智能手機發貨量將大幅下滑。惠譽指出，2020年全球智能手機發貨量將下降15%至17%。由於疫情導致零售店關閉，消費者留在家中，第二季度全球智能手機發貨量可能會較一季

度出現更嚴重的下滑。

三星電子將保持領先地位

該機構預計，三星電子將保持智能手機領域的市場領先地位，今年佔有率約為20%至21%；其次是華為，市場佔有率約17%至18%。而IDC數據顯示2018

年、2019年的降幅分別為4%和2%。隨着經濟活動逐漸重啟，下半年智能手機發貨量將好轉；而受到價格反彈和5G設備銷量成長的推動，智能手機銷量2021年將會好轉。惠譽預計，5G智能手機明年將佔到智能手機總發貨量的17%至20%。