

第136届广交会线下展闭幕

到会境外采购商首次突破25万人

据新华社电 中国对外贸易中心4日发布消息称,第136届广交会共有25.3万名境外采购商到会,首次突破25万人,创下历史新高,头部跨国采购企业首次突破300家、达308家。

截至11月3日,第136届广交会共有来自214个国家和地区的25.3万名境外采购商到会,较上届增长2.8%。其中,“一带一路”共建国家采购商占比超六成,共计16.5万人,增长3.7%;中东国家采购商数量增长最快,达3.4万人,增长32.6%;欧美国家采购商明显回升,到会5.4万人,增长8.2%。

广交会新闻中心主任、中国对外贸易中心副主任周善青介绍,本届广交会出口意向成交额249.5亿美元,较上届有所

增长。“一带一路”共建国家成交占比过半,欧美传统市场成交实现增长。“本屆到会境外采购商采购目标明确,合作意愿较强,后续通过实地验厂、深入对接后有望达成更多交易。”

本届广交会共有来自49个国家和地区的730家企业参加进口展,其中“一带一路”共建国家企业占比65.5%,RCEP成员国企业占比33%。俄罗斯、马来西亚、越南等展团企业与中国企业达成意向合作。土耳其、韩国、埃及等展团下届将继续组团参展。

本届广交会线下展闭幕后,线上平台继续常态化运行。第137届广交会将于明年4月15日至5月5日在广州分三期举办。



11月4日,客商在广交会上参观选购糖果。(新华社)

我国持续加大以工代赈政策实施力度

前三季度吸纳245万低收入民众就业

本报讯 我国正持续加大以工代赈政策实施力度。国家发改委4日透露,通过安排以工代赈中央专项投资项目,同步推动地方在重点工程和农业农村基础设施项目中大力实施以工代赈,前三季度已累计吸纳245万低收入民众务工就业,同比增长30.2%,已发放劳务报酬310亿元(人民币,下同),同比增长22.7%。

以工代赈是指政府投资建设基础设施工程,受赈济者参加工程建设获得劳务报酬,以此取代直接救济的一种扶持政策。

今年以来,国家发改委联合财政部共下达2024年度以工代赈中央专项投资项目115亿元,围绕农村中小型公益性基础设施和产业配套设施建设,支持地方实施以工代赈项目2726个,前三季度累计吸纳27万脱贫人口、2726个脱贫监测对象、返乡农民工和其他农村低收入群众就近就地就业,发放劳务报酬超过27亿元,有效拓宽了农村低收入群众就近就地增收渠道。

此外,各地围绕交通、水利、能源、农业农村、城镇建设、生态建设、灾后恢复重建等七大领域,充分挖掘重点工程项目主体建设和附属临建、工地服务保障、建后管护等方面用工潜力,前三季度已累计吸纳218万返乡农民工和其他低收入群众务工就业,发放劳务报酬283亿元。

国家发改委称,将继续坚持把解决低收入群众就业增收问题作为以工代赈工作的出发点和落脚点,指导各地高标准高质量抓好以工代赈专项投资项目实施,加大推广以工代赈方式力度,吸纳带动更多低收入群众务工就业,持续扩大劳务报酬发放规模,充分发挥“赈”的实效。(中新)

第七年相约“四叶草” 本届进博会哪些看点值得期待?



11月5日至10日,第七届中国国际进口博览会将在上海举行。

前六届进博会已展出近2500项代表性首发新产品、新技术、新服务,累计意向成交额超过4200亿美元……第七年相约“四叶草”,本届进博会会有哪些看点值得期待?

□新华社

11月4日,新闻中心的机器人“小新”和中国国际进口博览会吉祥物“进宝”一起欢迎前来采访的各国媒体记者。(新华社)

便利举措再创新 持续释放开放红利

高水平开放是一以贯之的进博关键词。

以“坚持高水平开放 共促普惠包容的经济全球化”为主题的第七届虹桥论坛将发布《世界开放报告2024》和最新世界开放指数,举办全球南方可持续发展与中非合作论坛,回应全球开放领域热点问题。

一系列便利举措再创新、再加码,让世界各国和企业分享更多中国机遇。

近日,约800千克澳大利亚牛油果在上海浦东国际机场口岸顺利完成通关,成为第七届进博会首批“特许审批”展品。据介绍,从线上平台收到申请材料后,上海海关48小时内完成审核并出具相关许可证。

简化部分产品参展相关证书要求,提高展品通关效率,开发“进博士”AI数字管家App,便捷签证办理和消费支付……从展会便利延伸至商务便利,更多务实举措推动“展品变商品”“展商变投资商”。

作为国际公共产品,本届进博会的“溢出效应”愈加明显。

助力扩大对最不发达国家单边开放,为37个最不发达国家国家的参展企业提供120多个免费展位,扩容非洲产品专区,集中展示乳木果油、咖啡、芝麻、花生、大豆等非洲特色农产品……

第五年参加进博会的阿富汗参展商阿里·法伊兹,此前带来的手工羊毛地毯、松子、坎大哈石榴等多款参展产品“爆火”,助力当地百姓增收。他的展位面积从最初的9平方米扩展到今年的18平方米。这一次,他设计了10余款更符合中国消费者审美的新品地毯,希望继续拓展销路。

参展进博会,让越来越多全球企业更加坚定深耕中国市场的信心。

作为进博会的“老朋友”,土耳其参展商拉玛赞·图泽这次不仅将带来土耳其茴香酒等特色产品,还计划与中国的新能源企业对接合作,将相关产品引入土耳其市场。

得益于进博会,美敦力加速落地了众多全球领先的创新医疗科技和解决方案。“期待通过本届进博会进一步扩大中国医疗生态‘朋友圈’,与各方合作伙伴进一步深化合作。”美敦力全球高级副总裁及大中华区总裁顾宇韶说。

唐文弘表示,进博会以实际行动践行普惠包容理念,持续释放开放红利,着力打造让世界共享中国新发展新机遇的促进平台。

“朋友圈”再扩 创多项历届之最

本届进博会,将有来自152个国家和地区的国际组织的来宾齐聚“四叶草”。其中,国家展继续为各国展示综合形象和拓展贸易投资领域机遇搭建重要平台,77个国家和国际组织参展,法国、马来西亚、孟加拉国、沙特阿拉伯、坦桑尼亚、乌兹别克斯坦将担任主宾国。

老朋友赴约而来。全球诸多企业从“回头客”变“回头客”,186家企业和机构连续7年参展,不但“常驻”,而且“全勤”。

新面孔不断加入。贝宁、布隆迪、莱索托、马达加斯加、纳米比亚、挪威、斯洛伐克等7国和联合国儿童基金会首次参加国家展;运动生活方式品牌露露乐蒙、全球化创

新药企业虹香港等首次参加企业展。

参会嘉宾阵容更强。受邀参加第七届虹桥论坛的政商学界嘉宾中,境外发言嘉宾占近一半;近百场会议活动上,演讲者涵盖国际组织、国际性行业协会负责人、世界500强及行业龙头企业全球负责人、两院院士和智库首席专家等。

除了“朋友圈”持续扩大,本届进博会还创下多项历届之最。

今年参展的世界500强和行业龙头企业数量创历史新高,达297家。商务部部长助理唐文弘介绍,企业展继续保持36万多平方米超大规模,共有129个国家和地区的3496家展商参加,国别(地

区)数和企业数都超过历届。

交易团数量为历届最多。39个政府交易团和4个行业交易团,共计780个分团到会采购,瞄准全球优质产品和服务,期待满载而归。

作为重要的人文交流平台,第七届进博会人文交流活动展示面积超过3.2万平方米,也是历届之最。

“多项突破充分体现了进博会的影响力不断扩大、凝聚力不断增强,折射出中国市场的巨大吸引力,也彰显了中国推动建设开放型世界经济的决心。”国务院发展研究中心对外经济研究部综合研究室主任赵福军说。

聚焦新质生产力 持续“上新”

向“新”求“质”,本届进博会聚焦发展新质生产力,开设新专区,瞄准新赛道,首发首展持续“上新”。

——首次设立新材料专区,集中展出电子材料、生物材料、特种材料等位于全球高端制造产业链上游的高附加值产品。英威达、立邦、爱德万测试等头部企业首次参展。

在索尼展台,将看到由废水桶、废弃光盘以及索尼原研阻燃剂制成的环保型阻燃塑料,可再生材料使用率高达99%,可广泛应用于电视机、照相机、手机、旅行箱包等产品。

在特种玻璃领域耕耘140多年的德国肖特,将带来多个特种玻璃应用。肖特集团

中国区总经理陈巍表示,希望相关产品能打开观众和市场对于玻璃的无限想象。

——升级打造创新孵化专区,首次聚焦数字经济、绿色低碳、生命科学、制造技术四大赛道进行策展。

中国国际进口博览会局副局长吴政平介绍,创新孵化专区今年实现规模和质量双提升,集中展示约360个创新项目。

首次参展的亚虹香港聚焦生命科学赛道,将亮相一款无创治疗宫颈癌前病变的光动力器械组合产品,并与合作伙伴推出进博会首个加速消除宫颈癌的创新防控体系实景展。“进博会是全球创新产品和技术的展示窗口,希望借此推动并加速填补临床空白产品在中国落地,

早日惠及更多患者。”亚虹香港创始人、董事长兼CEO潘柯说。

——展示400多项代表性新产品、新技术、新服务,一批代表新质生产力发展方向的前沿展品将在进博会上首发首展。

米其林将亚洲首发可适应月球上极端恶劣条件的“月球探测车免充气轮胎”;通用电气能源将亚洲首展可以减少碳排放的直接空气捕获技术;生物制药企业武田制药将全球首展创新基因疗法……

此外,国家展中国馆将展陈量子科学实验卫星“墨子号”模型、5G智慧工厂模型、人形机器人“天工”等,观众可以近距离直观感受未来网络、深海空天开发、人工智能等领域的最新成果。

进博会央企“购物车”提质向新

中,人工智能、新材料、生物技术等领域采购成交有望实现量质齐升。

在加强安全支撑方面,积极与合作伙伴签署油气、矿产品、小麦、大豆等大宗商品采购协议,保障粮食、能源资源的稳定供给。

在助力美好生活方面,加大优质日用消费品、食品农产品、医疗器械和医疗保健等商品采购。

此外,围绕高端装备、新材料、海洋工程装备、生物技术等科技前沿领域,35家中央企业将派出57个专业团队进行

探馆,特别是聚焦展品首发首展开展专业观摩,最大限度用好全球创新资源,深化科技创新合作,助力科技成果转化。

“国资央企将加强与优秀跨国企业、各类所有制企业交流互鉴,共享机遇、共谋发展,不断扩大央企‘朋友圈’,推动新质生产力要素充分流动,进一步丰富进博会作为全球共享的国际公共产品内涵。”国务院国资委国际合作局有关负责人表示。

旅游方面,消费月期间将有五个城市发布城市漫步、入境游、康养游、邮轮旅游等精品线路,组织“跟着赛事去旅行、跟着演出去旅行”等系列主题活动,让民众出游有更多更好的选择。

此外,活动还将发挥进博会、广交会等平台资源优势,集中举办一批传统文化、潮流艺术、家居博览等精品展览展示,推出一系列优秀文艺演出、体育赛事活动。(中新)

中国国际消费中心城市 精品消费月启动

商圈、商场、百货、超市、奥特莱斯以及免税店、离境退税商店等,设立国际精品和国货“潮品”专区、专柜,推出优惠促销活动,助力消费者惠购全球好物。

消费月还将举办环球美食节、精品美食周、中华特色美食节等活动,组织中华老字号、黑珍珠、米其林等餐饮企业推出更多新品套餐、特色美食、风味小吃。

本报讯 中国国际消费中心城市精品消费月启动仪式3日在上海举行。

作为我国实施“提振消费行动”的标志性活动和“消费促进年”的重头戏,本次精品消费月活动采取“1+4+N”形式,将举办精品首发季,围绕精品购物、精品美食、精品旅游、精品展演四大板块开展系列消费促进活动,激发市场活力,促进消费提质扩容。

本次精品消费月将组织重点步行街、

报告显示:65城新房找房热度上月环比涨13.2%

购房者信心指数 创年内新高

本报讯 58同城、安居客4日发布的《10月国民安居指数报告》显示,10月份,我国65个重点城市新房找房热度环比上涨13.2%,各线城市找房热度均有所回升。

一线城市10月份新房找房热度涨幅居前。报告指出,一线城市新房找房热度环比上涨16.4%,二线城市新房找房热度环比上涨13.9%,三、四线城市新房找房热度环比上涨7.4%。

58安居客研究院院长张波表示,本轮以北京、上海为代表的二线城市限购政策,带来市场短期热度及交易量明显拉升,由于一线城市本身潜在需求量大,且中高端改善性需求购买力旺盛,限购放宽对需求侧的激发效应更为明显。

分城市来看,10月份,深圳新房找房热度环比上涨34.9%,北京、广州、上海新房找房热度环比分别上涨15.1%、11.9%、9.6%。此外,10月份,重庆、成都、珠海、海口、三亚等城市新房找房热度也显著上升,分别涨60.2%、38.2%、38%、33.8%和21.1%。

在购房者信心方面,报告指出,各项利好政策带动下,2024年10月购房者信心指数为96.3,环比上涨10.2%,创下年内新高。

另一项反映市场预期的房地产经纪人信心指数也有所上升。2024年10月经纪人信心指数为97.9,环比上涨6.4%。有38.8%的受访经纪人认为11月二手房挂牌量环比将上涨,38.7%的经纪人认为挂牌量将持平;有29.7%的经纪人认为二手房市场的需求量将上行,39.6%的经纪人认为需求将持平。

报告认为,近期一揽子增量政策落地让楼市整体预期出现明显改善。(中新)

10月中国仓储指数为49.4% 库存周转保持活跃

本报讯 中国物流与采购联合会4日发布数据显示,10月份中国仓储指数为49.4%,较上月回落0.4个百分点,仍运行在收缩区间,但库存周转保持活跃,企业预期较为乐观,后期行业具备企稳运行基础。

从分项指数来看,同上月相比,期末库存指数有所上升,升幅为2.4个百分点;收费价格指数与上月持平;新订单指数、平均库存周转次数指数、业务活动预期指数均有所下降。

10月份,新订单指数为47.8%,较上月下降1.3个百分点,连续五个月运行在收缩区间,显示仓储业务需求继续放缓。分品种看,消费品受电商促销活动备货影响,需求表现好于大宗商品。10月份,平均库存周转次数指数为52.3%,虽较上月回落3.4个百分点,但连续三个月保持在50%以上,显示商品周转保持活跃。

中储发展股份有限公司副总经理杨璐认为,10月份库存周转保持活跃,业务活动预期指数仍运行在扩张区间,表明供应链上下游运转顺畅,企业对未来预期依然较为乐观。

分析称,后期来看,随着各项政策加力增效,特别是近期推出的加强物流用地用海要素保障的举措,能有效推进降低仓储成本,增强市场活力,提振企业信心,预计仓储业务需求有望恢复增长势头,行业运行回稳向好具备坚实基础。(中新)