



8次亲临,周总理的关心山高水长

□ 本报记者 刘明

有这样一种重大抉择,只有跨过历史的长河、经过时光的验证,我们才能于回望间感受到它的前瞻性与重要性;有这样一个国家盛会,被委以重任、以“天生我才”之姿诞生,自此掀开了中国外贸蓬勃发展的壮丽诗篇——

1957年4月25日,第一届广交会在广州成功举办。历史不会忘记,广交会从孕育到诞生,从成长到壮大,离不开党和国家领导人倾注的心血与关怀。无论是同意批准设立广交会,还是为其拟定朗朗上口的名称,抑或是于大处着眼明确其宏观定位,于微处入手提供其发展所需,于风雨飘摇中力挽狂澜,使其创下几十年不曾中断的奇迹……曾8次亲临广交会指导工作的周恩来总理,对广交会的关心可谓山高水长,给广交会留下的宝贵财富至今仍在熠熠发光。

“名”为其所拟

新中国成立初期,部分西方国家对中国实行经济封锁和货物禁运,百废待兴的中国急需架起一座与世界沟通的桥梁。

为创取外汇,满足国家大规模经济建设急需进口多种物资的需要,1956年6月,外贸部驻广州特派员向外贸部和广东省人民委员会建议在广州举办全国性出口商品展览交流会。在与广东省人民委员会充分商议后,8月15日,外贸部部长叶季壮向李先念副总理提出在广州举办全国性出口商品展览会的请示。

这个请示受到了国务院的高度重视。经周恩来总理同意,国务院批准外贸部和广东省人民委员会共同以中国国际贸易促进委员会的名

义在广州举办中国出口商品展览会。

1957年4月25日,酝酿已久的第一届广交会在广州拉开帷幕。这一天,周总理南下广州亲赴广交会现场视察。他一个展馆接着一个展馆地仔细查看展出的商品,边走边亲切地对大家说,广交会不单要发展同外国的贸易,还要展览我国工农业新产品,宣传社会主义优越性,发展和增进我国同世界各国的友好关系。

彼时,这场盛会的官方名称是“中国出口商品交易会”。周总理在接见外贸部有关负责人时表示,这一名称太长,外国友人很难记住,既然在广州举办,干脆简称为“广交会”。于是,广交会这一称呼便在业内流行开来。伴随着交易会的影响越来越大,广交会的称呼也愈加深入人心,其缩短的不只是名字,更是中国与世界的距离。

“情”为其所系

周总理对广交会的关怀不止于此。据统计,新中国成立后,周总理赴粤20余次,亲临广交会就有8次,其间对广交会作过的指示批示不胜枚举,大至外交、外贸、外经“三位一体”的宏观定位,小至出口商品调价甚至协调宾馆床位,可谓事无巨细、亲力亲为。在广交会创办初期的艰苦岁月里,正是因为周总理几度亲临、力挽狂澜,才成就了广交会65年从未间断的传奇。

周总理对广交会的关怀与厚望不仅体现在广交会自身的发展壮大上,也体现在期望各省市能够借助广交会促进当地经济发展上。

1970年4月23日-27日,周总理抵穗出席印度支那三国四方首脑会议。会议结束,告别与会领导人后已是凌晨,百忙之中周总理仍坚持视察了广交会。在近4个小时的时间里,周总理一边看展览,一边不断向讲解员和随行人员提问。

在茶叶土产馆,交易团负责人说:“目前产的红茶较多,销路不好;绿茶少,但供不应求。”周总理问,能否把红茶改成绿茶,交易团负责人答不出来。周总理说:“做外贸工作的应该了解生产情况。”

周总理问大会主任、广东省省长陈郁:“你们广东是生产茶叶的,这里亩产多少斤?”陈郁说:“不知道。”周总理笑了,说:“你这个交易会

的会长,可不要光顾外汇,不管生产啦!”周总理指示:“使用、生产和科研要结合。你们不要光顾出口,还要顾国内,外贸要推动国内生产,要提高生产、扩大生产。”

“信”为其所牵

经商之道,在于诚信。作为新中国的一张“名片”,广交会的信誉备受周总理珍视。

1958年年底,外贸工作受到“大跃进”浮夸风的影响,再加上当时中国出口商品以农副产品为主,由于天气、加工技术和运输能力等原因,有的合同不能按时、按质交货。周总理反复告诫各级干部一定要“重合同,守信用”——“凡是对外已签合同,宁可自己不吃或者少吃,不用或者少用,也要履行合同”“订了合同不守信用的恶果将使中华人民共和国的名誉受到损失”“要订一条原则:要么不签合同,签了合同必须守信用”……

谨记周总理的谆谆告诫,1959年4月15日第五届广交会开幕,各交易团在出口成交中,签订的成交合同占98.28%,协议仅占1.72%。不仅如此,合同中的货源大部分为库存现货和已衔接好的近期货,从而保证了合同履行的可靠性。除此之外,当届广交会举行期间还对上一届的合同进行了全面清理,通过双方同意,采取撤销、更换、赔款等方式,共处理了1803件未履

行完毕的合同,涉及金额1961万美元,占应处理件数的83.3%。而尚未履行完毕的合同,多数是因为采购商当届没有到会。广交会这一做法受到了采购商的广泛好评。

遵照周总理的指示,1959年6月外贸部正式发文,决定建立广交会经常性的合同审核制度,授权中国出口商品陈列馆负责对广交会上所有签订的合同进行全面检查,每月填报一次合同执行情况,直至合同全部执行完毕。

1960年,中国遭受了严重的自然灾害,在这样的艰难时刻,广交会依然遵照周总理“重质先于重量”“提高品质规格,挽回信誉”的相关指示,坚持对出口商品(样品)的品质规格作了详细检查。1960年4月第七届广交会首次设立了品质规格研究小组,对某些重点出口商品的品质规格包装条款进行研究,并提出解决办法。这一届广交会还专门举办了小型出口商品质量展览会,列举中国出口商品在种类、规格、包装及工作方面存在的突出事例,以实物及具体例子教育干部,对有问题或品质不稳定的商品,要及时和有关供货或生产部门联系解决,并注意选择合适的运输、坚固美观的包装,以保证按照合同规定交货。

山河为证,岁月为名。广交会能够取得今天的辉煌成就与周总理的关怀是分不开的,他给广交会留下的极其宝贵的财富,广交人会永远铭记在心。

玩转数字化,“老外贸”不落伍

□ 本报记者 白舒婕

“加快推动外贸创新发展,年底前增设一批跨境电商综合试验区。加快发展海外仓等新业态,推动建设海外智慧物流平台。加强贸易数字化国际合作,打造一批全球贸易数字化领航区。”珠江之畔,琶洲馆内,李克强总理在第130届广交会暨珠江国际贸易论坛开幕式上发表的主旨演讲,为贸易数字化进程按下“加速键”。

本届广交会为跨境电商等新业态企业开放和数字贸易发展提供了新契机。各交易团、商协会积极助力企业探索外贸发展新业态新模式,提升数字营销能力。

稳定精准的政策指路护航,敏锐的数字运营思维,较早的互联网渠道布局,让“老广交”们在数字化浪潮来临时从容不迫,各显身手,让世界共享中国数字化盛宴。

为应对新冠肺炎疫情带来的挑战,轻

工商会带领鞋类外贸企业在守牢基本盘的同时,积极谋求创新发展。

在当前形势下,低价竞争的订单利润愈发微薄,定制化、个性化的产品则前景可期。在意识到这一发展趋势后,福州朗浩实业有限公司与福建未来工匠科技有限公司开展合作。依托后者开发的数字贸易服务系统,朗浩实业根据自身特点提出从产品设计到生产、销售实现全流程数字化的需求目标,并通过实践不断调整完善。

目前,朗浩实业已实现应用3D和互联网技术构建设计、生产链条,完成灵感—设计草图—开模—打板—接单的全流程数字化,使用3D建模技术将平面设计转化为仿真的数字虚拟样品,客户可以根据需求修改,让沟通更加便捷和精准。同时,公司采取多元化合作方式,打造国际化团队,助力原创设计师进行品牌孵化,形成了快速响应个性化需求的供应链体系。

宁波市委、市政府高度重视跨境电商等外贸新业态发展,出台了一系列政策,鼓励外贸企业利用数字化技术手段,转变业务模式、组织架构、运营流程和管理体系,加快推进供应链数字化转型,提升自身竞争力,加快培育一批“大而强”的供应链平台企业。

本届广交会,宁波交易团参展企业的数字化成果得到采购商的高度认可。作为在全球拥有10万多家终端零售商的大型文具集团,贝发集团股份有限公司抓住数字化浪潮带来的新机遇,利用数字化赋能文创产品研发,同时搭建数字化供应链全网营销平台,重点建设面向国内企业用户的“库商城”和面向个人消费者的“文器库”两大互联网云消费平台,通过构建人、货、场互动的数字化营销平台,打通线上线下渠道,联通国内外市场,为文创产业供应链各端提供个性化解决方案,满足广大消费者对美好生活 and 智慧化生活方式的追求。

广州轻工集团也尝到了数字化的“甜头”。该公司相关负责人介绍,除布局传统渠道外,公司也发力社区电

商、短视频平台带货、线上分销等数字化营销渠道。在新国货崛起的背景下,老“广货”也与时俱进,通过新业态新模式发展,集团今年1-8月电商B2C业务销售额同比增长38.7%。

作为跨境电商发展的重要环节和服务支撑,海外仓在保障外贸产业链供应链中的“蓄水池”作用进一步显现。

浙江省商务厅在商务部指导下建设海外物流智慧平台,促进对外贸易高质量发展。本届广交会举行期间,海外物流智慧平台在珠江国际贸易论坛分论坛上面向全国发布,为全国贸易数字化应用场景打造“浙江样板”。

“广交”红利 世界共享

(上接1版)

佟家栋表示,习近平主席在贺信中对广交会未来发展提出了新的方向和定位,将广交会的发展方向更好融入中国乃至全球发展的战略格局中,这是广交会当前和未来一个阶段的重要时代使命,也是广交会面临的重大历史契机。

余森杰亦表示,广交会有着独特优势,65年来,一直在为全球提供商品和商机,推动人文交流,促进构建开放型世界经济以及人类命运共同体。未来,广交会应持续服务于中国贸易规模和质量的提升,为中国从贸易大国走向贸易强国作出更大贡献。同时,发挥新优势,面向“一带一路”倡议和粤港澳大湾区建设战略加速国内国际双循环,推动构建新发展格局,广交会应加速促进进口和出口融合、货物贸易和服务贸易融合,尤其在服务贸易发展上要注重扩容总量、调结构、树特色。

国际消费中心城市架起“四梁八柱”

(上接1版)

天津市副市长王旭表示,天津将以海河为轴,加快推进金街、老城厢、小白楼等不同特色九大商圈的升级改造。将唱好“津城”“滨城”“双城记”,推动亲海消费,发展邮轮经济,打造滨海新区亲海消费主题商圈。将服务好京津冀协同发展,面向北京、河北消费者,拓展佛罗伦萨小镇商圈功能。

重庆市副市长蔡允革表示,重庆将积极顺应国际化、品质化、特色化消费升级需求,坚持商旅文体融合发展,着力“346”同向发力,力求在消费载体、消费场景、消费品牌塑造上创新突破,统筹推进。包括升级打造三级消费平台体系、融合拓展四类新型消费场景、培育塑造六大特色服务品牌。

加强横向协作与纵向联动

“培育国际消费中心城市是纳入‘十四五’规划的一项中长期任务,需要从整体、宏观、长远的角度谋划设计好、推进落实好。”王炳南表示,下一步,商务部将会同相关部门,与各培育城市一道,加强横向协作、纵向联动,协调推进培育建设各项任务,做好跟踪评估,及时推广培育建设中的好经验好做法。

具体着力开展三方面工作:一是加强指导督促。发挥好国际消费中心城市培育建设工作部际联席会议机制作用,会同机制成员单位,指导培育城市按照指导意见和总体方案要求,以指标体系为指引,扎实推进实施方案落地;适时组织对地方落实情况开展跟踪督促,参照指标体系,对培育进展成效进行科学评估。

二是加强政策支撑。会同机制成员单位,适时组织开展多种形式的调研,了解地方诉求,召开工作机制会议,协调解决问题,研究支持政策;指导培育城市针对消费发展短板不足,结合实际制定配套政策和措施,做好成效统计监测等工作,营造良好政策环境。

三是加强宣传推广。指导培育城市充分宣传培育建设国际消费中心城市的重要意义和重点举措,做好培育建设工作经验总结推广,为各方搭建交流合作的平台。在做好疫情防控的前提下,加强面向国内外、多渠道、多层次的宣传推广,提升城市国际知名度和美誉度,营造良好社会氛围。



“铁人”:与广交会共成长

□ 本报记者 吴力

“铁人”,全称南通铁人经贸有限公司,其自成立起就搭上了广交会的快车,25年间实现了员工增长500倍、出口额增长1万倍、市场覆盖五大洲等巨大变化。

谈起企业成长的故事,该公司副总经理、外贸负责人黄璜表示离不开广交会。都说“铁打的营盘流水的兵”,在广交会的大营盘里,有参展商来来去去,也有众多像“铁人”这样铁打的参展商,见证着广交会的变迁和中国外贸的壮大。

结下不解之缘

“公司1996年成立,主要生产家用健身小件、器械,成立之初就对广交会十分向往。”黄璜将思绪拉回到了那个开放潮涌的年代,“当时已经知道广交会是‘中国第一展’,我们将能够参展看作是递给世界的第一张‘名片’。”

“铁人”是幸运的。黄璜说,伴随中国外贸管理体制改革和广交会发展的步伐,“铁人”不仅在公司成立不久就获

得了参展广交会的机会,而且从报名到展品运输,再到住宿等,都由企业所在地江苏省南通市的原外经委统一组织,让公司既免去了初次参展的“磨合”成本,还获得了向其他参展企业借鉴经验的机会。

“当时参展布展虽然很辛苦,但大家都满怀期待。”黄璜表示,首次参展也不负众望。广交会上采购商蜂拥而至,黄璜和同事们应接不暇。

功夫不负有心人。黄璜介绍,公司第一次参展成效显著,当年外贸销量实现翻番。从这之后,“铁人”和广交会结下不解之缘,对全球市场的开拓也驶入快车道。

黄璜说,此后每届广交会开幕前3个月,“铁人”都精心准备样品、进行装修设计等,“每届参展都比上一届做得更好”已经成为员工非常清晰的目标。去年,虽然新冠肺炎疫情阻碍了企业线下参展,但“铁人”在线上继续跟随广交会一起成长:专门斥资打造了演播厅,并请精通外语的模特做产品展演。“广交会一直是我们认识新客户和与老客户保持沟通的最好途径。”

伴随广交会的成长,“铁人”也在快速壮大。黄璜感慨道:“我们从首次参展时与其他企业合用一个展位,发展到现在拥有16个标准展位,到展位参观的采购商数量也随着展位面积的增大而不断增多。”

在广交会加速蝶变

员工从最初的两三名到现在的1000多人,企业年出口额从刚开始时的1万美元到现在的1亿美元,市场从国内走向五大洲……连续25年登上广交会舞台,吸收全球养分的“铁人”快速成长。

“经过这么多届参展广交会,我们的产品种类越来越丰富,产品品质越做越好。”黄璜表示,通过广交会,企业和世界市场的脉搏连在了一起,也带动了自身提质升级。

黄璜说,企业从最初以生产哑铃、铃片、举重杆等附加值低的健身小件、器械为主,到推出瑜伽垫、健身球、健身车、跑步机等品种繁多的健美小件,再到现在以商用健身器材为主,推出大量健身房高档健身器材,“铁人”自

主研发的产品大大增多,附加值和技术含量更高。

广交会带给企业的不仅是转型升级的动力,更有升级后的实力与自信。“早期到国外看到什么都觉得新鲜,但近几年就发现国外的产品有点落后。”黄璜以跑步机举例说,国内已强调智能化、数字化、社交化等新趋势,而国外跑步机还保持着以前比较枯燥的设计。

黄璜表示,这些年一路走来,广交会本身也发生了翻天覆地的变化,从流花路的展馆到琶洲新馆,广交会作为国际一流展会的气质更加彰显。而且,参展报名、证件办理、场馆变更、展品组织、展位布置等服务也日臻成熟,现在参展相当便捷、高效、智能。

谈及未来,黄璜乐呵呵地表示,“铁人”要跟随广交会的脚步继续做大做强,走向国际国内更大的市场。