

从“中国第一展”广交会看企业发展机遇

从单纯出口展到进出口双向展、从“买全球”到“卖全球”,广交会在更高层次上运用国内外两个市场、两种资源,推动着中国形成全面开放新格局

□ 欣 华

近日,当中国交出一份“总体平稳、稳中求进”的季度经济“成绩单”时,素有中国外贸“晴雨表”和“风向标”之称的第124届中国进出口商品交易会(广交会)也在南国广州开幕,以独有的方式印证中国经济活力。

自10月15日起,数万名中国厂商、全球采购商云集广州市琶洲岛。

这个历史上出口成交额峰值一度超过全国半壁江山的“中国第一展”,在创立61年后,依然人气十足、活力四射,人们从中感受到的是中国经济坚定迈向高质量发展的底气 and 信心。

经济升级迭代前景光明 中国市场不容小觑

连续16次参展的埃及家电品牌FRESH、连续12年赴会的美国Exotica空气清新剂公司……本届广交会不仅没有感受到想象中的那份“冷意”,反而因人头攒动的展馆而感到暖意十足。数字印证着展馆的人气。今年秋季三期展览总面积118.5万平方米,超6万个展位总数,境内外参展企业约2.6万家。

“中国市场不容小觑,我们在中国的市场份额一年比一年好。”美国卡特彼勒公司全球风

扇业务的授权代理商、美国东方风扇公司总裁喻志鸿开展后忙得不可开交。这家工程机械巨头企业计划明年将旗下风产品引进中国市场,“这就是我对中国经济充满信心原因。”喻志鸿说。

广交会新闻发言人、中国对外贸易中心副主任徐兵介绍,广交会连续第12年设立进口展,其中美国是广交会第二大采购商来源地,近年来每届到会人数均超过1万人。第123届广交会到会11,929人,同比增长7.85%。

美国风扇、意大利厨卫精品、韩国智能生活小家电、土耳其高端厨电……2万平方米的展区吸引了34个国家和地区的636家企业参展。不少境外企业就像老朋友如约而至,共同分享中国发展的红利。

“中国市场每年都在不断增长,很庆幸我们正参与其中,我们对中国市场信心十足。”英国尤班克公司董事长朱利安·贝兹利说。这家成立于1880年的老牌地面清洁设备制造企业3年前进入中国,如今中国市场已占其全球销售份额的10%,并正在快速扩大。

总部位于印度的跨国公司森博集团2015年收购广东东莞一家工业冷气机制造企业,中国成为该集团全球四大运营

基地之一。该集团国际业务副总裁马多说:“集团每年平均生产250万台冷气机,目前主要市场是印度,但中国市场将成为重要的增量贡献者。”

诸多海外参展商怀抱信心而来的背后,是中国经济近年来持续稳健的表现以及经济升级迭代的光明前景,也是今年以来中国对外贸易稳中有进的积极态势。

数据显示,前三季度,中国货物贸易进出口总值比去年同期增长9.9%,出口和进口分别增长6.5%和14.1%。在外贸进出口规模实现较快增长的同时,发展质量和效益正进一步提升。

越是面对挑战 越要坚定高质量发展

愈演愈烈的国际经贸摩擦正给世界经济带来负面影响。国际货币基金组织在10月9日发布的《世界经济展望》报告中调低了世界主要经济体的增长预期。

面对外部诸多不确定性,传统贸易企业如何应对挑战?不少中国企业推进以自主创新、自主品牌为核心的国际化。

双滚筒洗衣机、自清洁空调、饕宴冰箱……走进海尔展区,仿佛来到一个“高端卖场”。

“回想起1988年,海尔第

一次参加广交会只有半个摊位、占地不足5平方米,如今海尔系列产品已走进全球160多个国家和地区。”海尔集团副总裁张庆福说,依靠科技攻关向高端转型,海尔正吹响家电“出海”的新号角。“实践证明,越是面对挑战,越要坚定高质量发展。”

自主品牌出海是衡量一个企业“出海”质量的重要指标。家电巨头海信亮出最新“出海”成绩单:今年前三季度,海信海外自主品牌销售占比60.2%,销售额同比增长27.5%,在美国、欧洲、南非等地多点开花表现不俗。

海信是中国最早“走出去”的企业之一。与很多出海企业采取“OEM代工”不同,海信“走出去”一开始就选择打造自主品牌之路,以获取更大的市场自主权和品牌溢价能力。海信国际营销副总经理李友波说:“海外业务的持续提升,是对海信技术引领的积极回应。”

本届广交会上,有的企业因产品物美价廉,在国际市场始终占一席之地,他们也对自主创新转型升级更有信心。

青岛昌信机械有限公司主要生产除草机、翻地机等小型机械,产品全部销往海外,其中美国市场占20%。公司对美出口业务并未受到明显影响。

“供应链越长的企业,越不容易受到贸易战影响。”公司海外业务负责人袁月以一台翻地机为例说,整个机器需要的100多种零配件在中国市场都能找到,完善的产业链布局确保该公司产品不仅质量好,还具有较强的议价能力。“即便加征25%关税,产品依然具有竞争力优势。”

坚定扩大开放 与世界共享中国红利

自1957年首次开展,广交会迄今已走过一甲子时光。今年恰逢改革开放40年,广交会从单纯出口展到进出口双向展、从“买全球”到“卖全球”的转型,宣示了中国坚定扩大开放推进贸易转型、与世界共享高质量发展红利的决心。

数据印证着这一转变——广交会迄今累计到会境外采购商约842万人次,累计出口成交额超过1.3万亿美元;从第101届更名为中国进出口商品交易会

后,广交会设立的进口展已有100多个国家和地区的1.2万多批次企业参展。

如今,广交会已成为“买全球卖全球”的开放型国际贸易平台。

“中国市场潜力非常大,我们希望在这里大展拳脚,达成长期合作。”英国装饰灯饰供应商——卡斯卡特公司国际市场营销总监克里斯托弗说,多年参加广交会让他们在中国市场收获大量订单,如今正开始考虑“从中国买”转向“往中国卖”。

第一次参加广交会的泰国桑泰运动火焰公司则惊讶于广交会的魅力。公司销售经理努伊说,作为泰国最大的手套生产企业之一,他们对首次参展没有明确的销售目标,只是希望了解国际市场行情。“但目前成果已超出预期,参展第一天便和来自沙特阿拉伯的客户达成了采购意向。”

不仅如此,在广交会的开放平台上,对保护知识产权的重视也展示中国扩大开放的新形象。

新丰香知韵的展台上,许多款造型独特的香熏器正在散发着白色的雾气。“销量最好的这款,是由我们自己设计并申请了外观专利的。”香知韵工艺品有限公司工作人员指着一个扁圆形木质纹理的香薰器说。

徐兵介绍,广交会自1992年起探索开展知识产权保护工作,26年来经历了专项维权到专设机构、再到健全制度等发展阶段,建立了一套比较完整的、符合实际的展会知识产权保护体系,成为中国展会知识产权保护典范和展示中国政府有效保护知识产权、鼓励创新的重要窗口。

九层之台,起于累土。改革开放40年来,广交会到会采购商人数翻了十倍以上,欧美采购商比重大幅上升,来自200余个国家和地区的采购商赴会参与,在更高层次上运用国内外两个市场、两种资源,推动着中国形成全面开放新格局。

“改革开放40年来,我们共同见证了中国取得举世瞩目的成就,相信中国会一如既往地很好发展下去。”俄罗斯亚洲工业企业家联合会副主席阿廖沙·费多托夫的话,道出众多海外参展嘉宾的心声。



龟鳖养殖棚变身绿色生态稻米基地

近日,浙江省湖州市东林镇东南村200多亩的生态稻田基地迎来丰收季。当地政府对2014年启动温室龟鳖养殖产业整治,引导养殖户采用生态套种方式,种植生态稻米,获得了经济和生态效益双丰收。图为拖拉机在东南村的200多亩生态稻米基地进行翻耕作业。

新华社记者 徐显摄

荐 读

传统制造业“换道超车”正值时机

数字化是新趋势,网络化是新动能

□ 郭其钰

以“智慧物联凤凰涅槃”为主题的2018工业智造·杭州大会近日在浙江杭州召开,多位中外行业人士就人工智能技术、机器人产业等新经济、新技术提出“发展经”,联系起科研与产业、资本与实业,为传统制造业“换道超车”提供新思考。

制造业被誉为立国之本、兴国之器、强国之基。当前以物联网、大数据、云计算、区块链、人工智能等为代表的数字经济时代的兴起,为传统产业持续优化创造了绝佳机会。

“数字经济是经济高质量发展的战略选择,其实任何企业只有转向数字化才能转向高质量。”浙江省工业和信息化研究院院长兰建平表示,数字化是当前的新趋势,网络化是行业的新动能。如今,数字经济已呈现出“风景这边独好”的态势。

美国管理学院董事、IBM管理顾问伊曼纽尔·莫诺围绕人工智能技术为传统产业带来的机遇与挑战表示,人工智能

是一种基础的通用技术,而技术是零和博弈,需要考量投资回报率,但目前该技术还没有像蒸汽和电力那样看到明显的回报。从经济学角度统计,目前人工智能技术的投资率是10倍。

伊曼纽尔·莫诺认为,人工智能技术不会完全取代人力。“这轮变革将通过人工智能技术,进一步挖掘人的能力,因此人工智能技术需要人和技术结合互补才能真正释放其优势。”

浙江大学党委副书记、之江实验室主任朱世强则聚焦人与机器结合的机器人产业:“人与机器的关系集中体现在机器人身上,很少有工业装备产品具有如此强烈的文化属性。”

朱世强指出,未来机器人的本体产业和融合产业将将会推进,机器人与制造业等产业的融合目前做得还不够,仍存在巨大空间。打造机器人产业生态要克服看重单个项目招商的短板,突破技术瓶颈,发挥机器人二元产业对机器人生态的促进作用。

资 讯

山东莱西:深化生态文明改革

望城街道荒山长出“元宝”

本报讯 记者孙鹏报道 近日,“乐在莱西”首届红薯丰收节在山东莱西市望城街道草化山开幕。

近年来,望城街道深入贯彻绿色发展理念,通过植树、治污加减并重的方式,让草化山

从一座“年年种树不见树”的荒山,变成了实现乡村振兴的金山银山。目前,草化山森林覆盖率达80%,今年5月桑果采摘节期间,吸引游客2万多名,同时带动周边100余户村民增收致富,年增加村民收入300万元。

山东淄博:打造乡村振兴“活力源”

池上镇深改聚人才

本报讯 实现乡村振兴,人才是关键。山东淄博市博山区池上镇创新观念,积极探索乡村振兴,以带动乡村振兴。根据群众需求为靶向,摒弃“大水漫灌”形式,实施精准培养。以发展全域旅游为目标,在提升硬件设施时,对辖区内旅游从业人员进行培训,增加客源和营业收入,大受好评。实施“鼓励返乡青年创

业”活动并投资搭建返乡大学生创业电商平台,建成农村创业孵化与农业、旅游业交叉融合的现代农业创业创新园区。积极牵线搭桥,促使镇旅游村与奇遇村旅游发展有限公司达成合作关系,借该公司管理团队及管理模式,大力发展“互联网+”、开展晚会等活动,旅游收入实现倍增。

(王 萍 殷 莹)

广东:海洋经济成新增长极

过去五年年增11%

本报讯 据广东省自然资源厅发布消息,海洋经济在广东省已成为全省经济发展的新增长极。全省海洋生产总值从2012年的1.05万亿元增长到2017年的1.78万亿元,年均增长11%,连续23年居全国首位,占全国海洋生产总值的1/5,占全省生产总值的1/5。

据介绍,由自然资源部和广东省人民政府共同主办的

“2018中国海洋经济博览会”将于11月22日~25日在湛江举行。届时,广东将以“山水林田湖草”为主题,重点展示“海洋经济大省”向“海洋经济强省”迈进所取得的丰硕成果。

广东省自然资源厅相关负责人表示,今年广东省聚焦海洋经济发展,海洋生态文明建设、实施渔区振兴战略三大重点,打造沿海经济带,促进海洋经济高质量发展。(钟 欣)

□ 何欣荣

国内不断细分的消费者需求,正在成为快递企业的新战场。圆通蛟龙集团、京东物流近日相继推出新的业务品牌,涉足中高端快递市场。随着市场参与者的增多,用户在寄件时将拥有更加丰富的选择。

进军中高端市场 快递行业存增量空间

在多年的激烈竞争中,国内龙头快递企业逐渐形成了各自的业务优势:走直营模式的顺丰主打商务件,是目前中高端快递市场的领跑者。走加盟模式的“三通一达”,则主导电商快件市场。电商快件量大利薄,3元~5元就能寄全国,但存在时效不稳定、服务质量不统一等问题。正如经济型酒店集团纷纷推出中高端商务酒店品

牌一样,进军中高端快递市场也成为部分快递企业转型升级的选择。

以圆通速递母公司圆通蛟龙集团最新发布的“承诺达特快”为例,其定位明确为对标国际、服务中高端客户。时效方面,承诺在同城、经济圈范围内可实现即日达、次晨达。服务方面,启用电子标签技术对包裹进行全程监控,对大闸蟹等生鲜食品,一旦送达时间超出承诺时间给予全额赔付。

“圆通在‘通达系’中率先推出新品牌,是基于快递存量市场的普遍‘痛点’和增量市场的巨大空间。”承诺达运营方负

责人杨新伟表示,承诺达采用直营模式,目前已开通89个城市。其合作方既包括阳澄湖大闸蟹这样的生鲜品牌,也包括网易考拉等跨境电商。从这些客户名单中,可以看到快递行业的增量空间所在。

立足用户体验 服务个性化大势所趋

无独有偶。以电商配送服务见长的京东物流,近期也悄然上线面向个人客户的京东快递。打开微信小程序,可以看到京东快递的揽收范围已覆盖北上广三地,未来将逐步扩大

到全国。

京东物流CEO王振辉表示,京东快递的定位是高品质快递。消费者如果有紧急且跨城的材料需要寄送时,可以选择京东的极速产品。价格方面,实际体验可发现,上海到北京的异地件,根据不同时效,京东快递预估运费为16元~18元,高于“通达系”产品,但低于顺丰。

虽然先后涉足中高端快递市场,但圆通集团和京东物流均表示,并不是要针对哪个竞争对手。京东表示,先立足于把用户体验做好。圆通表示,当前新零售和各种个性化定制配送服务增速强劲,仍然是一

中高端快递市场迎更多“分食者”

经过多年的价格战,快递业面临转型升级、产业集中度提升的挑战,未来快递市场细分化、服务个性化大势所趋