

# 第五届进博会将如期举办 哪些看点值得期待

第五届中国国际进口博览会将于11月5日至10日在上海举行。

在已成功举办四届的基础上,此次进博会即将如期举办,释放了什么信号?同时又有哪看点值得期待?

## 如期举办 释放什么信号?

今年,面对疫情冲击与不确定的全球局势,举办重大国际展会面临更多挑战。“进博会是一颗‘定心丸’,给了我们继续扎根中国发展的强烈信心。”不少展商表示,进博会如期举办,为跨国企业积极融入中国经济发展注入信心,也让人充分感受到中国与世界分享市场机遇、推动世界经济复苏的大国风范。

商务部新闻发言人束珏婷表示,5年来,进博会充分发挥国际采购、投资促进、人文交流、开放合作四大平台作用,成为构建新发展格局的窗口、高水平开放的载体、多边主义的舞台。

此次进博会国家和企业参展踊跃,展示内容愈发丰富,世界500强和行业龙头企业持续“返场”,各类活动精彩纷呈。

进博会企业商业展共设六大展区,将展出数百项新产品、新技术、新服务。其中既有聚焦美好生活的消费品和农产品,也不乏蕴含全球领先科技的高精尖医疗器械和技术装备。

## “朋友圈”有啥新变化?

进博会的“朋友圈”变得更大,“新朋友”更多了。

此次进博会共有145个国家、地区和国际组织参展,结构更优化、代表性更强。其中,既有发达国家和发展中国家,也包括一些最不发达国家。来自127个国家和地区的企业参加企业商业展,66个国家和3个国际组织亮相国家综合展,数量均超过上届。

从数据中不难看出进博会日益增长的吸引力:共有284家世界500强和行业龙头企业参加企业展,数量超过上届,回头率近90%。不少企业参展面积日益扩展,从几百平方米到上千平方米不断增加,今年展位特装比例达96.1%,高于上届水平。

此外,“新朋友”也不断加入。

“十分期待即将到来的进博会首秀。”挪威海产局中国内地及香港地区总监安睿说,该机构将携8家挪威海产出口企业组团前来,希望通过这一全球贸易盛会,使中挪海产企业缔结更深入的战略合作,共享进博机遇。

今年也是区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)生效实施的第一年,RCEP成员国均有企业参展。“一带一路”沿线国家、上合组织参展国数量也较上届增加。

此外,厄瓜多拉、吉布提、毛里塔尼亚、科摩罗、莫桑比克、刚果(金)、伊拉克、冰岛8

国将首次参与国家展。

## 哪些市场和技术亮点 不容错过?

每年进博会上,“首发首展”的新品都会吸引众多目光。

菲律宾的黑钻凤梨、厄瓜多尔的有机香蕉、吸管一戳就可以喝的泰国香水椰……“舌尖上的进博”将再度上新,更好满足中国消费者的味蕾需求。

此外,最新科技成果总是令人期待。

第五届进博会新设立农作物种业和人工智能等专区,优化能源低碳及环保技术专区,拓展创新孵化专区,技术装备、消费品、医疗、汽车等领域的150多家初创企业将进行集中展示。

人工智能体验区包含多个应用场景,将举办机器人世界杯足球赛、机器人舞蹈表演、VR电竞大赛等活动。观众可现场制作自己的虚拟人物、参加云会议、到云教室上课、体验VR版全息演唱会等,感受人工智能给现实带来的深刻变革。

西门子医疗将首展全球首款“远征”5G移动急危重症介入救治单元,松下首发冷热电三联供氢能示范项目,阿根廷“组团”首秀其智能工业领域的实力……

值得一提的是,今年在进博会上还新设“中国这十年——对外开放成就展”综合展示区,包括成就专区、省市区专区和“展商投资招商”专区,全面展示新时代我国对外开放辉煌成就。

## 人文交流有哪些创新?

进博会交易的是商品和服务,交流的是文化和理念。今年,进博会的人文交流活动也有诸多创新。

第五届进博会人文交流活动展览面积超过上届,达3.2万平方米。设置有虹桥国际城市会客厅展示区,以及中华老字号、非物质文化遗产、国家级步行街、中国旅游四大展示专区,中央广场将呈现80余场公益演出和展演活动。

别具风格的意大利国家馆,将亮相中央广场中外人文演艺区;在杭罗技艺传承人指导下,亲自上机体验手工织造过程,近距离感受杭罗柔软经纬之中绵延的匠心;欣赏香港岛错落有致的摩天大厦建筑群在维多利亚港上的倒影轮廓;沉浸式感受古老丝路焕发的新生魅力……中西文化将在这里碰撞交流。

“进博会将进一步推动中国与世界市场相通、创新相促、规则相联、文化相通。”进博会的“老朋友”勃林格格翰中国总裁兼首席执行官高齐飞说。

均据新华社

进出口总值31.11万亿元,同比增长9.9%——近日,前三季度外贸数据发布。货物和服务净出口对经济增长贡献率为32.0%,拉动GDP增长1.0个百分点。中国外贸再次展现韧性与活力。

不过,国际形势变幻,外贸发展环境日趋复杂,不少外贸人感到“并不轻松”。商务部国际贸易谈判代表兼副部长王受文不久前表示,“外需的增长放缓,是当前外贸面临的最大不确定性。”

挑战之下,一批外贸企业借跨境电商发展的“东风”开拓国际市场。中国跨境电商也不断向前迈步:2020年增长25.7%,2021年增长18.6%,今年以来同样增速可观。

“车库经济”“懒人经济”“户外经济”,在一些跨境电商平台上,海外买家甚至买出了不少“新趋势”和“新气候”。近日,速卖通总结了今年下半年的“国货出海趋势”,发现中国产的创意宠物用品、智能小家电在海外火了;露营、垂钓等户外运动用品销往了世界各地;热爱动手的外国人,车库里还多了套中国电钻……

跨境电商生意如何发掘更多商机?一些从业者讲述了他们的经历。

## 智能小家电、露营用具、宠物用品…… 这些国货在海外卖火了

### 从忐忑到自信

### 一大批小微主体成为新型贸易的经营者

一把小小螺丝刀卖爆全球,年销200万套。

故事的主角是中国电动小工具品牌HOTO小猴科技。装修房子、改造家具、修整花园……由于人工费用高昂等原因,不少海外消费者喜欢自己动手维护。以电钻、电锯、电剪刀为代表的电动工具品类,一直是出海的热门。而小猴科技团队,则抓住“智能科技家用工具”这一机会,进军海外市场。

2021年初开启速卖通官方旗舰店运营,是小猴科技品牌出海首站。“心里其实非常忐忑,不知道海外用户对产品的接受度如何。”小猴科技创始人刘力丹说。商量之后,他们选择以调研的方式直接听听海外消费者怎么说。数千海外用户参与了他们在速卖通平台上

展开的问卷调查,帮他们找到了发力的三大方向:设计、品质、体验。

当年一次大促活动中,小猴科技的智能测距仪成为销售“黑马”,成交上万单,全年单品成交金额突破60万美元。

这次调研经历,还让小猴科技团队发现,参与调查的买家大部分都是热爱科技和互联网的用户,受教育程度比较高,有一定的购买能力,愿意为优质的、体验好的商品买单。

“我们希望通过不断创新研发与设计,攀上‘微笑曲线’两端,做高附加值产品。”刘力丹说。

用传统眼光来看,国内厂家的生产供给和海外消费者的实际需求,中间“远隔山海”,难免会让生意人少点底气,但跨境电商却能让二者“面对面”沟

通起来。

有电动工具品牌针对韩国女性消费者开发出一公斤内的电钻,重量轻、噪音小、外观设计也更柔美,女性消费者占比增至30%。有的产品因为质量过硬、价格实惠,客户直接找上门来,提出批量定制化需求,让品牌发现更多隐藏商机。还有跨境电商出海品牌甚至直接主打定制时尚产品,以印有头像的棒球、刻有名字的饰品等赢得消费者青睐。

“企业通过打造要素集聚、反应快速的柔性供应链,更好满足了海外消费者个性化、定制化的需求。”商务部副部长盛秋平说,“跨境电商大幅降低国际贸易专业化门槛,使一大批不会做、做不起、不能做的小微主体成为新型贸易的经营者。”

### 从代工到品牌

### 海外市场成为品牌突围的重要突破口

国内几乎没有生产研发胶囊咖啡机的民营企业。靠着一点一点的“笨功夫”,他们不仅实现了技术升级,还打造出了差异化产品,成功销往海外。

凭借优性能、高颜值、小体积等优势,不少中国产小家电产品在跨境电商平台上快速走红,背后则是一批中国小家电企业集体推动自主品牌出海探路。

不少行业观察者认为,长期以来,中国小家电企业做代工的比较多,自主品牌相对较少,竞争力也相对较弱。但最近几年,伴随消费环境和理念的变化,企业更加重视自主研发,国内小家电市场迎来较快发展,海外市场成为品牌突围的重要突破口。

数据显示,过去3年亚马逊上中国珠三角、长三角、海西经济区等区域的

品牌型卖家均实现了2-3倍的增长;而在华北、中西部地区,品牌型卖家的数量增长了5倍。

亚马逊中国副总裁彭嘉妃说:“不少中国优势产业集群的卖家,在研发设计、产品创新、品牌打造、全球拓展等方面展现出极大的潜力和活力。”

“跨境电商能够直接面对终端消费者,这有助于中国的中小微企业建立培育自己的品牌,提高产品质量,形成国际竞争新优势。”王受文表示。

拿中国第一个跨境电商综试区所在地浙江杭州来说,7年来培育电商卖家4.9万家,海外注册商标超过2000个,领军企业价值超过1亿美元以上的有23家,跨境电商进出口额超过1000亿元。

### 从优质产品到稳定服务

### 更多中国“尖货”出海有望加速

洪祥说。

物流时效曾是跨境电商的一大痛点,而随着跨境电商海外仓的快速发展,越来越多海外消费者能够体验到来自中国品牌的稳定服务,也更愿意为中国产品买单。

不少跨境电商企业已切身体会了这种转变。过去,企业产品抵达海外用户平均时效为15-20天,入驻海外仓后,提升到了5天以内。某跨境电商企业负责人说,“不可思议,这么快就到了。甚至留言说2天、3天到货的客户也有,商品评论区马上变了样。”

以户外用品来说,疫情背景下,各国消费者露营热情持续走高。速卖通上,户外露营用品连续3年增速超50%。

海关总署综合业务司司长金海介

绍,今年1-8月,跨境电商B2B直接出口和跨境电商出口海外仓贸易增长迅速,下半年以来两类贸易方式增幅超过60%。

未来,海外消费者还可以期待更加优质的中国跨境电商服务。近日印发的《支持外贸稳定发展若干政策措施》明确提出,出台进一步支持跨境电商海外仓发展的政策措施;加快出台便利跨境电商出口退换货的税收政策。

对于做跨境电商这件事儿,企业、地方有积极性,国家层面也高度重视。为充分发挥跨境电商的潜力,中国先后六批批准设立了132个跨境电商综试区,已覆盖全国30个省区市。据了解,近期,中国还将再新增一批跨境电商综合试验区,更多中国“尖货”出海有望加速。

浦银理财

悦盈利定开6个月

中短期口碑之选

系列产品共兑付 108期 平均兑付收益率 4.00%

家族系列新品

悦盈利定开9个月

7月11日起重磅开放申购

三周年悦写精彩  
坚守品质积淀信任

悦盈利定开12/14个月

长期限稳健优选

12个月系列产品共兑付 48期 平均兑付收益率 4.08%

统计周期为2019年6月至2022年6月,数据来源浦银理财,截至2022.06.30

理财产品过往业绩不代表其未来表现,不等于理财产品实际收益。本材料中所展示的产品到期兑付收益率以零售分层为例。  
风险提示:本材料由浦银理财有限责任公司(以下简称“浦银理财”)制作并提供。本产品的投资管理机构为浦银理财,代理销售机构以产品说明书或产品公告披露为准,代理销售机构不承担产品的投资、兑付和风险管理责任。理财产品评级应当以代理销售机构最终披露的评级结果为准。  
理财非存款,产品有风险,投资须谨慎。



扫一扫关注浦银理财