

# 从“中国第一展”看“十五五”开局之年外贸新气象

新华社记者  
丁乐 黄韬铭 王聿昊

4月15日至5月5日第139届中国进出口商品交易会(广交会)举行。来自220个国家和地区的31.4万名境外采购商到会,较第138届增长1.1%,境外采购商、头部采购商数量等多项指标均超往届,折射出我国外贸在“十五五”开局之年起势有力、开局良好。

习近平总书记2021年在致第130届广交会的贺信中指出,广交会要服务构建新发展格局,创新机制,丰富业态,拓展功能,努力打造成为中国全方位对外开放、促进国际贸易高质量发展、联通国内国际双循环的重要平台。

近年来,从“单一市场”到“多元布局”,从“规模扩张”到“质量提升”,从“产品出口”到“服务输出”,有“中国第一展”之称的广交会,不断展现我国外贸市场多元丰富、产品提质升级、业态加速创新的新气象。

## 市场更稳 “朋友圈”越来越大

广交会展馆印尼长友集团采购服务区内,前来对接的参展商络绎不绝,上百名驻场采购人员“忙到起飞”。“几十年来我们公司始终将中国作为主要商品采购基地。”长友集团采购总监朱志伟说,该集团在中国采购的商品种类已超过20万种。

第139届广交会展览总面积155万平方米,展位总数7.57万个,参展企业超3.2万家,均超往届水平。407家头部采购企业、154家境外工商机构参会。现场意向成交257亿美元,许多采购商已预约后续看展。

从欧美等传统市场到中东、南美、东南亚等新兴市场,广交会的“朋友圈”越来越大,凸显中国外贸市场多元化态势。

中国机电产品进出口商会有关负责人表示,从商会对参展企业问卷调研、现场走

访情况来看,共建“一带一路”国家、东盟、中亚、拉美、非洲采购商占比较高,与企业市场多元化战略高度契合。

首次参加广交会的哥伦比亚建筑商会理事何塞·鲁本·卡瓦诺·奥尔蒂斯看中多款新材料产品。他说,哥伦比亚对家居建材产品有严格的环保标准,中国产品在绿色低碳、智能升级上的迭代步伐与当地需求高度契合,将为合作开辟更多空间。

土耳其—中国商业发展与支持协会会长伊赫桑说,土耳其正在加快推进城市更新和抗震标准升级,对环保建材、节能系统和智能技术需求增长显著。他认为,依托中国先进制造能力与技术优势,结合土耳其项目开发经验和区域枢纽地位,双方有望共建绿色建材与智慧城市产业生态体系,开拓更大市场。

“欧洲的海滩水上乐园即将迎来旺季,而在非洲大陆,充气城堡市场需求正在萌芽。”广州丽丽玩具有限公司销售总经理石雷向记者描绘企业全球市场拼图。南非采购商尤斯曼初来乍到便被充气城堡吸引,询问产品细节和物流方案后当场约定第二天去参观工厂。

一场场洽谈交易、一笔笔采购订单,展现了中国外贸的扎实根基和稳健底色。今年一季度,我国对共建“一带一路”国家进出口6.06万亿元,同比增长14.2%,占进出口总值的51.2%,对东盟、拉美进出口均增长15.4%,对非洲进出口增长23.7%。

专家认为,在全球贸易保护主义抬头、产业链供应链深度重构的背景下,来自全球采购商的“信任票”是中国外贸韧性的硬核证明。

“广交会上,来自各个国家和地区的采购商用不同的语言交流一件共同的事情,那就是如何与中国建立更好的联系。”商务部国际贸易经济合作研究院研究员周密说,越来越多的国际经贸人士认识到,与中国加强联系对减少不确定性非常关键。

## 动能更强 产品竞“智”逐“新”

本届广交会上,除了帮助残疾人站立行走的外骨骼机器人,让全球采购商“看花眼”的还有智能配送机器人、新型无人机、国产高端显示屏等各种科技产品。

第139届广交会拥有专精特新、单项冠军等称号的优质企业超1.1万家,总数超往届水平;超465万件展品中新产品、绿色产品和自主知识产权产品占比分别达23%、22%、25%。首次增设的智能穿戴、显示技术、消费级无人机、集成房屋及庭院设施等9个专区更是成为全场焦点。

“高端智能、绿色低碳已经成为中国外贸的新标签。”商务部对外贸易司司长王志华说。

“随着消费升级与AI(人工智能)技术的普及,显示产品向便携化、穿戴化、场景化、智能化方向加速演进。”深圳市康冠科技股份有限公司市场总监高鑫说,符合市场趋势的智慧移动平板成为“爆款”,土耳其采购商萨梅特现场体验后当即敲定采购3000台的意向订单。

在福建省四信数字科技集团有限公司展位前,5G全连接工厂、智能视觉监测系统、AI解决方案吸引了不少客户驻足。公司相关负责人魏芬海介绍,自研的工业5G路由器支持AI质检、AI安检等数字化功能,“海外客户的使用习惯、接口标准差异,倒逼产品持续迭代”。

不少传统企业也正通过绿色转型与数字化改造,重塑外贸竞争新优势。

“在可持续发展趋势下,绿色创新已从‘加分项’转为‘入场券’。”江苏苏美达轻纺国际贸易有限公司负责人说,他们此次带来的生物基尼龙与有光格纹生物基面料,突破传统石油基材料局限,实现源头可再生替代,已批量应用于头部户外品牌的冲锋衣、防晒服等。

“借助广交会这个平台,中国企业最新的产品正在和国际市场进行更好的适配。”中山大学自贸区综合研究院院长符正平说,中国外贸发展正从以前的拼规模向拼技术、拼品牌、拼高附加值转变,越来越多外贸企业正用“硬核创新”进一步夯实高质量发展的根基。

## 业态更新 从“卖产品”到“卖服务”

江苏汇博机器人技术股份有限公司的展位上,不仅有机器人产品亮相,还有相关培训基地的宣传资料。公司海外市场负责人洪霞介绍,企业承担的工业项目落地时会开设“数智工坊”,培训当地工

人,中方工程师已给吉尔吉斯斯坦、哈萨克斯坦、泰国、马来西亚等国家带去产教融合服务。

面对全球采购商从“寻找价格低廉的产品”转向“寻找可靠的解决方案”,许多中国企业的出海“玩法”变了——越来越多的企业正凭借硬核研发与全周期服务,上演一场从“卖产品”到“产品+服务”出海的蜕变。

“越来越多的参展企业由以往单纯提供产品向提供‘产品+服务’转变。”王志华介绍,“本届广交会已有超7%的参展企业向合作伙伴提供‘硬件+软件+服务’的一揽子解决方案,近30%的参展企业正在向这方面转型。”

为缓解能源供应紧张、推动绿色转型,越来越多企业开始提供更稳定和高效的能源解决方案。深圳华兴新能源科技有限公司打出“EPC总包+本地化团队+电力交易解决方案”组合拳,吸引了众多共建“一带一路”国家的客户。企业研发总监孙怀兵说,从2019年小批量电芯出口到2022年延伸至系统集成出口,公司提供从基建到并网的全流程“交钥匙”服务,“我们不做‘发货即走’的买卖”。

以空气能热泵等采暖和热水器产品及烤箱等厨电产品为主,广东万和新电气股份有限公司在本届广交会上收获近千万美元意向订单。欧洲、南美洲市场表现亮眼。万和海外市场支持经理陈舒宏介绍,2024年万和泰国生产基地正式投产,今年第二家泰国工厂将奠基,目前带动当地近千人就业,“以‘全资子公司+产业链抱团出海’的模式,我们输出制造能力和供应链生态,既保障核心技术的可控,又深度融入当地制造体系”。

今年是“十五五”开局之年,海关总署数据显示,一季度我国货物贸易进出口总值11.84万亿元,同比增长15%,季度规模首上11万亿元台阶,季度增速创近5年最高。

中国对外贸易中心主任朱咏说,作为全方位对外开放平台,广交会将不断优化产品服务供给,持续打造贸易和服务新生态,推动外贸高质量发展。

从产品出海到服务出海,从规模扩张到质量提升,“中国第一展”正携手全球客商书写开放包容、繁荣发展的新篇章。

(新华社广州5月6日电)



这是“五一”假期的南京长江大桥。来自交通运输部的数据显示,“五一”假期全社会跨区域人员流动总量为151712.8万人次,日均为30342.56万人次,同比增长3.49%。

新华社发

新华社北京5月6日电(记者吴雨)消费市场活力十足,尽显中国经济强劲韧性。中国人民银行5月6日发布的数据显示,今年“五一”假期支付交易持续增长,5月1日至5日,银联、网联共处理支付交易289.37亿笔,金额7.85万亿元,较去年“五一”假期分别增长23.45%和2.74%。

这超两成的交易笔数增长,覆盖“吃住行游购娱”的生活全场景,体现了百姓消费意愿不断增强,为经济发展注入强劲动能。

“五一”假期,海南离岛免税购物金额5.54亿元,较去年同期增长10.4%;假期前三天微信支付景区交易笔数环比大涨277%,演出赛事交易笔数环比增长153%;银联推出“苏超”赛事专属促消费活动,“五一”期间处理当地人均消费金额较去年同期提升44%……人潮涌动、消费活跃,一笔笔支付交易描绘出火热的假日消费图景。

假日经济活力十足的背后,是多部门打出政策“组合拳”:商务部等主办的2026“购在中国”国际消费季,计划在“五一”、端午假期等节点举办超百场重点活动;国家发展改革委同财政部,已向地方下达今年第二批625亿元超长期特别国债资金,支持消费品以旧换新……一系列政策举措持续优化消费生态、完善支付配套,为消费提供源源不断的动力。

与此同时,越来越多外国游客跨越山海而来,感受中国之美。中国人民银行的数据显示,“五一”假期,银联、网联共处理境外来华人员支付交易笔数、金额较去年同期分别增长45.15%和36.96%。

这也从一些支付机构的数据中得到印证:5月1日至3日,入境游客使用支付宝在华的消费金额比去年同期增长近70%,境外人士使用微信支付“外卡内绑”交易笔数同比上涨58%。

“丝滑”支付背后,离不开持续优化的支付环境。中国人民银行不断推动境外银行卡绑定支付宝、微信支付在国内商户消费,同时支持越来越多境外电子钱包在国内使用,“外卡内绑”和“外包内用”的支付体验越来越好。

支付数据的攀升,不仅是消费活力的直观体现,更是中国超大规模市场优势与消费增长潜力的集中释放,为“十五五”开局之年的经济发展注入坚实动力。

## 业态创新“潮”味足

从丹霞峡谷到雄关夜色再到田园花海,我省打破传统观光旅游单一模式,深耕“文旅+电竞”“文旅+音乐”“文旅+非遗”融合新业态,精准契合年轻群体消费喜好,让假日旅游新意十足、活力满满。

张掖全域旅游活动轮番上演,氛围感拉满。丝绸之路画展、琴笛音乐会浸润人文气质,秦腔、河西宝卷、裕固族服饰刺绣、锅庄舞等非遗民俗常态化展演,让乡土文化活力迸发。平山湖大峡谷依托山野实景打造“T台秀”,自然野性与时尚潮流碰撞交融。张掖大剧院顺势开启“电竞+文旅”赛事,千余名选手同台竞技,配套非遗市集、书画展览、特色美食展销,精准对接年轻人休闲娱乐需求。

嘉峪关市提前谋划文旅保障,节前开展服务礼仪、急救救护等专项培训,300余名从业人员参训提质;规范行业发展,督促辖区A级景区升级基础设施,优化服务流程,整治导游乱象,强制消费等突出问题,38家旅行社签订诚信经营承诺书;严守安全底线,多部门联合检查文旅经营单位,排查整改各类安全隐患,健全应急处置与处置机制,全方位守护游客生命财产安全,让游客游得安心、玩得放心。

天水市在节前举办重点A级景区讲解员专项培训,采用“理论授课+实地观摩+案例竞赛”模式,围绕景区安全管理、讲解技巧、礼仪规范、文化内涵挖掘等内容系统授课,并在伏羲山景区开展现场教学,着力提升讲解服务专业水准。

假日期间,全省各级文化市场执法机构累计出动5551人次,检查经营单位2684家次,发现并整改安全隐患232个。

从黄河之滨到丝路古道,从文博场馆到大漠雄关,这个“五一”假期,我省以丰富的产品供给、创新的融合业态、周全的服务保障,持续点燃文旅消费热情,让“如意甘肃”成为更多人向往的诗和远方。

# 今年「五一」假期支付交易持续增长 消费市场活力十足尽显经济强劲韧性

## 工业和信息化部批复一企业开展卫星物联网业务商用试验

据新华社北京5月6日电(记者周圆)记者6日获悉,根据相关要求,工业和信息化部日前批复北京国电高科科技有限公司开展卫星物联网业务商用试验,试验期为两年。

试验期间,国电高科可依法试点经营卫星物联网业务,依托“天启星座”为用户提供广覆盖、低功耗、高可靠的物联网连接服务,在海洋渔业、能源水利、交通物流等领域实现全天候、智能化的数据采集与远程控制。

工业和信息化部信息通信管理局有关负责人介绍,随着我国卫星通信产业化进程不断加速,卫星物联网将成为我国宽带卫星互联网的重要补充。组织开展卫星物联网业务商用试验有利于推动卫星物联网形成规模效应,构建规范有序、协同发展、优势互补、合作共赢的发展格局;有助于激发民营经济活力,建设现代化产业体系。

据悉,工业和信息化部下一步将统筹发展和安全,进一步优化卫星通信市场准入,强化全链条监管与安全保障,促进我国卫星通信产业高质量发展。

5月6日,村民在贵州省安顺市平坝区羊昌布依族苗族乡云头村田间劳作。初夏时节,各地农民抢抓农时开展农事活动,田间地头一派繁忙景象。

新华社发



## 深耕场景惠民生 金融赋能促消费

### ——中国光大银行兰州分行信用卡支付促消费活动成效显著

蔡宏武

为充分发挥信用卡在拉动居民消费、畅通经济循环中的支点作用,近期,中国光大银行兰州分行全面启动“金融支付促消费行动”,以信用卡为纽带,精准聚焦居民日常消费需求,接连推出系列专属优惠活动。活动整体推进张弛有度,资源投放精准高效,市场反响热烈,为区域消费回暖注入了强劲的金融动能。

## 统筹渠道资源 织密多元支付网络

依托“阳光惠生活”APP与云闪付两大平台,中国光大银行兰州分行构建起双线并

行的支付服务生态。阳光惠生活APP深耕存量及增量客群,常态化供给百货、餐饮、加油等高频消费满减权益,融入多个日常生活场景;云闪付渠道侧重分期满减,借力公域流量,精准引流新客,实现多平台协同互补。双渠道同频共振,既增强了存量客户黏性与活跃度,又拓展了外部流量空间,形成资源高效配置、客群双向增长的良好局面。

## 聚焦消费场景 精准滴灌民生需求

围绕市民“约饭、约购、约玩、约车、分期”五大核心消费板块,中国光大银行兰州分行匠心推出分层阶梯式优惠,精准覆盖民生需求,让金融实惠触手可及。

餐饮场景重磅推出满100元立减50

元优惠,合作商户涵盖本地风味、老字号及全国连锁品牌。零售场景聚焦百货、商超、便利店等业态,贴心上线满200元立减50元、满100元立减30元、满10元立减5元等多档阶梯优惠。文娱场景暖心配套15元购30元观影券等专属福利。出行场景聚焦车主刚需,在兰州中石油、中石化指定站点推出加油满200元立减50元专属礼遇。大宗分期场景则推出满3000元立减100元叠加分期利率优惠,覆盖家电换新、数码潮品、家装家居等品质消费领域,有效纾解大件消费压力。

## 依托立体宣传 着力扩大覆盖范围

为确保各项惠民消费政策广为人

知、落地见效,中国光大银行兰州分行搭建“线上+线下”的一体化、多维度宣传推广体系。

在线上,微信公众号开设“支付惠民,乐购陇原”专题窗口,一站式呈现活动规则与参与攻略,借力微信朋友圈、客户社群实现圈层精准渗透。在线下,依托营业网点厅堂柜员展开宣传,联动合作商户门店海报与店员引导,有效提升活动知晓率与参与热度。

活动开展以来,不仅切实降低了居民消费负担,更带动合作商户客流与营业额双双攀升,成功实现客户得实惠、商户增效益、银行强品牌的三方共赢,有力响应了地方政府扩内需、促消费号召。

今后,中国光大银行兰州分行将持续优化资源投放,深度拓展家装、文旅、汽车等新兴消费场景,推动惠民促消费活动常态常新,以更有温度、更贴需求、更广覆盖的金融服务,为区域消费市场持续升温与经济社会高质量发展贡献积极力量。