

「內外交融」新底色突出 政企協會聯動扶持外貿企

廣交會貿易變陣 加速「出口轉內銷」

反擊關稅霸凌

香港文匯報訊（記者 李紫妍、帥誠 廣州報道）第137屆中國進出口商品交易會（以下簡稱「廣交會」）一期於19日圓滿收官。香港文匯報記者在採訪中發現，此次廣交會「內外交融」的新底色十分突出。展會期間，很多外貿企業不僅通過各種創新成果產品吸引全球採購商，斬獲多筆海外訂單，更積極借力政策紅利與國內平台資源，加速「出口轉內銷」戰略布局。

數據顯示，僅廣交會期間舉辦的「外貿優品中華行」活動便促成了意向成交額超6.8億元（人民幣，下同），京東、阿里巴巴等電商平台推出一系列專項扶持計劃，華潤萬家等線下商超也開闢綠色通道，助力企業實現內外貿「兩條腿走路」。在複雜國際貿易形勢下，廣交會以「近悅遠來」的開放姿態，成為推動全球產業鏈合作與國內國際雙循環的關鍵支點。

19日，雖然已臨近閉館，廣交會現場人氣仍然不減，許多境外採購商拖着行李穿梭在排排展位中，抓緊最後機會網羅優質產品，一些熱門展位仍然客流不斷，洽談桌上座無虛席。香港文匯報記者留意到，今屆廣交會多個展館中，隨處可見「可內銷」的圓形標識。一位有着20多年參展經驗的老廣交說，「以前也有，但沒這麼多。」這一現象顯示，在關稅戰造成的國際經濟形勢動盪背景下，許多外貿企業不僅積極開拓新興國家等多元國際市場，也轉向國內的廣闊市場尋求商機。

加大內銷推廣 合作國內頭部企業

廣東沃萊科技有限公司主營的體脂秤產品從去年至今，內銷比例較去年提高了10%，更與小米成為合作夥伴。「過去我們產品外銷佔比達80%，去年開始加大內銷推廣後，內銷所佔份額增加了10%。」該公司銷售經理張方平介紹，內銷的穩定增長，得益於公司與小米、華為等國內頭部企業達成代工合作，其中為小米代工的兩款體脂秤和代工華為的電子跳繩，在國內都有不錯的銷量。

在本屆廣交會上，沃萊科技還首次展示了健康生態鏈系列產品，將智能體脂秤、身高儀、營養稱、跳繩等產品進行系統聯動，實現體重檢測與膳食均衡搭配。「今年全國兩會期間，國家衛健委也提出實施『體重管理年』三年行動，相信這將給像我們這樣的產品拓展內銷帶來難得的機遇。」張方平透露，今年公司還將繼續加大與小米的合作，推出更多品類的健康產品。

科技產品上新 廣銷海內外

憑借「黑科技」AR眼鏡一炮而紅的杭州科企「第七龍」Rokid（樂奇）也攜最新產品Rokid Glasses首次參展，新產品造型時尚，又能利用AI實時識別並翻譯40多種外語，備受境外採購商歡迎。「這

►今屆廣交會各個展館內，「可內銷」的牌子越來越多。



●撤展前，境外採購商仍在廣交會上抓緊機會網羅優質產品。
香港文匯報記者李紫妍 攝

幾天我都是用它來和海外客戶交流」，工作人員張旭介紹，參展期間，他們每天約接待五六百名採購商，已收到歐亞多國客戶的合作意向，不少客商當場就想下單帶回家，「不過這款眼鏡要7月才正式上市。」不僅在海外市場廣受歡迎，張旭介紹，其產品在國內市場更火，如上述新品眼鏡在國內市場還未開售已有數萬預訂量。

貝樂（廣州）智能信息科技股份有限公司的展位上，陳列着最新款的太空艙多功能按摩沙發，「我們的產品不僅在國外賣得好，國內市場也『開花』。廣交會開展4天，就已經敲定了貨值約1,500萬元的內外貿訂單，陸續有國內的採購商來找我們洽談下單。」貝樂（廣州）智能信息科技股份有限公司總經理曾紹輝高興地說。他十分看好全運會的機遇，他說：「我們希望借助全運會繼續發力健康體育產業，將體育賽事帶來的流量轉化為產業發展的增量。目前，我們在國內市場和海外市場的銷售佔比是三七開，未來希望達到五五開。」

線上線下多平台齊助陣

事實上，在拓展內銷市場方面，外貿企業並不是「一個人在戰鬥」。地方政府、行業協會、電商平台、線下平台等也都齊齊發力，助力推進內外貿一體

化，與外貿企業攜手並進、共克時艱，為其提供堅實後盾，幫助「出海尖貨」打入內需市場。例如外貿依存度超過60%的經濟大省廣東，通過搭建覆蓋消費各場景、各渠道的聯動平台，為外貿優品開設內銷「直通車」。廣交會期間舉行的「外貿優品中華行」廣東廣州站啟動儀式上，300多家優質外貿企業與360家國內採購商現場對接，多家外貿企業與採購商達成意向合作協議，意向成交總金額超6.8億元。

線下渠道如華潤萬家已成立工作專班，對接超百家外貿企業，產品涵蓋竹木製品、冷凍水產等8大品類，將陸續上架在萬家的貨架上；廣州本土連鎖超市勝佳超市的60多家門店將設立外貿優品專區，已接洽20多個食品和小家居用品領域的外貿廠家等。

京東、阿里巴巴等電商平台亦發揮數字優勢，迅速為外貿企業轉內銷提供全鏈路支持。京東集團推出2,000億元「出口轉內銷政策」扶持計劃，一年將預計投入2,000億元採購全國出口轉內銷產品，未來還將與地方省廳制定外貿企業扶持計劃，通過消費券等形式加速企業轉型節奏；阿里巴巴本月啟動「春蕾計劃2025」，在全集團層面成立支持外貿專項工作組，調集淘寶、天貓、1688等多個業務板塊，幫助外貿企業快速打開國內市場。



●杭州科技企業Rokid的展台上，境外採購商正在體驗其產品。
香港文匯報記者李紫妍 攝



●廣交會一期收官日，買賣雙方都在抓緊談生意。
香港文匯報記者李紫妍 攝

全球客商「用腳投票」 彰顯中國經濟活力

專家解讀

關稅大戰陰霾下，第137屆廣交會依然丁財兩旺，最新數據顯示，截至4月19日，已有來自全球216個國家和地區的超過14萬名境外採購商到會，較第135屆同期增長20.2%。參展企業普遍反饋，到會採購商數量高於往屆、詢盤積極，中東、非洲、東盟等「一帶一路」及新興市場國家客戶佔多數。從智能機械、新能源汽車等「大塊頭」，到五金工具、照明設備等「小精品」，不少參展企業斬獲千萬美金級的意向訂單。

全球客商在廣交會上「用腳投票」，力撐中國產品和中國供應鏈，廣東省體制改革研究會執行會長彭澎認為，這是以中國產業鏈供應鏈的完整和強大為前提發生的，「關稅大戰背景下，在中國拿貨可能更加有性價比，估計這是很多採購商的想法。」同時，新興市場採購商佔主要力量，顯示了「非美全球化市場」正在醞釀，也說明全球化仍然是大多數國家和地區的新訴求。

內地龐大市場吸引力不可忽視

彭澎表示，廣交會的全球採購商結構不僅顯示了新興市場對全球化的堅守，也表明中國近年通過「一帶一路」、金磚國家、上合組織等機制推行的「人類命運共同體」構想正在得到廣泛接受，「大多數國家和地區還是希望和內地做生意。」另一方面，中國雖然有一些產業鏈、供應鏈轉移出海，一些企業也在「走出去」，但是，在新質生產力培育的影響下，整個產業結構都在轉型升級，高科技含量產品已經站在世界市場前沿。同時，中國又在進一步擴大開放，內地龐大的市場吸引力也不可忽視。

彭澎續指，今屆廣交會充分彰顯了中國經濟的韌性與活力，一方面，中國的產業鏈、供應鏈與周邊國家尤其是東盟國家逐漸融為一體，產業轉型升級動能十足。另一方面，面對複雜的國際環境，中國始終堅持擴大開放，不斷挖掘內需市場潛力，刺激消費政策不斷出台，龐大市場的吸引力和想像空間巨大。

●香港文匯報
記者 李紫妍、帥誠 廣州報道

台企深耕大陸市場 拓新興市場

香港文匯報訊 據中新社報道，「我們對大陸市場充滿信心，這次參加廣交會的主要目的是繼續開拓大陸市場，並進一步增加多元化客戶群。」東莞聯東電器有限公司廠務經理鄧喬予表示，第137屆廣交會開展以來，已接觸到孟加拉國、土耳其、巴西等採購商的詢盤，「他們提出到大陸的工廠拜訪，我們也做好接待的準備」。

正在舉行的本屆廣交會有超過50家台灣企業線下參展，包括電子家電、五金化工、家居用品等領域。多位接受採訪的台灣參展商表示，持續看好大陸市場，並調整生產布局，通過廣交會等展會平台不斷探索新的市

場機遇。

東莞聯東電器有限公司是參展的台灣企業之一。該公司在安徽、廣東、台灣地區以及越南胡志明市設有工廠，生產全球多國安規電源線及插頭等產品。

記者近日走訪時看到，來鄧喬予所在展位的採購商絡繹不絕，紛紛提出採購需求。「過去參加廣交會主要是為了吸引境外採購商，如今更注重與大陸客戶合作。」鄧喬予說，得益於提早布局，公司對不同工廠的服務區域進行合理劃分，以應對可能出現的貿易風險。目前在大陸市場取得不錯的成績，佔比越來越高，在新的貿易形勢下能保持交易穩定。他表示，「將繼續參加廣交會，以尋求更多合作」。

港商港青見證外貿盛會

本屆廣交會上，港商港青的身影也隨處可見，他們以不同的身份參與其中，見證這場貿易盛會的開放與繁盛。

在廣交會展館的VIP休息室裏，年逾六旬的香港採購商杜仕銘直言，這屆廣交會的採購商比上屆還要多。從上世紀九十年代初次參展至今，見證了廣交會從流花展覽中心到如今擁有四大展區的廣交會展館，無論全球經濟局勢如何變化，廣交會的展覽面積越來越大，採購商越來越多是不爭的事實，杜仕銘相信關稅政策對中國外貿的影響是暫時的。

「也許一些企業發往美國的訂單少了，但來自

東盟、『一帶一路』這些國家地區的採購商越來越多，他們將會得到原本發往美國的那些訂單，因為機會是均等的。」他說。

在江門設廠多年的港企江門市中港寶田摩托車實業有限公司在本屆廣交會帶來了10款摩托車產品，其中獵手與鋼金獸兩台全新款式的摩托車，憑借酷炫的外觀，瞬間抓住客商眼球，吸引了不少境外採購商諮詢。

「公司正積極開拓南美市場，近兩年銷售業績持續增長，年增幅達到20%以上，預計今年銷量還將創新高。」公司銷售經理趙崇岳表示，香港本土機械類的專業展會不多，而廣交會能夠提供

向全球採購商展示的機會，寬敞的展位空間也利於公司展出更多新品，「我相信在廣交會的加持下，中國外貿一定能乘風破浪，突圍而出。」

在廣交會展館門口的志願驛站，來自暨南大學的港生們，則以青年志願者的身份參與了這一外貿盛會。「對我來說這是一次非常難得的機會，能夠更深入了解大灣區的重要活動，也親眼見證中國經濟的開放和繁盛。」暨南大學香港籍大一學生梁愷桐如是說。

「通過在廣交會現場與全球客商交流，鍛煉了我的溝通能力，也近距離感受廣交會的運作方式。」同樣來自暨南大學大學一年級的港生李紫



●港生李紫甄在為客商指路。
香港文匯報記者帥誠 攝

甄認為，廣交會不僅為全球客商提供了一個交易和展示的平台，也促進了不同地區文化的交融。

●香港文匯報記者 帥誠、李紫妍 廣州報道