

稳中求进，巩固外贸回稳向好势头

广交会工作领导小组办公室主任 李晋奇

（在第 122 届广交会筹备工作会议上的讲话）

各位同志：

大家好！今天，我们在北京召开第 122 届广交会筹备工作会议，就第 122 届广交会筹备和下一步发展进行研讨。傅自应副部长将于明天下午专程出席会议并作指示，体现了部领导的高度重视、期望和关怀。

近几年来，我国通过“调结构、转方式”，创新推动外贸发展取得了成效，对外贸易实现回稳向好。这体现在 1-7 月我国海关进出口额同比增长 18.5%，也体现在第 121 届广交会采购商到会 and 出口成交实现“双升”的良好势头上。在商务部、广东省的正确领导下，在各地商务部门和交易团、商协会的大力支持下，第 121 届广交会运行平稳、成果丰硕，境外采购商到会同比增长 5.87%，出口成交同比增长 6.9%，为推动外贸回稳向好、促进外贸结构优化升级作出了新的贡献。

即将到来的第 122 届广交会，是贯彻落实习近平总书记致第 120 届广交会贺信和李克强总理重要批示精神，巩固外贸回稳向好势头的重要一届广交会。在筹备工作中，我们继续贯彻新发展理念，稳中求进、创新驱动，在组展、招商和

展览服务等方面全面提升国际化、专业化、市场化、信息化水平，建设“智慧广交会”和“绿色广交会”，打造多功能综合平台，为增强外贸综合竞争力、培育国际竞争新优势服务，以实际行动迎接党的十九大胜利召开。

下面，我代表广交会工作领导小组办公室，向大家通报第 122 届广交会的筹备工作情况。

第一部分 第 122 届广交会筹备工作特点

第 122 届广交会总体展览格局保持稳定，展位总数约 6 万个，筹备工作的主要特点有：

第一，以专业化为核心，全面提升组展专业化水平。

第 122 届广交会组展工作围绕专业化这一核心方向，从以下两方面着力提升组展专业化水平：

一是重点优化展品专业分区，加强展览专业化宣传工作。展品专业分区，已成为当前展览格局相对稳定的情况下，广交会提升展览专业化水平的重要措施。第 122 届广交会共在 34 个展区设置展品专区 140 个，其中家用电器、动力电力设备、钟表眼镜、童装、家具、裘革皮羽绒及制品、地毯及挂毯等 7 个展区首次设置产品专区，各展期组展专业化水平均有新的提升，在提升展览效果、引导题材细分、促进展品结构优化方面发挥了积极作用。

同时，广交会近年来围绕部分重点题材开展专业化宣传，第122届广交会在原有电子及家电类、能源类、纺织服装类等题材基础上，新增机械、建材等五大类重点宣传题材，范围覆盖26个展区，并根据重点宣传题材定制招商推介内容，联动行业协会与专业机构开展远程视频招商。同时，设置超过4500个与重点展区相关的关键词，在谷歌等四大搜索引擎上投放，进一步强化广交会专业化宣传效果。

二是全面评审，精心培育新题材。经过几年的培育，新能源与宠物用品展区展位需求创近两年新高。按照相关展位安排工作方案，第122届广交会对新能源和宠物用品展区参展企业进行严格考量、全面遴选，拟吸纳更为丰富多元的优质企业参展，包括力诺瑞特、五星、正信光电、天元、中宠等行业龙头品牌，总体参展质量进一步提升。

第二，积极采取措施减轻企业负担，支持贫困地区外贸发展

一是继续加大力度减轻企业参展负担。继续按照第119届以来降低后标准收取展位费，以实际行动支持企业参展；贯彻落实中央关于脱贫攻坚的战略部署，对全国840个县的参展企业免收展位费。同时，继续实施减免23项现场服务项目收费、标准展位地毯免费统一铺设等举措，进一步为企业减负。以上合计，预计共减少收取费用超过2.5亿元。

二是增设贫困地区特色产品展区。为贯彻落实中央关于

脱贫攻坚的战略部署，第 122 届广交会拟在第三期新设贫困地区特色产品展区，展位规模约 200 个，免收展位费，面向全国 840 个县的相关企业，展示服装、箱包、食品等第三期相关题材的产品，以实际行动支持贫困地区外贸发展。

第三，以国际化为导向，出口展招商、进口展招展双管齐下，强化宣传舆论烘托，促进两个市场、两种资源对接。

第 122 届广交会以“一带一路”国家战略为统领，围绕沿线相关国家地区市场，积极做好招商、招展及新闻宣传推广工作。

一是多措并举推进招商工作。一方面，在 17 个国家开展 17 场远程视频招商活动，其中“一带一路”沿线国家约占 35%；积极利用社交媒体、搜索引擎等互联网平台，通过大数据实现精准招商；继续深化与领英、脸书、谷歌等专业机构的合作，吸引更多采购商及参展企业领取并转发邀请函，提高到会转化率；与国际知名通讯社和媒体合作发布“一带一路”主题软文，直达 140 多个国家的 30 多万家全球媒体；“广告惠新客”项目惠及 88 个国家地区，媒体互惠计划共吸引来自 21 个国家地区的 35 家知名工商机构积极参与。

另一方面，加大邀请力度，突出重点展区、重点国家、重点客户群，“一带一路”沿线国家地区采购商邀请量约占直邮邀请总量的 48%；增大对美国、加拿大、澳大利亚等优

质客源国采购商的邀请力度，大力推进参展企业邀请采购商活动，创新邀请手段和渠道，提升邀请工作成效；推进广交会境外合作伙伴计划和广交会采购商激励计划、创新跨国采购服务、强化重点客户关系管理等；携手航空公司在招商推广方面开展深入合作，在“一带一路”部分沿线国家地区开展机票特惠活动，提升客户黏度和与会体验。

二是提升进口展专业化水平。加强进口展招展推广力度，通过境内外展会招展、路演推广、机构拜会、线上宣传与精准营销等手段，拓展客户资源，近六成参展企业来自“一带一路”沿线国家地区，包括埃及、马来西亚、孟加拉、土耳其、印度尼西亚等沿线国家的行业巨头；拟在第三期试点设立国际母婴用品专区，来自德国、澳大利亚、韩国等海外母婴品牌将悉数登场；将举办各类境内外企业的贸易配对活动，为两个市场、两种资源的对接创造有利条件。

三是多渠道开展新闻宣传工作。第122届广交会在新闻宣传上着力弘扬主旋律，汇聚正能量，向世界展示广交会的独特魅力，以及我国外贸转型升级的时代风貌。与广州市委宣传部和广州电视台合作拍摄广交会纪录片，全景展现广交会61年的辉煌历程；在广州市主要商业中心播放广交会宣传视频，营造城市宣传氛围；拟邀请境内外主流媒体约100家、记者350人到会采访，扩大国内外影响力。

第四，紧贴市场需求，发挥多功能综合平台作用。

第 122 届广交会聚焦企业需求，与行业市场接轨，积极做好高端资讯、配套活动及展览现场各类增值服务，充分发挥广交会多功能综合平台作用。

一是精心组织广交会出口产品设计奖（CF 奖）评选。在各方的支持下，2017 年 CF 奖参评企业和产品数量均创历史新高，共有 574 家企业申报产品 1086 件。经过 30 位各界专家，以及 9 位工业设计领域权威评审的严格评选，最终确定来自 57 家企业的 72 件产品获奖，广东、浙江、江苏、福建和上海交易团获得最佳组织奖。我们将于第 122 届广交会第一期，紧扣 CF 奖创办五周年的主题举办颁奖仪式，欢迎继续关注和支持。

二是着力打造各类论坛活动。第 122 届广交会继续扎根企业需求，围绕 8 大主题打造系列论坛，重点包括：第一期的广交会（英国）国际市场论坛、机械行业高峰论坛，第二期轻工行业的广交会联合国及国际组织采购日、软装设计论坛，第三期的纺织行业高峰论坛。同时，还将举办系列品牌营销和潮流趋势论坛，为企业提供全面的资讯增值服务。

三是丰富设计对接服务。第 122 届广交会产品设计与贸易促进中心（PDC）将吸引来自 14 个国家地区的 100 多家优秀设计公司参展，举办“斯堪的纳维亚设计”主题活动，并联合浙江、宁波、福建交易团举办设计对接和贸易配对活动，以丰富的设计服务，促成国际设计资源与广交会参展企业的

对接交流，促进外贸产业基地转型升级。创新形式，扩大原创设计时尚秀规模。

第五，推动绿色发展常态化，全面提升广交会绿色发展质量。

为巩固“绿色广交会”发展成果，第122届广交会将继续按照100%的绿色展位普及率目标，实施系列举措，推动绿色布展常态化，主要包括强化实施有效推进措施、制定品牌评审管理细则、创新绿色展位奖评选模式、建立对违规简装参展企业的处罚机制等，深入推进绿色可持续发展，全面提升广交会绿色发展质量。

第六，分步实施智慧广交会，提升展览服务信息化水平。

一是持续优化展商展品查询系统。继续以官方网站展商展品查询系统为基础，强化线上线下结合、创新展示模式。该系统全面覆盖广交会所有展区、近2.5万家参展企业，供采购商在展前预先了解、展中搜索定位广交会当届展商展品、掌握最新动态，助力采购商制定个性化采购计划，提高采购效率，同时提高参展企业的见客率。

二是提升现场服务信息化水平。借助人脸识别技术进行“人、证、照”信息比对核验和办证记录自动查询，助力安全办展；进一步扩展投诉报障微信小程序的应用范围，增加参展商证件状态查询、展位施工报图进度查询和现场服务工单流转进度查询等新功能，提升与会展客商的服务体验。

第二部分 有关工作要求

当前，广交会处于改革发展的关键时期，既面临着复杂的经济环境，又面临着激烈的市场竞争，逆水行舟、不进则退。在当前外贸回稳向好、结构优化调整的“新常态”下，我们要居安思危，积极培育好、利用好广交会平台，按照提升国际化、专业化、市场化、信息化水平的方向，齐心协力、共同努力，推动广交会发挥更大更重要的作用。为此，各交易团和商、协会要着力落实好以下几方面的工作：

首先，循序渐进，分步实施，着力提升广交会专业化水平。

下一步的广交会专业化发展，将围绕展品专区及专业化宣传这两项工作，相辅相成、双管齐下，同步推进。这两项工作需要组展各方充分发挥各自优势，密切配合、共同开展。

一是各商、协会要继续发挥行业专业优势，积极主动推进相关工作。各商、协会作为行业组织，掌握行业和企业的全、专业资讯，是推动广交会专业化发展的重要力量。我们要力争通过 3 届时间，即 2018 年秋交会前，在所有可行的展区全部设置展品专区；力争通过 3 年，即 2020 年秋交会前，建立全面系统的广交会专业展区宣传资料库。目前，各商、协会高度重视、积极响应，所有商会已提交本届专业

化宣传资料，但仍有个别商会未能按时提交下一步展品专区的设置计划，请务必按计划抓好落实工作。

二是各交易团要积极宣传，要求企业在申请展位时准确填写企业对应的展品专区，作为展品专区安排的重要参考；同时动员企业通过参展易捷通系统积极上传并更新线上展品数据，丰富企业信息，既可帮助企业获得更多专业采购商的关注，提高供采双方的效率，又可为广交会专业化宣传提供更多素材来源，从而强化线上线下结合对展览效果的带动作用。

其次，规范交易团组团工作，加强参展企业和展位管理，提升参展质量。

刚才外贸司特别强调了各交易团要切实履行职责，提升组团工作质量，在此，我重申以下两点：

一是共同做好宣传教育工作，引导企业配合大会开展知识产权、产品质量安全和贸易纠纷投诉等相关工作。第 122 届广交会投诉接待站的运作模式保持不变，预防与现场受理两手抓，维护正常交易秩序；继续邀请国家知识产权局专利复审委员会、广东省知识产权局等单位驻会；通过广交会微信公众号向参展企业推送知识产权保护信息，请各交易团做好宣传教育工作，提醒参展企业，尤其是有涉嫌侵权和被投诉记录的企业，加强自查自纠，按规定流程和要求应对投诉。大会业务办还将专门印发《关于做好第 122 届广交会知

识产权保护和贸易纠纷解决工作的通知》，请留意并重视，共同做好知识产权保护和贸易纠纷处理相关工作。

二是加强参展现场的组织管理。各交易团要强化对企业参展行为的宣传引导、现场巡视和监督检查。针对近几届参展企业提前撤展现象较为严重的情况，本届将强化撤展管理，要求特装资质施工企业、搬运公司等撤展相关单位严格按照大会规定时间安排撤展相关工作，不得擅自提前进场施工作业，严禁提前撤展，对违规单位及参展企业将通报批评。请通知参展企业严格遵守大会撤展时间，禁止提前打包、撤展。

再次，积极参与广交会多功能综合平台建设，充分发挥广交会对企业转型升级的引导作用，共同助力广交会展览效果的提升。

广交会不断完善多功能综合平台，积极打造进口展、广交会出口产品设计奖（CF 奖）、广交会产品设计与贸易促进中心（PDC）及系列会议论坛等。各交易团要广泛宣传，积极动员、组织企业踊跃参加广交会系列对接活动和会议论坛活动，通过 PDC 助推国内制造与国际设计接轨，通过 CF 奖帮助企业推广自主设计与自主品牌，在提升各类活动效果的同时，推动企业加快转型升级步伐，为外贸发展方式转变服务。同时，欢迎各交易团积极推荐对口的国内采购商与会，提升进口展效果，并积极动员企业参与参展商邀请采购商活

动，共同提升广交会采购商的数量与质量。

最后，高度重视安全工作，确保安全办展。

对于广交会来说，安全是根本，是生命线。7月10日商务部安全工作会议上，钟部长专门强调，要高度重视广交会的安全生产工作。请组展各方要以高度的责任感做好广交会的安全管理，提早动员部署，积极配合大会落实相关证件管理、电池和刀具类展品的管理等，责任到人，防范于未然，共同营造安全、有序的展览环境。

同志们：

在大家的共同努力下，第122届广交会各项筹备工作进展顺利。接下来，还有更多更重要的任务等待我们去完成。我们要认真贯彻落实习近平总书记致第120届广交会贺信和李克强总理重要批示精神，稳中求进、创新驱动，以更好的状态、更大的热情，投入到各项筹备工作中去，为促进外贸结构优化升级、培育国际竞争新优势作出更大贡献，以优异的成绩迎接党的十九大的胜利召开！

近年来，外贸中心着力推动“智慧广交会”建设，这是广交会贯彻国家“互联网+”发展战略、提升信息化水平，在数字化时代实现创新发展和转型升级的重要举措。目前，“智慧广交会”建设已取得明显成效，并分步实施，我们将陆续推进一系列重点项目，包括展馆WIFI无线网络升级改

造、打造数据资源管理平台等。为了让大家进一步了解相关情况，接下来请外贸中心（集团）规划发展部的刘维义同志为大家作介绍。

谢谢大家！