

支持中企赴外参展办展 放大外贸风向标功能

——2023年中国外贸与外展形势评述

在国务院新闻办1月12日举办的新闻发布会上,海关总署相关负责人介绍了2023年中国外贸发展情况。据海关统计,2023年,我国货物贸易进出口总额41.76万亿元,同比增长0.2%。其中,出口23.77万亿元,增长0.6%;进口17.99万亿元,下降0.3%。在全球贸易发展形势低迷的背景下,我国外贸发展好于预期,实现了促稳提质目标。

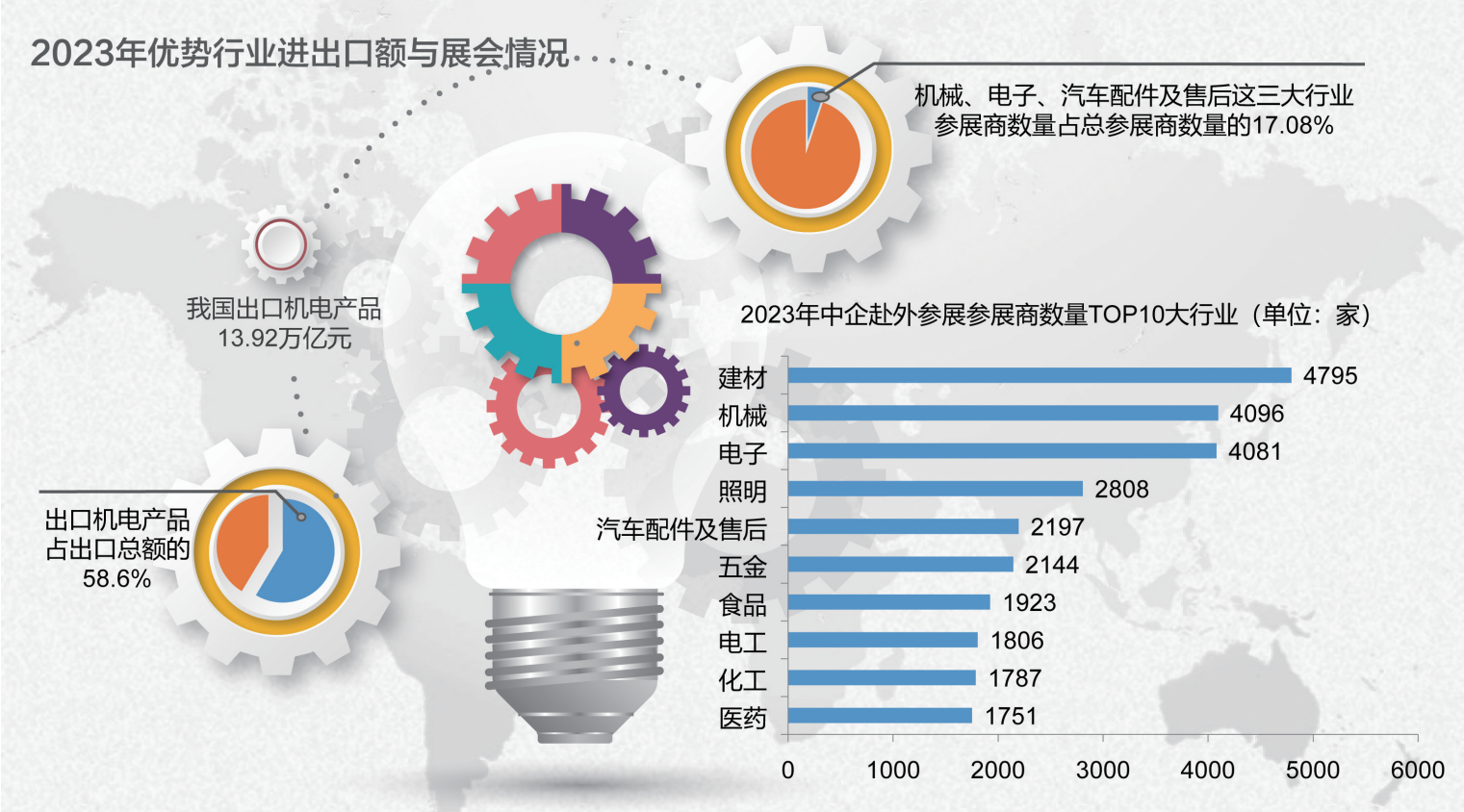
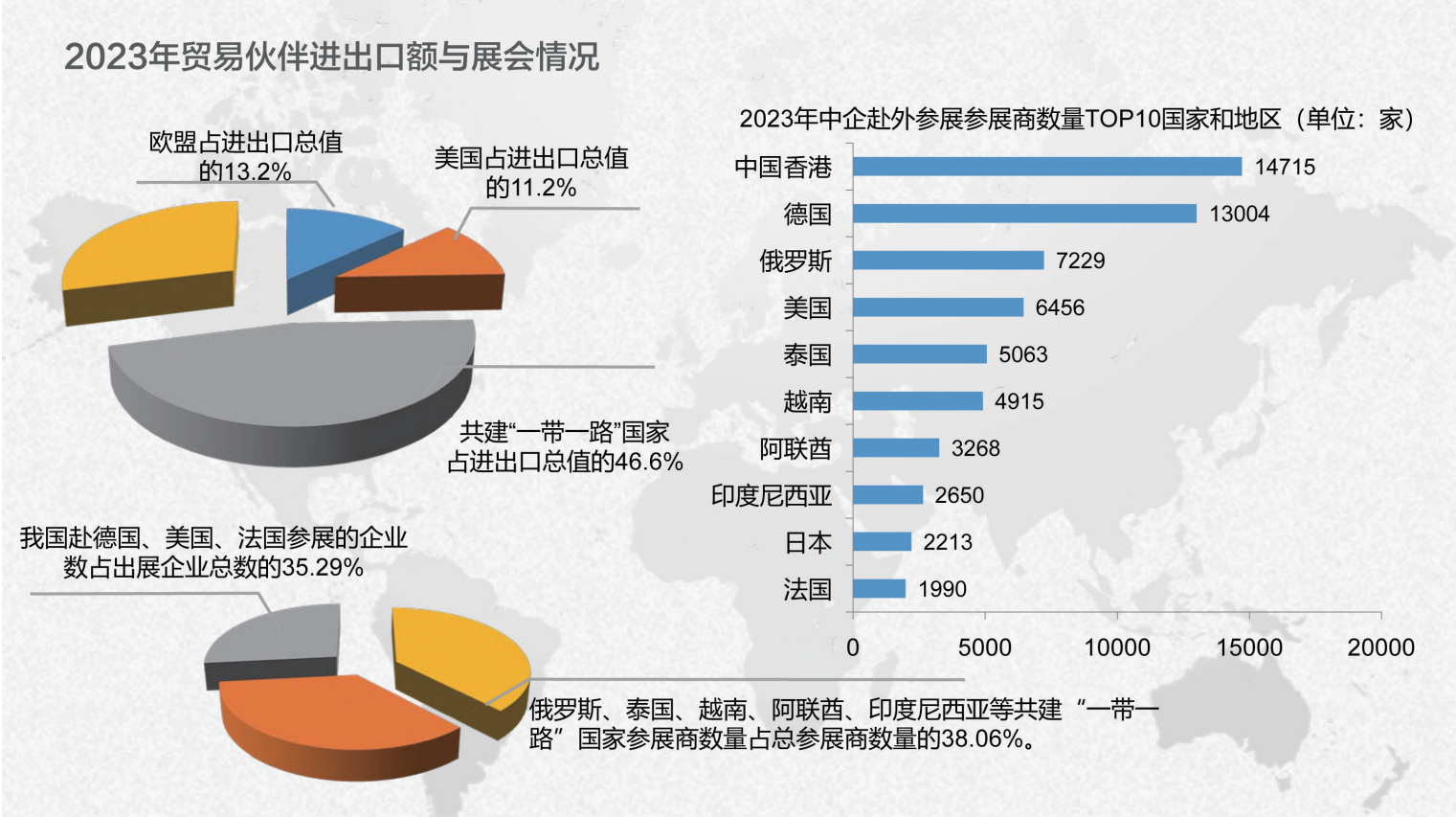
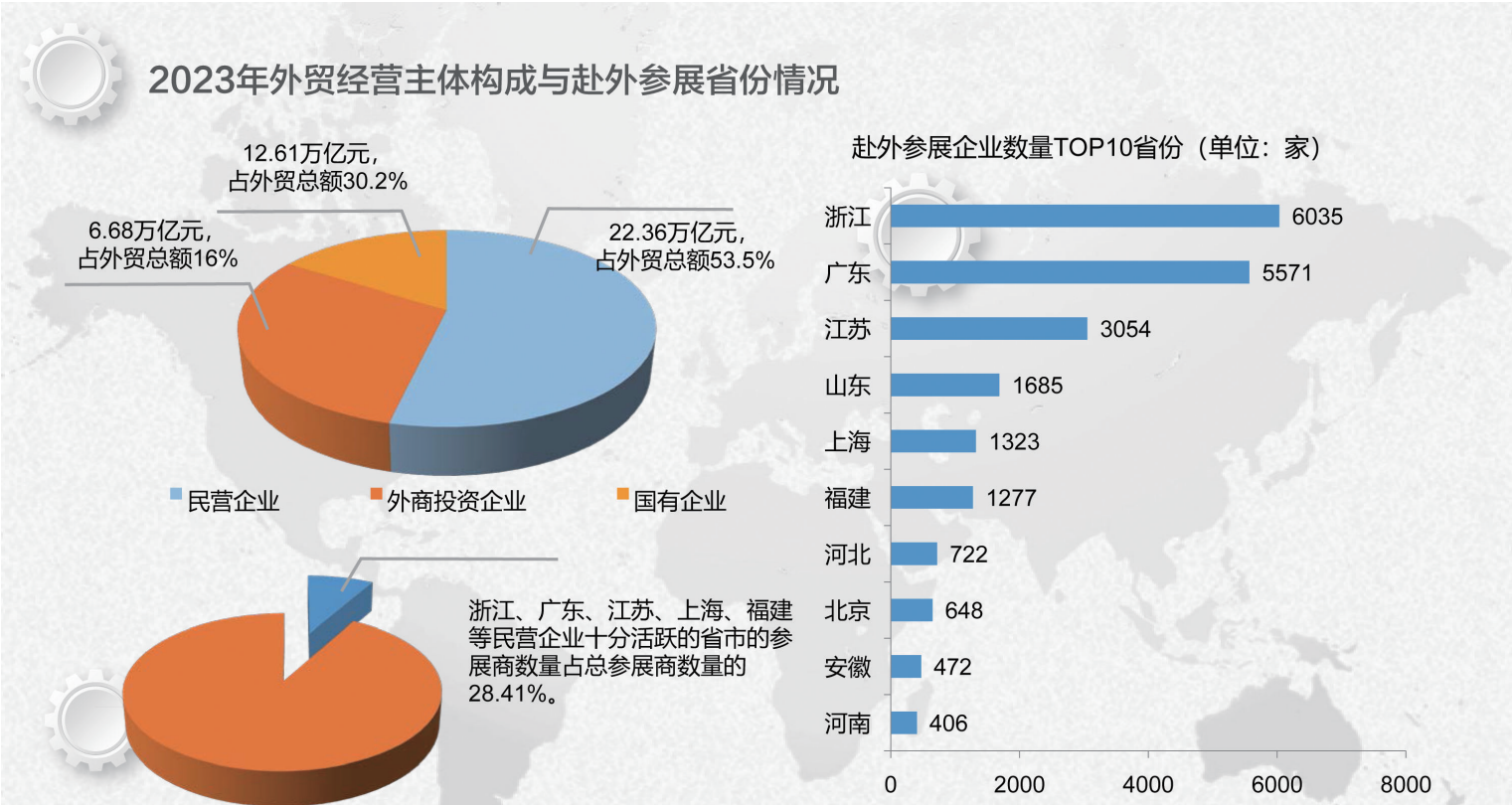
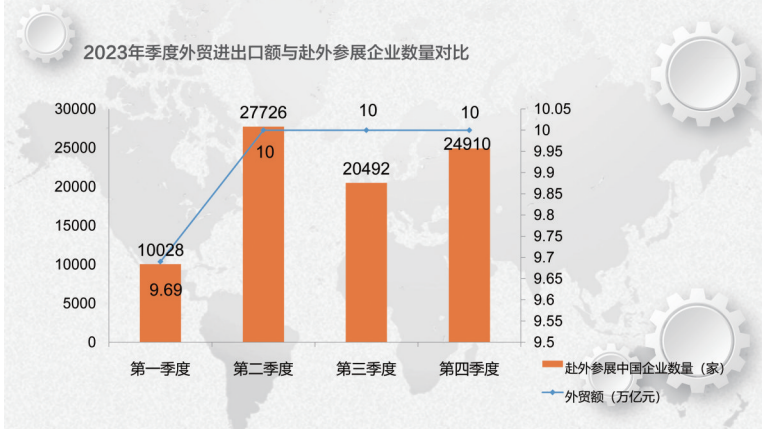
当然,能取得这样的成绩也实属不易。在刚刚过去的2023年,我国政府部门出台的稳外贸政策红利持续释放,贸促机构积极主动服务外贸企业,广大外贸企业赶订单、拓市场,汇聚多方合力才取得如今成绩。这其中,参展办展成为外贸企业找订单、拓市场的重要方式。

中贸智库对今年中企赴外参展情况进行了调研,本文进一步将调研数据与外贸情况进行对比分析。具体情况如下:

一是外贸总体运行与赴外参展情况均体现出总体平稳向好的态势。尽管2023年外贸总额数据有所波动,但从季度整体情况来看,我国外贸总额总体平稳,一季度为9.69万亿元,到二、三、四季度都在10万亿元以上。与此同时,我们系统检测到的2023年一季度到四季度的赴外参展中国企业数量分别是10028家、27726家、20492家、24910家,考虑到一、四季度是外展旺季,而三季度相对是淡季的因素,我国企业赴外参展发展平稳。

二是民营外贸企业主力作用增强,其活力更强的东部沿海地区是赴外参

展的活跃区域。数据显示,我国外贸经营主体首次突破60万家,民营外贸企业数量达55.6万家,合计进出口22.36万亿元,增长6.3%,占进出口总值的53.5%。就全年的情况来看,2023年共监测到60770家中国企业赴外参展,而2023年全年赴外参展企业数量TOP10省份中,浙江、广东、江苏、上海、福建等均为民营企业十分活跃的省份,这五个省市的参展商数量占总参展商数量的28.41%。赴外参展企业数量TOP10省份分别为浙江(6035家)、广东(5571家)、江苏(3054家)、山东(1685家)、上海(1323家)、福建(1277家)、河北(722家)、北京(648家)、安徽(472家)、河南(406家)。



三是贸易伙伴多元化也体现在赴外参展层面,在美国国家头部展会地位稳固的同时,共建“一带一路”国家展会吸引力也在不断增强。2023年中企赴外参展TOP10国家和地区分别是中国香港(14715家)、德国(13004家)、俄罗斯(7229家)、美国(6456家)、泰国(5063家)、越南(4915)、阿联酋(3268家)、印度尼西亚(2650家)、日本(2213家)、法国(1990家)。我国对欧盟、美国全年分别进出口5.51万亿元、4.67万亿元,分别占我国出口总额的13.2%和11.2%。我国赴德国、美国、法国参展的企业数占出展企业总数的35.29%。2023年我国对共建“一带一路”国家进出口19.47万亿元,占进出口总额的46.6%,而在赴外参展TOP10国家和地区中,俄罗斯、泰国、越南、阿联酋、印度尼西亚均为共建“一带一路”国家,其参展商数量占总参展商数量的38.06%。

四是优势行业产品出口动能丰富活跃,中企积极参与,彰显“中国制造”品牌。2023年,我国出口机电产品13.92万亿元,同比增长了2.9%,占出口总额的58.6%;“新三样”产品合计出口1.06万亿元,首次突破万亿元大关,增长了29.9%。从参展行业来看,参展商数量TOP10的大行业分别是建材(4795家)、机械(4096家)、电子(4081家)、照明(2808家)、汽车配件及售后(2197家)、五金(2144家)、食品(1923家)、电工(1806家)、化工(1787家)、医药(1751家),机械、电子、汽车配件及售后这三大行业就占到了总参展商数量的17.08%。无论是出口数据,还是展商们参展的积极性,都体现了我国正从中国制造向中国创造迈进。

从以上对比来看,我国企业赴外参展情况在一定程度上可反映出外贸走势,具有风向标、晴雨表的功能。

2024年我国外贸增长仍面临着复杂的外部环境,全球政经形势不确定性上升,推动外贸进一步稳增长需要付出更多的努力。但同时,更要看到的是,我国经济回升向好、长期向好的趋势不仅没有改变,而且支撑高质量发展的要素条件还在源源不断集聚增多。2023年12月举行的中央经济工作会议强调,“拓展中间品贸易、服务贸易、数字贸易、跨境电商出口”,“抓好支持高质量共建‘一带一路’八项行动的落实落地”,这为促进外贸平稳增长给出了路线图。

企业赴外参展是对接客户、创造商机、争取订单的重要手段,积极支持中企赴外参展在促进外贸稳增长的过程中扮演着重要角色。为放大外贸展会外贸风向标功能,支持中企赴外参展办展,中贸智库提出以下建议:

一是不断提升参展办展水平和密度,提升企业参展效果。要在聚焦有影响力的头部展会的同时,在各头部展会间歇期或者会展业淡季举办办展。政府部门和贸促机构要为中国头部会展主办、组织企业提供一定的政策、资金、技术、数据、人才等支持,对企业参加境外自办展与境外他国办展的政策一视同仁。特别是要鼓励会展企业在“一带一路”市场加大展会布局,为中企开拓“一带一路”市场搭建会展平台。

二是发挥民企活跃的参展大省强市的作用,带动更多企业出展。外贸大省强市在组织本区域的企业参展的同时,也需要及时总结参展经验和教训,并组织参展分享交流会,与其他省市区参展企业进行交流,互通有无,或者共同组织参展。政府部门和贸促机构也要加强交流和互动,不断提升参展服务水平,强化风险防控能力,更好护航企业海外参展办展。

三是鼓励更多专精特新企业参展,进一步拓展中间品贸易。组团机构需要完善组团企业结构,尽可能涵盖产业链上下游的企业,从而通过参展体现我国产业链供应链优势。这需要各地政府部门除了给予中小企业参展补助之外,还需要提供综合性的参展服务,包括签证、法律咨询、提前配对等服务,让中小企业参展无忧。

四是提升产品和服务竞争力,进一步擦亮“中国制造”招牌。企业不仅需要通过进一步细化明确参展目标、搭建特色鲜明展位、创新展览展示内容等层面发力,更需要站在长远角度,不断提高产品和服务的竞争力,通过参加国际性展会这个窗口,放大自身实力,促进交流,为开展国际业务注入新动能。

中国贸易报社、中贸智库会展项目组

策划统筹:总编辑 范培康
联络协调:项目负责人 周春雨
执行撰写:要闻组兼商贸投资组负责人 张凡
视觉设计:美术编辑 耿晓倩
数据来源:全球展场数据
技术支持:知展科技