

实探第134届广交会:

境外采购商热捧 咨询人数超预期

证券时报记者 吴晓

10月15日,素有中国外贸“晴雨表”和“风向标”之称的第134届中国进出口商品交易会在广州正式开幕。据介绍,本届广交会的规模在前次基础上又一次扩大,展览总面积扩至155万平方米,比上届增加5万平方米,规模再创新高。

规模扩大的同时,截至15日下午5点,来自全球200多个国家和地区超过5万名境外采购商到会,比上届大幅增长。一家生产低速电动车的企业负责人表示:“本届广交会的热度超过我的预期,今天境外采购商上午的咨询量就超过上一届全天。”

上述企业的感受不是个例。相比起今年4月的第133届广交会,在本届广交会上,记者有一个十分明显的感受——境外采购商更多了,外国人面孔几乎出现在广交会的每一个角落;在一些知名品牌企业的展台,境外采购商更是人头攒动。

10月15日早晨8时许,广交会展馆外就开始有大量境外采购商排队入场,而场馆的正式开放时间则为9时。在入场等待期间,不少境外采购商拿着笔对应着手机上的展馆分布图,在笔记本上规划着当天的参展路线和一些必去的展台。

在展馆正式开放后,记者在现场甚至看到不少拖着行李箱的境外采购商第一时间奔向了目标展台,因为他们中的不少人早已与其中国供应商约好了洽谈时间。

在浙江金龙电机展台上,三位美国客户早早到来。该公司一位现场负责人表示:“我们的产品之前主要是做外贸出口,这二位美国客户其实在十几年前就已经跟我们合作了,所以也是提前约好过来洽谈。我们公司最早是做传统的电机,后来慢慢往伺服电机等高端化、智能化的产品发力,研发了很多新技术和新产品,我们客户当然也有新领域要拓展,所以双方就一直合作,也都越做越大。”

而在一些中国知名企业的展台,境外采购商就更多了,几乎每一个工作人员都在忙着跟客户介绍公司的最新产品。尤其是在家电展区,海尔、美的、格力、海信、创维等公司的展台,全都是人头攒动。



第134届广交会于10月15日至11月4日在广州分三期举办,图为广交会开馆首日的现场场景。



宋春雨/摄 周靖宇/制图

比第133届广交会明显增长;同时重点市场采购商参会积极,欧美采购商预注册人数较上届增长8.6%,共建“一带一路”国家增长11.2%,RCEP(区域全面经济伙伴关系协定)国家增长13.8%。

广交会作为外贸的“晴雨表”和“风向标”,其展区结构也是我国产业结构和出口商品结构变化的重要体现。近年来,我国出口商品结构持续优化。一批高技术、高附加值、绿色低碳产品国际竞争力明显提升。今年1-8月份,机电产品出口增长23.8%,占比提升至58.8%。新能源汽车、光伏产品、锂电池为代表的“新三样”出口额同比增长34.7%。

在本届广交会上,新能源产品展台同样吸引了大量境外采购商停留和咨询。一位来自德国的境外采购商坐在一辆中国企业生产的新能源汽车中细细品鉴,在听到续航有710公里且售价不过20多万元时,他不断发出“太神奇”“难以置信”的感慨。

该展台工作人员告诉证券时报记者:“目前的新能源产业链中,中国企业占据较大优势,且我们拥有自己的核心技术,才能在把产品力不断做大的同时,产品还能有如此亲民的价格。”

而在中通客车的展台,一辆鲜黄的34座纯电动大巴停在展馆中,显得极为亮眼,该大巴拥有373.4kWh的电池。中通客车工作人员表示:“我们今天也接待了很多境外采购商的咨询,上午2个多小时就有印尼、埃及、哈萨克斯坦、越南、法国等十几拨客户过来。我们今年汽车的出口量也很喜人,前三季度的数据就已超过去年全年,其中新能源车占比在今年预计将达到20%左右,而且海外市场空间巨大,仍有很大挖掘潜力。”

同时,本届广交会是自第104届改革以来开展优化调整力度最大的一届。规模再创新高,展览总面积扩至155万平方米,比上届增加5万平方米。展位总数7.4万个,比上届增加近4600个,其中出口展7.2万个,进口展1550个。按各期、各展区不重复统计,参展企业28533家,比上届增加3135家,其中出口展参展企业27883家,进口展参展企业650家,来自43个国家和地区,共建“一带一路”国家参展企业占比60%。

铁路港首发,在十天到达波兰罗兹,这是创维电视首次借助中欧班列(成都)通道布局欧洲市场,这些货柜中主要装载有电视显示屏、电视主板及其零配件等物件。班列的成功开行,为创维电视“出海”提供了一条更加便捷的通道,实现东南沿海的产能转移及国际化布局,成为中欧友好合作案例。

“一带一路”市场是我们的重要发展方向,尤其是中欧班列开通后,我们在‘一带一路’方向做了更多投入。从我们2023年上半年的海外市场营收分布占比来看,亚洲占58%,欧洲占17%,美洲占14%,非洲占10%,大洋洲占1%。”创维集团董事长林劲说。

中欧班列链接中外 打造共建“一带一路”旗舰项目

(上接A1版)2009年8月,惠普与重庆市政府签订了年产2000万台外销笔记本电脑的相关落户协议,但考虑到海运延长交货期会导致产品价格下降的问题,重庆市政府积极向海关总署等部门申请开行重庆至欧洲班列。最终,重庆至德国杜伊斯堡的首趟渝新欧班列于2011年3月19日成功开行。

不仅仅是中欧班列(渝新欧)取得跨越式发展,它也是全国中欧班列蓬勃兴起的缩影。近年来,其他各地开行的中欧班列均为当地产品的出口做出巨大贡献。如截至今年8月31日,中欧班列(西安)累计开行19531列,占全国中欧班列累计开行总量的四分之一。今年前8个月,中欧班列(西安)累计开行3477列,较去年同期增长31.9%。

助推产业走出去

单有路是不行的,让贸易在这一条路上跑起来更关键,最终要成为城市的经济发展和产业配套服务。因产业而生,线路更加通畅,运输更为稳定的中欧班列正在进一步助推产业发展,随着长安汽车出口量激增,长安汽车已成为渝新欧的重要客户,整车出口也已成为渝新欧的重要运输品类。

在长安汽车的重庆两江工厂二厂区,证券时报记者看到一排排即将出口欧洲的汽车正在依次下线,在经过数轮精密的测试后,这些车辆都将通过中欧班列(渝新欧)运往欧洲各国。现场一位长安汽车工程师告诉证券时报记者:“我们现场生产的这些车辆都会根据目的国不同,做一定调整以适应当地的习惯,出口数量也不断提升。”

“渝新欧积极保障公司的班列运输计划,帮助我们完成新车型的出口运输测试,为公司开拓海外市场提供了物流供应链支撑。”长安汽车相关负责人表示,近年来长安汽车海外销量迅速提升,出口量由2018年的4万辆级别上升至2022年的16万辆级别,增长幅度超200%,今年出口量更是持续

增长,1-8月累计出口超15万辆,同比增长18.4%。同时,长安汽车海外产品单价也随产品迭代而不断提升,相比5年前,海外出口单车价值增长约100%。长安汽车海外核心市场也由第三世界国家向沙特、智利、俄罗斯等主流汽车市场转移,并逐渐开辟欧洲、东南亚、墨西哥等新市场。

同时,随着新能源汽车成为中国出口的“新三样”之一,中欧班列同样具有重大优势。新能源汽车出口操作复杂、海运困难、公路运输成本高,无法满足需求。2022年10月,中欧班列开启新能源汽车运输,大大节约了运输成本,开始成为部分新能源车企的重要出口通道。相较于海运,中欧班列运输环境稳定,线路平稳,不易对新能源车造成损伤和腐蚀,且班次和停靠站点多,车企的选择更丰富,既促进我国新能源汽车制造业的繁荣,又助力新能源汽车在共建“一带一路”国家的普及推广,使更多国货走向世界。

“多年来,我们通过在欧洲等地积累的优势资源,逐渐搭建起了促成客户相互选择和业务合作的磋商平台,扮演着客户走向海外市场的‘先锋官’作用。针对本土企业,我们保障舱位供给,并安排专人对其重点项目研讨定制化服务方案。比如,去年年底,正是各大车企开拓市场,抢抓订单的关键时期。我们就开行了多趟长城、长安、庆铃、东风小康等品牌专列,在集装箱运输的基础上,创新采取笼车这一更大整车运输的新模式,两种运输方式共用,解决了各大车企的出口‘难题’,助力‘中国造’新能源汽车加速出海。”张蓉说。

据了解,今年1-8月,中欧班列(渝新欧)运输整车共计6.4万辆,同比增长约36.7倍,货值73亿元。截至目前,中欧班列(渝新欧)历年运输汽车整车及零配件产品货值累计超600亿元。

中欧班列的诞生还为企业的出海增添更多可能,为企业开设的专列更像是“定制化”服务。2019年,搭载41个整柜货物的“创维号”从成都国际

铁路港首发,在十天到达波兰罗兹,这是创维电视首次借助中欧班列(成都)通道布局欧洲市场,这些货柜中主要装载有电视显示屏、电视主板及其零配件等物件。班列的成功开行,为创维电视“出海”提供了一条更加便捷的通道,实现东南沿海的产能转移及国际化布局,成为中欧友好合作案例。

“‘一带一路’市场是我们的重要发展方向,尤其是中欧班列开通后,我们在‘一带一路’方向做了更多投入。从我们2023年上半年的海外市场营收分布占比来看,亚洲占58%,欧洲占17%,美洲占14%,非洲占10%,大洋洲占1%。”创维集团董事长林劲说。

深度嵌入贸易体系

事实上,在近期深圳举办的中国(深圳)国际物流与供应链博览会上,记者一个切身体感受是,中欧班列正在深度嵌入当下中国外贸体系之中,中欧班列也将对对外贸易的血管进一步延长、拓宽,无论是大件还是小件,中欧班列都能用最快速度“使命必达”。

“我们公司专门针对中欧班列开发了多种联运产品,包括海铁联运、公铁联运、水铁联运等,其中海铁联运尤其适合高附加值、时效要求高、批量大、集中出货的货物运输,如光伏产品、汽车及零部件、家电、电子产品等。”一物流企业工作人员说。

一位跨境电商企业人士也告诉记者:“欧洲目前是我们最重要的市场之一,在备货旺季,我们也经常通过中欧班列将货物及时运送到我们的海外仓中,它比海运更快,比空运更便宜,非常符合追求速度的跨境电商企业。”

现场另一位物流企业负责人表示,公司针对跨境电商卖家在中欧班列上还实现了铁路拼箱服务。“跨境电商卖

家的货物特点是多频次、小批量,因此我们专门提供铁路拼箱服务这样灵活且经济的运输方式,客户无需整箱发运,货物也会尽快送达欧洲市场。”

中欧班列能够如此深度嵌入中国外贸体系之中,离不开中欧班列一次次创新和突破。张蓉表示:“中欧班列途经多国,它的开行离不开创新。为了促进跨国铁路运输和通关便捷化,我们率先形成跨国海关协调机制,率先实现‘铁路快通’模式下进出口双向贯通;为了破解沿途低温和安全难题,我们研发了控温集装箱以及海关和铁路共用的‘关铁通’电子锁;并开出第一单‘铁路提单国际信用证’,首次赋予铁路运单金融属性,帮助中小企业解决融资难题,大大减轻企业资金压力。”

在10余年的稳定运行后,中欧班列的线路图正如锦绣般缤纷和绚烂。张蓉表示,未来,在通道建设方面,中欧班列(渝新欧)将坚持量质并重,围绕市场主体需求,在保障现有各方向通道稳定开行的同时,探索中欧班列南通道及东南亚方向更多线路开发可能性,推进境外通道多样性建设,努力打造“多向延伸、海陆互联”的运输服务网络。“同时,我们将持续发挥好中欧班列(渝新欧)通道带动作用,提升班列信息化、数字化、智能化和供应链金融等方面创新能力,强化产业链供应链服务,全力推进重庆本土产业驶入高质量发展快车道,助力中国制造业更好地‘走出去’。”

回首共建“一带一路”倡议的10年伟大征程,中欧班列日夜奔驰,以货物串联世界贸易,不仅点亮了新丝绸之路,更有力提升了国际物流供应链的韧性,并不断助推地区经济发展。中欧班列不仅为经济全球化发展带来了新机遇,也释放了更多发展红利,这支“钢铁驼队”正将古老的“商贸路”变为欣欣向荣的“经济带”。

(上接A1版)

文章指出,要着力推进党的创新理论体系化学理化。推进理论的体系化学理化,是理论创新的内在要求和重要途径。马克思主义之所以影响深远,在于其以深刻的学理揭示人类社会发展的真理性、以完备的体系论证其理论的科学性。新时代中国特色社会主义思想的发展是一个不断丰富拓展并不断体系化、学理化的过程。随着实践进程的深化,党的理论创新成果会越来越丰富。要不断深化理论阐释,重点研究阐释我们党提出的新理念新论断中原理性理论成果,把握相互的内在联系,教育引导全党全国更好学习把握新时代中国特色社会主义思想的理论体系。

文章指出,要注重从人民群众的创造中汲取理论创新智慧。马克思主义是为人民立言、为人民代言的理论,是为改变人民命运而创立、在人民解放的实践中丰富和发展的,人民的创造性实践是马克思主义理论创新的不懈源泉。马克思主义中国化时代化成果,都是党和人民实践经验和集体智慧的结晶。我们的各项工作实践要走好群众路线,推进理论创新也要走好群众路线。要尊重人民首创精神,注重从人民的创造性实践中总结新鲜经验,上升为理性认识,提炼出新的理论成果,着力让党的创新理论深入亿万人民心中,成为接地气、聚民意、顺民意、得民心的理论。

深证50有望成为新的标杆性宽基指数

证券时报记者 吴少龙

日前,深圳证券交易所公告发布深证50指数。市场分析指出,深证50指数作为中国经济转型背景下发布的深市旗舰指数,在编制方法上与时俱进,将进一步丰富深市优质企业投资标的,引导资金流向国家重点领域龙头企业,有望成为境内新的标杆性宽基指数,助力我国经济高质量发展。

从编制方案来看,有别于传统的宽基指数仅依据市值的选择方法,深证50指数结合我国经济发展阶段特点进行创新,从公司市值、行业代表性、ESG与公司治理等维度综合选取深市核心龙头,主要特点体现出“行业均衡”与“可持续性”。

深证50指数选取不同行业“深市”特色的优质企业。根据国证三级行业分类选取A股市场自由流通市值排名前3的深市股票,筛选出的标的的主要聚焦于各细分行业龙头,充分体现出新兴化和市场化的“深市”特色。

“公司治理”为最终选择指标。实际上,该指标并非判断上市公司投资价值的传统指标,通过研究发现,某些优质企业在成长过程中采用更为科学客观的管理机制,以此实现公司快速增长。因此,公司治理能力一定程度上代表了公司内生驱动力,治理能力强的公司往往具备更强的长期竞争力。

富国基金表示,简单理解,深证50指数就是在传统宽基的编制基础上进行升级,可以定位其为创新成长型宽基。在更有特色的选择方法的背后,更有助投资者挖掘深市的“未来之星”,分享我国经济转型升级的红利。

从行业分布来看,深证50指数主要集中在电力设备、食品饮料、电子、家电、医药、计算机、汽车等板块,相比于市场中已有的核心宽

基指数,深证50指数对家电、计算机、汽车等行业的配置比例更高,对于金融、周期、公用事业等板块的配置比例相对低。总结来看,深证50指数聚焦于促进经济转型发展的核心资产行业,长期增长动能更为明显。

深证50指数前十大成份股为A股市场十个不同行业的龙头公司,在行业分布上,极为分散。从指数成份股的基本面来看,深证50指数兼具较高的盈利质量与业绩增速,成长性良好。指数成份股平均净资产收益率(ROE)约20%,领先境内其他核心宽基,最近3年归母净利润平均增速约64%。

据测算,自2002年底至2023年9月底,深证50指数年化收益约10%,不仅显著高于A股同类宽基指数如沪深300等,也高于标普500指数等境外核心宽基指数,体现出深市核心龙头公司较高的长期投资价值。从历史高点来看,深证50指数在2021年2月率先创出历史新高,突破了前期在2015年的高点。

收益特征上,深证50指数弹性较好,体现出“高收益、高波动”的特征。其间,深证50指数的年化收益与年化波动分别约10%和27%,相较于境内外其他宽基,年化收益与年化波动均相对较高,具有更高的弹性,交易功能突出。从经风险调整后收益(夏普比率)来看,深证50指数也是境内外宽基中表现较好的。

易方达基金指数研究部总经理鹿亚平对记者表示,深证50指数反映了深市市值规模大、行业代表性强、公司治理良好的头部公司股价走势,指数覆盖了很多行业代表性的核心上市公司,行业覆盖均衡全面,能较好地反映我国产业结构的动态变化。深证50指数的推出,将进一步丰富市场优质企业投资标的,为实体经济发展引来资金活水。

中国-东盟官员学者 共商加强健康旅游合作

2023中国-东盟传统医药健康旅游国际论坛15日在广西巴马瑶族自治县举行。本届论坛以“传统医药养生文化与健康旅游产业发展”为主题,来自中国和东盟的200余名官员、专家学者和企业家共同探讨传统医药与健康旅游发展合作等话题。

国家中医药管理局副局长黄璐琦说,截至目前,中医药已传播至196个国家和地区,中国与近50个外国政府、地区主管机构和国际组织签订了专门的中医药合作协议。中国和东盟建设了中国-东盟传统医药交流合作中心,与柬埔寨、马来西亚、缅甸、菲律宾、泰国等国合作建设中医药海外中心,打造中国-东盟传统医药国际论坛、中国-东盟传统医药健康旅游国际论坛等品牌交流平台,与东盟七国联合编撰出版《中国-东盟传统药志》,传统医药合作已

经成为中国-东盟命运共同体的重要内容。

与会东盟官员表达了与中国深化健康旅游合作的期望。老挝新闻文化旅游部副部长温吾·考潘说,传统医药的健康养生文化和健康旅游在老挝是新产业,希望加强与中国的合作,吸收借鉴传统医学产品和治疗方法,提高健康旅游标准。柬埔寨旅游部国务秘书钱明光表示,柬中两国有许多旅游产业合作的机遇,未来可以加强合作,包括建设旅游基础设施以及打造数字旅游等方面。

中国-东盟传统医药健康旅游国际论坛是中国-东盟博览会框架下的高层论坛,每两年举办一届,今年是第五届。本届论坛由文化和旅游部、国家中医药管理局和广西壮族自治区人民政府共同主办。

(据新华社电)