

广交会第二期收官,记者现场观察—— 走,到新兴市场“吃肉”去

浙报观察

4月27日,第137届广交会第二期在广州闭幕。

广交会,每年分春秋两届,记者已经连续参加了8届。

而今年的广交会,既有人们广泛讨论的热点和变化,也有其不凡之处——

外部,有关关税风波带来的阴霾;内部,是外贸企业转内销的热闹。开幕期间,各种现象、各类解读,每天都会源源不断地从这个全球规模最大的贸易展会上生发出来,这也让广交会这个国际贸易行内人聚焦的“风向标”,获得了全民关注、全球关注。

高企的热度和纷繁的观点面前,记者为大家带来一些独家见闻。

新兴市场,不等于“吃素”

人们总有一个误区:新兴市场的订单,就等同于利润率更低,让企业从美国市场转向新兴市场,相当于从“吃肉”转向“吃素”。

事实并非如此。

深耕拉美市场多年,恒林家居股份有限公司拉美大区负责人凯文分析,从市场体量看,拉美有着超6亿人口,从需求层次看,大量的高端消费需求正在崛起,而且目前市场上这类产品非常稀缺。

因此,附加值高的产品,在新兴市场有着巨大的机遇,利润不亚于传统欧美市场。

杭州中艺实业股份有限公司有关负责人同样认可这一观点。

“我们的遮阳棚产品单品售价在7万美元以上,在东南亚等拥有海岛、度假资源的市场很受欢迎。”该负责人介绍。

“全球市场的深度重构中,藏着新兴市场的机遇,重点在于企业要把握先机。”连连国

际B2B外贸支付事业部总经理钟逸铭举例,在消费电子行业,如墨西哥、越南等新兴市场,可以作为出口企业重点关注的对象。

确实,看待新兴市场需要多元视角,如果一直用“吃素”的视角去理解新兴市场,可能会产生许多订单“盲区”。

内销,仍需突破标准关

有媒体提到,展馆中随处可见“可内贸”的卡片。实际上,为产品贴上“可内销”紫色标识的企业仍在少数。

“没有人是在广交会上找国内客户的,这可是一年两度拓展海外客户的宝贵时机。”有参与十几年广交会的“老外贸”如是分享。

值得注意的是,广交会上的内贸生意不多,并不意味着企业没有转内贸的需求。

浙江炊大王炊具有限公司这次带着自主品牌炊大皇来参加广交会。企业有关负责人介绍,除了在广交会开拓外贸客户,公司正在与平台合作,扩展内销生意。

根据快手提供的数据,炊大皇在快手电商平台开设了品牌旗舰店,借助达人分销、短视频带货等方式找到生意新增量,目前,其旗舰店的总销量达到8.3万单。

浙江铂动工贸有限公司也在布局国内市场,比如,去年企业已在全国布局了100多个新经销点,主推针对国内年轻消费者的越野系列。“内外贸‘两条腿’走路,是我们接下来的方向。”该公司总经理颜胜元说。

实际上,外贸企业转型做内销,最难过的坎是“标准”二字。

同一产品,内外贸标准不一、部分产品国内标准缺失,正困扰着企业。

浙江一家电线电缆管企业介绍,公司此前80%的产品对美出口,但国内的相关产品缺乏强制标准,企业内销受阻,期待相关强制标准的出台。

浙江味老大大工贸有限公司此前超七成的产品出口美国。最近,借助浙江省商务厅的“外贸优品中华行”项目,产品进入华润的采购目录。该公司有关负责人表示:“原本进入采购目录需要半年,这次一天就搞定了,但是仍然存在一些关于标准的困难。”

原来,公司此前部分产品采用美国标准,可能不符合中国标准而无法合规上架。

外贸转内销,迫切需要多部门参与,帮助企业快速、合规进入国内市场。

传统外贸企业转型热

广交会上的一个场景让记者印象很深:在桐乡企业瑞丽家纺的展位上,两名业务员忙得不可开交,原本放在展架上的懒人沙发,也悉数被采购商搬下试坐。

“这一届,来我们展位上的中亚客人非常多,恰巧我们打通了中亚的物流渠道,这会是非常可观的业务增量。”该企业董事长费中富说。

市场的确在变化——有区分度、设计感,高附加值的产品,更容易脱颖而出。但与此同时,“卷”低价的产品,势必迎来一波洗牌,不少企业已经有这样的危机意识。

要论这届广交会上的热度,“跨境电商”被采购商和参展商公认为“高热度”。这一点,从跨境电商商连连国际的展位热闹程度就可见一斑。

“传统外贸企业转型跨境电商热,我们这次为外贸企业带来了专业的资金收付兑管解决方案。”连连国际有关负责人介绍,方案不仅能实现贸易资金的快速收付,还提供实时换汇、一键付款供应商等便捷功能。“零门槛开户”“资金最快实时到账”……海报上的关键词吸引了不少传统外贸企业主咨询。

根据主办方信息,本届广交会整合优化了贸易服务展区,招引了包括跨境电商支付、物流、营销等在内的30多家数字化服务提供

商参展,便利外贸企业对接合作、数字化转型。

截至4月27日,第137届广交会第二期已有来自全球219个国家和地区的224372名境外采购商到会,创同期历史新高;累计举办了1015场贸易促进活动;在308场新品发布活动中,线下发布活动共吸引超4000名采购商参与,线上发布活动累计超95万人次观看。

不可能离开中国市场

当下,“新兴市场”是大众、媒体讨论的高频词。然而,当同行都在转向新兴市场的时候,有一批企业选择冷静观望。

“美国市场是极具潜力的单一市场,我们绝不会放弃。”中艺股份的营销负责人说。

中艺在本届广交会发布的新品智能观景棚,获得了广交会设计创新奖(CF类)金奖。它如同一个内部恒温的玻璃房子,内置了专利空调、储能发电、隐藏式电动遮阳帘等多项功能,让用户不惧气候变化,随时享受大自然的美好。

“这个产品相当于开创了一个全新的品类,在美国这样户外市场成熟的地方很受欢迎。”该负责人介绍,当前,公司产品出口美国的出口额占比超30%。

在广交会CF奖展区,记者遇到了来自美国的采购商Frank。这是他第6次参加广交会,此行的目标是寻找有竞争力的节庆用品供应商。“在广交会上的企业,总是能够为我提供新的灵感和好的商机。”Frank说。

Frank认为,解决关税问题符合中美双方公司的利益。他在展会上和参展商沟通时,双方虽然都有担忧,但是总能达成共识。Frank表示:“我们作为采购商,不可能离开中国市场,相信问题一定能得到解决。”

生意就是这样,“你中有我,我中有你”。

(本报记者 拜喆喆)

上虞创客与社区双向奔赴

本报讯(记者 朱银燕 孙良 通讯员 陈黎超 程柯荣)“老师,我的青瓷小兔子耳朵裂了,怎么办?”日前,在绍兴市上虞区百官街道半山社区党群服务中心的秋月青瓷工作室里,正在参加青瓷制作体验的小学员王小辉举着刚脱模的瓷坯向青瓷创客金月明求助。作为半山社区的“社区合伙人”特色项目,金月明的越窑青瓷创客团队已举办过5期非遗研学活动,让75名孩子在拉坯、刻花中触摸千年越窑的文化基因。

去年起,百官街道创新推出“社区合伙人”计划,将社区党群服务中心、闲置商铺、共享空间等资源打包成创业礼包,通过“政策供给+场景营造+生态培育”三位一体模式,在南丰、文化、半山等社区党群服务中心打造特色创业共同体,为“社区合伙人”提供从场地匹配、技能培训到市场对接的全周期服务,实现青年创业与社区治理的双向奔赴。

“我们不是简单的招募,而是构建‘需求清单—项目孵化—成果共享’的全链条生态。”百官街道有关负责人介绍,通过前期调研社区居民“急难愁盼”,精准发布社区创业需求图谱,涵盖共治、乐享、颐养、善育、青创、有礼等6大场景,引导创客将创业方向与社区治理需求深度绑定。



4月27日,连办3天的龙虾盛会在义乌市义亭镇陇头朱村举行。夜幕降临,两只5米长的巨型龙虾灯从龙虾垂钓基地“游出”,村民手持数百盏形态各异的龙虾彩灯,组成一条蜿蜒的“龙虾灯阵”,开启巡村游。据悉,当地采用“稻虾轮作”模式,实现“一田双收”,去年为村集体带来超100万元收入。

本报记者 何贤君 共享联盟·义乌 何彦婕 文/摄

(上接第一版)

十来开外的展位上,兰溪和瑞工贸有限公司的彩色园艺工具吸引了众多年轻采购商驻足拍照。“国际贸易环境的变化倒逼我们企业加快转型。”面对络绎不绝的咨询者,公司负责人胡益兴奋地说,今年创立了“达琳秀”品牌。以前做代工产品,渠道和定价都掌握在别人手中,关税增加后,订单利润不断下降甚至亏本。接下来,再难也要把自己的品牌做起来。

兰溪永祥户外用品有限公司负责人吴溢祥表示,大会带给他的收获远超订单,行业顶尖专家的市场分析让他对产品有了新规划。吴溢祥的笔记本上密密麻麻记录着“轻量化装备”“跨境直播”等关键词。

面对国际贸易变局,大会主办方中国国际露营大会组委会、露营之家全球供应链贸易中心联合金华市经信局举办了“户外装备制造企业产品出海专题对接会”。来自国际贸易、知识产权等领域的专家团队,围绕供需精准对接、境外参展策略、贸易风险防控、典型案例解析等核心议题,为近百家企业提供了系统化的解决方案和实务指导。

会后的供需洽谈区气氛热烈。中山百思途户外用品有限公司、宁海县三敏金属制品有限公司与国际山地旅游联盟达成初步合作意向。

“金华山以‘举办一个大会,落地一个产业平台,推动一个产业群’为目标,构建起了以‘露营之家’全球供应链为核心的‘平台+产业+企业+品牌’的露营产业体系。”中国国际露营大会执行主席、露营之家TOP计划总裁李守文说,本届露营大会上这种政企联动的服务生态,为露营产业的高质量发展提供了强大支撑,推动整个产业以更加自信的姿态开拓市场。

林克己同志逝世

本报讯 原温州市乐清县委副书记、县长,原温州市计划经济委员会珊溪电站工作组副组长,离休干部林克己同志(享受按副省长级标准报销医疗费待遇),因病医治无效,于2025年4月21日在温州逝世,享年98岁。

林克己同志是浙江省苍南县人,1947年10月加入中国共产党,同时参加革命工作。历任平阳县江南、麻步、鳌江、金乡等区区长、区委书记,平阳县委农工部副部长、县委常委,温州专署农业局副局长,平阳县副县长、县委书记,县供销社副主任,县生产指挥组副组长,温州地区雁荡山管理局局长、党委书记,乐清县委副书记、县长,温州市计划经济委员会珊溪电站工作组副组长等职。

夕影亭完成纠偏

4月28日,杭州西湖南线,游客在完成纠偏维护的夕影亭眺望雷峰塔。2月25日,夕影亭搭建施工围挡开始纠偏维护。由于亭子基础承台深入湖中,长期受湖水扰动影响,在日常观测过程中发现有轻微倾斜现象。目前,夕影亭施工已经顺利完成。

本报记者 徐彦 摄



杭州市国有建设用地使用权挂牌出让公告

杭规划资源告[2025]B012号

根据国家有关法律、法规的规定,依据城市规划,经杭州市人民政府批准,杭州市规划和自然资源局对下列地块采用挂牌方式出让。现将有关事项公告如下:

一、挂牌出让地块位置及规划指标概况。

地块编号	地块坐落	出让土地面积(m ²)	用途	出让建筑面积(m ²)	出让起价(万元)	竞买保证金(万元)	土地出让年限
杭政储出[2025]60号	上城区(景芳三堡单元JG1203-28地块),东至运河西路,南至景芳三堡单元JG1203-29地块,西至景芳三堡单元JG1203-27地块,北至凤起东路。	13921	商业商务用地	48723.5	56871	11375	40年
杭政储出[2025]61号	上城区(四堡七堡单元JG1402-76地块),东至规划绿化、规划道路,南至规划绿化,西至规划绿化,北至钱江路。	23903	商业商务用地	107563.5	103681	20737	40年

注:具体情况以《挂牌出让文件》和出让合同为准,出让起价和竞买保证金数值为人民币。

二、挂牌出让土地受让对象。具体竞买申请要求详见挂牌出让文件。竞得者必须严格按照土地出让合同规定的条件进行开发建设(地块参加竞价的条件和规划条件详见地块挂牌出让文件)。

三、竞得人确定方式。具体详见地块挂牌出让文件。

四、挂牌出让地点。本次国有建设用地使用权挂牌出让通过浙江省自然资源智慧交易服务平台(www.zjzrzyjy.com)进行。

五、竞买申请。参加挂牌竞买的竞买申请人可在2025年5月19日9:00至2025年5月28日17:00登录浙江省自然资源智慧交易服务平台(www.zjzrzyjy.com)进行报名。竞买申请人须按照挂牌须知要求办理数字证书并足额交纳竞买保证金或提交足额银行保函,符合竞买要求方可参加网上挂牌出让

活动。

六、本次挂牌报价时间。竞买人可在2025年5月19日9:00起至2025年5月29日9:00进行报价。

七、本次挂牌出让详细资料请参阅挂牌出让文件。《挂牌出让文件》及地块相关资料,可以登录浙江省自然资源智慧交易服务平台浏览或下载。

八、挂牌咨询。现场咨询地点设在杭州市公共资源

交易中心(杭州市之江路925号临江金座2号楼一楼土地交易窗口)。

咨询电话:0571-89587860、85254451

杭州市规划和自然资源局
杭州市公共资源交易中心
2025年4月29日