

华交会不断扩容海内外朋友圈 对接全球商机



新闻晨报记者 钱鑫 章逸清

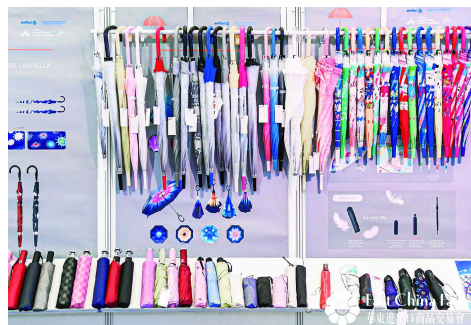
3422家参展企业带来了代表国际最新的优质的创新展品,其中有来自13个国家和地区的境外展商326家。第32届华交会于2024年3月1日至3月4日在上海新国际博览中心举办。本届华交会展馆规模为12.65万平方米,较上届增加2.13万平方米,设立服装服饰展、纺织面料展、家庭用品展、装饰礼品展4个专业子展以及境外和跨境电商2个专业展区,使用新国际博览中心11个馆。

华东进出口商品交易会(以下简称“华交会”)是国内聚焦纺织服装和轻工产品行业最大的进出口贸易展会,由上海市、江苏省、浙江省、安徽省、福建省、江西省、山东省、南京市、宁波市等9省市联合主办。华交会自1991年创办以来,坚持专业化、市场化、国际化办展方向,历经30多年发展,逐步成长为仅次于广交会的具有重要国际影响力和吸引力的外贸盛会。

展现我国外贸发展新动向

华交会作为展示我国外贸转型升级、创新发展和品牌发展的重要窗口,同时也是展示外贸发展新动能的重要平台。本届华交会吸引了众多优秀企业参展,汇聚了一大批优质的创新展品。如服装服饰展中,江苏汇鸿国际集团中锦控股有限公司旗下自主品牌“瑞可苻”在本届华交会上首展展示采用GRS再生纤维面料设计的户外女式全开襟拉链外套,产品具备防雨淋功能的同时透气、保暖、质地柔软、轻薄,非常贴合当前绿色消费新趋势,有望获得日韩等高端市场客户青睐。再如装饰礼品展中,宁波昇泰庭家具用品有限公司在本届华交会推出新品——可拆卸双人沙发,产品优势在于轻松折叠携带方便,加厚棉套舒适耐用,大型沙发轻松带到户外,打造精致露营体验。又如家庭用品展中,老牌外贸公司杭州久积控股有限公司在本届华交会上将展出可作为婴儿防滚防摔床的孕妇抱枕等产品,主打便利性、灵活性和多功能,等等。应该说每个交易团都拿出了最富“含金量”的创新产品,为本届华交会增添了别样的亮色。

为了鼓励和支持更多的外贸企业不断推陈出新,从第22届华交会开始启动“创新奖”评奖工作,这也是各方高度关注、高度重视的重要环节。本届华



交会对此进行创新传承,通过各交易团严格评比推选,共评选出47家企业的创新产品获得了“华交会产品创新奖”,并在开幕论坛上发布。本届华交会产品创新奖无论是在产品的技术含量、产品的海外市场拓展能力、产品出口转内销创新以及产品的服务及模式创新等方面,都非常具有示范和引领意义,在外贸领域树立起一批技术强、服务好、质量优、模式新的外贸品牌,充分展现了新形势下我国外贸发展的新动能,展现了我国外贸发展的韧性、活力与竞争力。

全面激活供需对接的新商机

华交会作为已经具有国际影响力的重量级专业展会,为各类参展商、采购商搭建平台、深化交流、促成采购与合作其重要的功能和使命。第32届华交会继续在供需深度对接上做足文章,探索提供多渠道、多方式的对接交流,最大化地激活供需对接新商机。一方面,华交会在各种渠道、各种场合和各个地区的宣传推介过程中,始终携企业一道参与,为企业宣传推介拓展渠道。如华交会邀请参展企业共同参与华交会在国内以及韩国、日本、巴西和英国等地举行的各类推介活动;同时,华交会利用官网、微信、抖音等海内外社媒扩大新闻宣传,还聚焦华交会优质企业通过华交会微信公众号“链上明珠”专栏持续发布深度文章,推介优秀展商和优质产品,全方位展示企业风采。另一方面,在展会期间,为更好地服务参展企业,提高参展企业的成交效率,本届华交会计划利用新国际博览中心W4馆,设置采购对接会专区,为采购商和参展商搭建交流平台。一是开展“面对面”对接会6场;二是开展全新的“巡馆式”对接会,由工作人员带领采购商至展商展台进行实地洽谈。

扩大华交会海内外朋友圈

本届华交会持续加大招商展展力度,通过与更多国家、更多类型海外机构的合作,持续扩大华交会的朋友圈,进一步拓展华交会招商渠道。一是“走出去”主动推介,华交会筹备期间,先后赴韩国首尔、巴西圣保罗、日本东京等海外开展全球招商推介。二是“通过国内枢纽对接”,在国内,也先后举办了柯桥和义乌两地的推介会,其中柯桥招商会邀请到了133位买家出席;义乌推介会邀请到了189位买家出席。三是“多渠道内外合作”,扩大海外朋友圈,华交会理事会积极对接香港贸易发展局、外交部南南合作促进会上海办事处、英中贸易协会、日本贸易振兴机构、韩国贸易协会、新加坡中华总商会等海外驻华贸易机构,扩大国内朋友圈,华交会积极对接上海进出口商会、上海

市工业行业协会、上海市商业联合会。

数字赋能引领外贸转型

为更好地配合华交会的组织和宣传,放大华交会的品牌效应和影响力,华交会构建了覆盖海内外的“宣传矩阵”。官网加大宣传密度,官微方面,华交会改版升级其微信订阅号;同时,华交会也进一步提高在海外社媒以及微信视频号、抖音等国内社媒的曝光度,通过新媒体、多渠道、高频率的宣传,积极提升境内外线上推广力度,持续扩大华交会的品牌影响力。除了华交会本身创新数字技术应用、深化数字化转型之外,跨境电商依然是本届华交会的一大亮点。本届华交会仍然将全面展示我国以及海内外跨境电商发展的新动态、新成就,全面透视数字化深度赋能背景下,我国外贸转型发展的新风尚。本届跨境电商展区设在W4馆内,分设跨境电商平台及自建站、跨境电商服务商、跨境电商园区,以及跨境电商创新领域产业链等分类。同时,跨境电商展区内还将举办分享会、对接会、交流会等活动,为更多的国货出海和优质国外产品进境拓展新的网络通道。

相关/链接

“新”产品各显神通,中国新势力出海正当时

我国服装出口具备诸多有利条件:产业竞争力不断提升,跨境电商新业态蓬勃发展,数字化绿色化进程加快推进。随着高质量发展水平提升和高水平开放稳步推进,我国服装加快转型升级,稳步推进全球新布局。近年来,我国外贸纺织企业主动践行绿色环保生产理念,通过积极拥抱纺织领域前沿技术,持续研发升级各类纺织新型工艺与材料,不仅实现了企业自身的成功转型升级,还使中国“织”造新势力在世界范围内掀起一股“可持续发展”的浪潮。当前,日用消费品市场已经呈现增速放缓、市场份额高度分散化等特点,我国日用消费品企业通过在新材料、新技术、新功能、新场景上实现产品的创新与突破,点燃“中国制造”出海新引擎。近年来,我国对礼品在文化创意开发、产品科技创新等方面重视程度不断提升。伴随数字化、场景化、定制化、国潮风等方向的深刻变革,越来越多的礼品外贸企业将中国传统文化元素融入到产品设计和营销中。作为经济发展的新引擎、产业转型的新业态,也是对外开放的新窗口,跨境电商已成功帮助我国越来越多的传统外贸企业转型升级,加快实现数字化转型、品牌化发展。为助力打通海内外两个市场、满足国内消费者日益增长的进口消费需求,华交会立足上海国际消费中心城市培育建设,通过设立境外展区的形式,为国际优质产品搭建沟通交流的桥梁,让更多更好的进口商品能够服务中国消费者,促进国内消费升级。



广告

