

“中国创造”展现新风采

——第136届广交会观察

超过3万家企业线下参展,百万多件新品展出,约15万名境外采购商预注册……作为中国外贸的“晴雨表”和“风向标”,正在举办的第136届广交会人气爆棚。

广交会上,创新产品层出不穷,新老客商纷至沓来、订单合作签约不断,折射出我国雄厚的制造业基础、多元的市场布局、灵活的业态模式以及不断加快的绿色化、数字化进程。□新华

百万新品 创出新市场

在广交会的的新能源汽车与智慧出行展区,不少采购商排队体验并连连感慨:“未来属于新能源汽车,而中国企业是世界领先的汽车制造商”“全世界对中国汽车的需求越来越大”“电动汽车比我见过的都好,中国发展得太快了”……

这是中国出口产品科技含量、品牌价值不断提升的缩影。第136届广交会从10月15日至11月4日分三期举办,现场展出新品115万件、绿色产品104万件、自主知识产权产品111万件,均比上届明显增多。

维持鲜花20多天不干瘪的全域养鲜冰箱,低温烘干不伤衣的新二代热泵洗烘一体机,搭载恒暖除霜技术的家用空调……记者在珠海格力电器股份有限公司的展台看到,传统外贸优势品类的家电产品愈加智能,兼具多元化和定制化特色。格力电器展台相关负责人说,公司自主品牌占出口销售总额的比例每年都在增长,如今已近70%。

在隆鑫通用动力股份有限公司的展位,不少采购商被能底部收纳、快充快放、蓝牙控制的便携式户外储能电源吸引。隆鑫通用相关负责人介绍,公司在广交会的展品从最初的摩托车、四轮车到一系列新能源新品,背后是公司创新升级迭代不断加快。

越来越多中国企业拥抱智能化、绿色化浪潮,依靠新产品、新技术斩获更多订单、开拓更多客源。记者了解到,不少采购商在体验产品后深入询问,对适应不同市场环境的新品表达出浓厚兴趣。

“新品打消了我对热泵噪音的顾虑。中国品牌又一次刷新了我的认知!”一位欧洲采购商毫不犹豫地下单,令这位采购商赞不绝口的热泵产品,来自广州万居隆电器有限公司。该企业已经参加了15届广交会,自主品牌远销32个国家和地区。“从空气能热泵、水源热泵到泳池热泵,我们提供一系列适应各种场景的新能源设备,最新推出的系列产品还升级了静音、节能、适应极端天气等性能。”该公司负责人说。

“没有性价比就没有竞争力,海外客商对‘中国造’的认可主要来自品质。”黄石东贝制冷有限公司总经理江志安告诉记者,公司自主研发的冰淇淋机、雪融机、冷饮机等商用设备今年出口额不断上升,前9月同比增长46%。

中国机电产品进出口商会第三季度对业内企业的调研显示,75%的企业在手订单同比增加,77%的企业预计全年出口与上年基本持平或小幅增长。中国机电商会会长张钰晶说,我国在制成品、中间品、资本品等各细分行业的供应韧性和竞争力,将在全球经济转好与需求改善中进一步显现,预计2024年我国机电产品出口额同比增长34%左右。



业态更迭 创出新商机

1小时、3000家海外买家观看、近100个意向客户对接——深圳市希之望科技有限公司在广交会首次通过阿里巴巴国际站直播,收获超预期。“通过线下布展、线上直播的融合方式,我们快速接触买家,就像开了一场全球发布会!”希之望总经理程墨说。

这是“云上”广交会上的一幕,也是中国外贸通过跨境电商等新业态实现新增量的案例之一。

顺应市场新趋势,本届广交会优化了跨境电商展示区,吸引了40多家大型跨境电商平台及物流、收结汇等优质配套服务商。

首次参展的京东物流迎来不少客商咨询。京东物流品牌传播部高级经理陈宝健介绍,公

司在全球有近100个保税仓、直邮仓和海外仓,总面积近100万平方米,希望借广交会的平台助力中国品牌更好出海,为全球客户提供一体化供应链解决方案及定制化服务。

蚂蚁集团旗下品牌万里汇把其中一个“展位”开到了地铁口。万里汇相关负责人石文宣介绍:“除了提供服务实现‘一个账户、全球收付’,我们联合逾130家服务商,一起助力出口企业更好抓住瞬息万变的数字贸易商机。”

当下,中国跨境电商发展迅速,经营主体超过12万家。“跨境电商和数字化频道给中国企业、中国品牌的发展带来了全新的赛道。”商务部国际贸易经济合作研究院电子商务研究所所长杜国臣认为,随

着互联网平台的迅猛发展,中国企业的品牌国际化过程会获得更大的机遇。

中国跨境电商的商品品类和服务功能进一步拓展,吸引了外资企业扩大布局。

美国电商平台亚马逊首次亮相广交会,提供店铺注册、选品运营、供应链管理等服务。“广交会聚集优秀的外贸厂商和品牌商,他们出海意愿强,我们提供出口服务,彼此需求契合。”亚马逊中国副总裁邱胜说。

“中国跨境电商产品和全链条服务的出海,为全球更多跨境电商相关经营主体带来新机遇。”德勤中国科技行业主管合伙人谢似君说,这不仅促进了全球资源的优化配置,也为电商领域的国际合作开辟了发展空间。各国企业得以在互利共赢的基础上,深化合作、共享机遇。

惠及全球 创出新动能

每一届广交会都是一场万商云集、精品荟萃的国际贸易盛会,为中外企业牵起一条“贸易的纽带”、架起一座“共赢的桥梁”。

“先进制造”“品质家居”“美好生活”——本届广交会三期主题顺应当前贸易投资新趋势,开幕前已吸引约15万名境外采购商预注册,全球零售巨头和其他大型企业参会数量比上届增加将近四分之一。

中国制造、中国创造不仅满足全球各地采购商和消费者需求,也为全球产业链供应链的发展注入新动能。

“老广交”海尔智家针对不同市场划分了不同展区。比如,针对东南亚及中东非专门推出搭载彩膜触控显示屏的AI洗衣机。目前,在泰国,海尔智家春武里空调工业园奠基;在埃及,海尔生态园一期竣工投产,二期

项目奠基启动,辐射中东和非洲……全球创牌加速,海尔智家在“一带一路”共建国家的本土化合作愈加多元且紧密。

广交会期间举办的中国(广东)与海合会国家经贸对接活动吸引了超过600名中外企业代表参与。“我们公司受益于中国的高质量发展。”来自沙特阿拉伯的阿里法伊贸易公司总经理奥萨马·阿里法伊说,未来与中国企业在大健康产业、可再生能源等领域的合作机会非常丰富,希望能够借广交会平台实现更深度、更互利互惠、更有前景的合作。

许多境外采购商表示,在广交会上可以结识大量中国优质供应商,他们对中国产品充满信赖、对中国经济充满信心。

摩洛哥采购商拜尔巴沙再一次来

到广交会。“我们急需购买真正与众不同的新产品,如高端感应机器设备。”他说,广交会上的中国机械设备种类多,安全环保且高效。“我迫切期待与中国企业合作成立合资企业,扩大商业规模。”

来自亚美尼亚的采购商德格说,亚美尼亚不少公司有商人商用车的需求。在亚美尼亚,中国重型汽车集团的品牌已经广为人知,他所在的公司正在计划成为中国重汽的代理商,将中国生产的新能源载货车销往西亚多国。

“从广交会看,中国产品、中国品牌已经迈上了高质量发展新台阶。”商务部中国对外贸易中心主任储士家说,中国有信心、有能力为世界提供更多更好的中国制造和中国创造。

事关千企万户“小生意” 支持小微企业融资 协调机制启动

本报讯 一个新建立的融资协调机制,让数以千万计的小微企业迎来融资利好。

日前,支持小微企业融资协调工作机制正式启动。金融监管总局和国家发展改革委牵头;区县、银行成立工作专班;产业政策、财税政策和金融政策协同发力……这一系列安排,凸显当前推动小微企业高质量发展的重要性紧迫性,推动有为政府和有效市场的高效结合,合力破解小微企业融资难题。

数据显示,全国普惠型小微企业贷款余额已超30万亿元,普惠小微贷款授信户数超6200万户,覆盖超过三分之一的经营主体。

针对小微企业“喊渴”、银行“喊难”的矛盾局面,这项工作机制从供需两端发力,核心是在最贴近基层、最了解小微企业的区县层面建立工作专班,搭建起银企精准对接的桥梁,打通金融惠企利民的“最后一公里”。

突出“直达”。工作专班将开展“千企万户大走访”活动,深入园区、社区、乡村,全面摸排小微企业融资需求,把符合条件的企业推荐给银行,让银行及时、精准对接,实现银企“无缝衔接”。通过工作机制搭建的平台,省掉中间环节,一方面可以节省小微企业贷款时的中介费、担保费等各项费用,另一方面,可以大大节约银行的信息收集成本,银行放款成本降低了,才能更大空间为企业减负。

突出“快速”。1个月内决定是否授信!这是机制对银行提出的明确要求。根据安排,对于工作机制推送的符合条件的企业,银行要开辟绿色通道,优化流程,加快办理速度。

突出“协同”。破解小微企业融资难,是一项系统工程,需要多方合力。从工作机制的组成来看,在国家层面,金融监管总局和国家发展改革委牵头,相关部门和银行机构共同参与;在地方层面,省、市、区县也建立相应的工作机制,因地制宜细化方案。这样的设置安排,有利于加强产业政策、财税政策和金融政策的对接协同,更好地形成工作合力。

哪些企业有望通过新机制拿到贷款?按金融监管总局副局长林日日前所言,小微企业只要合规持续经营、有固定的经营场所、经营状况良好、有真实的融资需求、贷款用途合规,都可以通过该机制获得发展所需要的资金。(新华)

9月快递发展指数提升9% 智能家居绿色家电 成线上寄递热点

本报讯 日前,国家邮政局发布9月中国快递发展指数报告。经测算,今年9月中国快递发展指数为442.5,同比提升9%。其中,发展规模指数、服务质量指数、发展能力指数和发展趋势指数分别为539.3、688.1、224.4和69.7,同比分别提升24.2%、2.2%、0.4%和3.9%。

9月,快递市场发展动力强劲,规模拓展稳健有序,产业融合深入推进,跨境服务能力趋强,快递服务质量指数为688.1,同比提升2.2%。从分项指标来看,快递服务公众满意度预计为83.8分,同比提升0.6分,重点地区72小时妥投率预计为83.1%,同比提升0.6个百分点;发展趋势指数为69.7,同比提升3.9%。从分项指标来看,预计9月快递业务量将同比增长18.5%左右,业务收入将同比增长13%左右。

今年前三季度,得益于发展动力日趋强劲、区域发展愈加均衡,新型消费支撑有力,快递市场保持快速增长态势,快递业务量超1200亿件,业务收入超万亿元。剔除春节影响因素,行业单月业务量同比增速基本保持在20%左右。5月以来,单月快递业务量突破140亿件成为常态,日最高业务量超5.8亿件,促消费、助生产、畅循环作用日益凸显。

前三季度,直播带货、短视频带货等新模式发展迅速,带动快递市场规模不断扩大。在消费品以旧换新政策的引导下,智能家居、绿色家电日渐成为线上寄递热点,时令生鲜、健身保健、节庆产品、鲜花绿植等产品寄递规模有所扩增,快递企业为推动新型消费持续发展发挥积极作用。

行业服务水平稳步提高,前三季度消费者寄递体验有所改善。快递企业加快应用新技术、新模式,旺季保障水平稳步提升,为拓展发展新空间、释放消费新能力提供有力支撑,预计四季度行业仍保持稳步增长态势。(中消)

询价启事

我单位现需采购活动现场执行一体化服务项目,拟通过询价方式确定供应商,欢迎符合条件的供应商于2024年10月23日下午5:30前,到泉州晚报社广告中心4楼领取询价通知书。

联系电话:13636917866(王先生)
泉州晚报社
2024年10月22日

近两年总额达数百亿港元 内地消费者赴港买保险有哪些风险

本报讯 近年来,越来越多的内地消费者选择赴港购买保险。据统计,近两年内地消费者赴港购买保险的总金额已达数百亿港元。这一现象不仅反映了香港保险市场的吸引力,也引发了对其背后潜在风险的关注。

记者在采访中了解到,香港保险市场对内地消费者的吸引力主要体现在产品的灵活性、较高的投资回报和币种选择。中央财经大学中国精算科技实验室主任陈辉表示,香港保险产品的保费相对合理,回报率较高,保障范围广,尤其是在投资回报率和长期保障方面,香港保险具有一定优势。此外,香港保险产品还能够帮助投资者实现海外资产配置,从而受到内地消费者青睐。明亚保险经纪资深合伙人张杰认为,香港的分红型储蓄险从中长期来看,能够保证本金安全,预期内部收益率

(IRR)可达到6%以上。这种高预期收益成为内地消费者赴港投保的主要动力。

虽然香港保险的吸引力巨大,但投资者在选择赴港投保时需要注意一些关键事项,以确保自己的合法权益和资金安全。在赴港办理投保手续方面,陈辉表示,根据香港保险监管规定,内地居民必须亲自前往香港签署保险合同,任何通过内地中介或远程操作购买香港保险的行为都是非法的。因此,投资者应警惕那些承诺全程代办、无需赴港的代理商,避免陷入“地下保单”陷阱。

赴港投保虽然为内地投资者提供了更多的投资选择,但这并不意味着没有风险。在汇率风险方面,陈辉表示,由于香港的保险产品多以港元或美元计价,消费者投资的资产规模会随汇率波动而变化,因此投资者应考虑汇率影响,在购买前应仔

细评估外汇风险。

香港保险产品的高预期收益的确诱人,但需要明确的是,分红型保险的演示收益并非固定的。张杰表示,香港保险的演示高收益只是基于某些市场假设,并不承诺一定实现。投资者在投保时应对这些演示收益保持合理预期。

此外,还要注意避免接受返佣行为。张杰表示,在香港,代理人返佣行为是严重违法行为。消费者不应主动向代理人索要返佣,也不要接受代理人的返佣提议。这一行为不仅会影响保单的合法性,还可能导致代理人受到处罚,甚至面临承担法律责任的风险。

随着赴港投保热潮的持续增长,一些潜在的法律和市场风险也逐渐暴露出来。由于内地与香港两地金融监管规定不同,加之部分市场参与者存在违规行为,内地

消费者的投资行为存在一定安全隐患。例如“地下保单”,所谓“地下保单”是指内地消费者通过未经批准的途径购买的香港保险产品。这类保单由于不符合内地的法律规定,可能在后期理赔时面临法律障碍。同时,香港保险代理人如果在内地招揽业务也属于非法行为,相关保单不受香港监管机构的保障。

据悉,为了更好地保护消费者的合法权益,内地和香港的监管机构都加大了对不法行为的打击力度。今年上半年,源自内地访客的新增保费出现了下降,业内人士分析这与监管趋严和市场需求透支有关。未来,随着政策的进一步调整和市场变化,赴港投保的热潮可能会逐渐降温。陈辉建议,消费者在追求高回报的同时,应确保通过合法渠道购买,并密切关注两地监管政策的变化。(经报)