

第103届广交会圆满落幕

中汽国际进口馆、出口展区工作颇受好评

第103届中国进出口商品交易会(广交会)于4月30日圆满落幕。本届广交会重点突出了“质量、环保、知识产权保护和自主创新”的主题。

交易会期间,中共中央政治局常委、全国政协主席贾庆林,中共中央政治局委员、广东省委书记汪洋,广东省省长、大会主任黄华华,商务部部长陈德铭,广东省副省长万庆良等领导视察广交会。

中汽国际此次负责进口馆部分展位的代理招展工作,并继续承担出口展区、车辆与工程机械展区两万平方米展位的搭建、布展以及展会现场服务工作。

本届展会国机集团进口馆展区面积为518平方米,吸引了来自北美、欧洲和东南亚地区的41家海外企业来华参展。其中中汽国际组展面积333平方米,来自美国、荷兰、加拿大、意大利以及香



港等国家和地区的23家企业参展,超过三分之一的境外参展企业均表示在展会现场找到了意向合作伙伴,取得了超出预期的参展效果。广大参展商对中汽国际的优质服务表示肯定,其中美

国、荷兰和意大利的多家企业对本届展会效果最为满意。

从整体来看,本届进出口展区呈现出三大特点:一是进口展区的影响不断扩大。俄罗斯经贸部首次组团,组织了4个联邦州10余

家机电产品企业参展,并举办了“俄罗斯商务日活动”,展示了开拓中国市场的决心;土耳其外贸署也组团参展,显示了对发展中土经贸关系的重视;二是创新布展方式,十多个国家和地区以国

家和地区展馆形式,集中展示了本地特色商品;三是参展产品进入国内市场前景广阔。诸如印度的黄麻手袋、日本的环保建筑材料、韩国的清洁饮水装备等环保节能产品均受到国内采购商青睐,马来西亚燕窝、加州红酒、泰国铜器等传统特色产品更是备受欢迎。

进口馆是在第101届广交会上首次设立的。作为贯彻落实国家外贸政策调整的重要举措,设立进口馆是广交会50多年发展历史中最大的功能性改革。商务部和广交会组委会在多方比较、慎重选择后与中汽国际签订了广交会创办以来的第一份商务合同,公司也由此成为广交会进口展区最具实力的代理商之一。连续三届的大规模代理参展,使国机集团及中汽国际在广交会进口展区树立了良好的品牌认知度。

崔楠 刘超/文

百届广交会 风雨五十年

中国进出口商品交易会,又称广交会,创办于1957年春季,每年春秋两季在广州举办,迄今已有五十年的历史。它是中国目前历史最长、层次最高、规模最大、商品种类最全、到会客商最多、成交效果最好的综合性国际贸易盛会,也被看作是进出口贸易的一个晴雨表。

广交会由50个交易团组成,有数千家资信良好、实力雄厚的外贸公司、生产企业、科研院所、外商投资以及独资企业、私营企参展。

从60年代克服种种困难,创造从不间断的奇迹,70年代进入良性发展轨道,到80年代迎接改革开放挑战,首次出现外企,以及90年代深化改革,迎来发展高峰,广交会顺应外贸体制改革的需要,不断优化内外条件,成为洽谈成交效果最好的展会,到会采购商人数和成交额稳步上升。就连亚洲金融危机也未能影响其成交额和到会客商人数的稳步增长。

进入21世纪以来,广交会不断进行重大变革,并取得历史性的飞跃。2002年春季,第91

届广交会做出分期举办的重大改革,将原来12天的展期分成两期各6天,实现了综合性展会和专业性展会的有机结合;2003年秋,第94届广交会到会采购商超过15万人,成交额突破200亿美元,创历史新高。

2004年春,第95届广交会首次设立品牌展区,320个国内名牌进驻广交会,就在当年,商务部召开全国自主出口品牌建设工作会议,提出大力实施品牌战略。到了第100届广交会,品牌展位已超过4000个,品牌企业805家。当时间迈入第102届广交会时,品牌展区成交已接近百亿美元,占总

成交额的1/4强。

2004年秋,第96届广交会继续扩容,跃升为世界单年期展会第二位。

2007年的第101届起,使用了50年的名字“中国出口商品交易会”正式更名为“中国进出口商品交易会”,标志着我国外贸政策取向从重视出口创汇开始向追求进出口基本平衡转变。

2008年春,在继续保持广交会综合性特色和优势之外,为适应国际展览业的专业化潮流,第104届广交会将由一届分两期调整为一届分三期,展会都将在琶洲展馆举办。



广交会推行重大改革 第104届分三期



经国家商务部批准,第104届广交会展期由一届分两期调整为一届分三期,将于10月15日至11月6日在广州举行,每期展览时间由6天缩短为5天,撤换展时间为4天。同时,三期展会都在广交会琶洲展馆举办,流花路展馆不再使用。

据介绍,第一期时间为10月15-19日,包括家用电器、电子消费品、计算机及通讯产品、大型机械及设备、小型机械、建筑和装饰材料、卫浴设施、照明产品、化工产品、车辆(室外)、工程机械(室外)、进口展区等展区。

第二期时间为10月24-28日,包括餐厨用具、日用陶瓷、家居装饰品、玻璃工艺品、节日用品、家居用品、个人护理用具、浴室用品、编织及藤铁工艺品、家具、园林产品、铁石制品(室外)等展区。

第三期时间为11月的2-6

日,包括服装、纺织原料面料、鞋、箱包、地毯及挂毯、家用纺织品、办公用品、土特产品、食品、医药及保健品、医疗器械、耗材、敷料、体育及旅游休闲用品等展区。

拆分三期,适度扩大规模,是广交会为适应国际展览业的专业化潮流,努力解决现有规模仍然不能满足中外企业参展需求的突出矛盾而实施的重大举措,此举将进一步提升广交会的专业化水平,同时使更多的企业获得参展机会。

广交会分三期举办,在继续保持广交会综合性特色和优势之外,有关专业展区的面积也将扩大,并根据海外采购商的习惯和国际展会的通常做法,按采购目标和展品用途重新设置展区,与国际展览业分区类接轨,进一步提高了广交会的专业化水平。