

放大功能作用 推动提质增效 助力广东提高对外开放水平

■ 广东省贸促会会长 陈秋彦



近年来,广东省贸促会围绕中心,服务大局,积极开展国际贸易与投资促进工作,推动广东贸促系统转型升级,全面助力广东进一步提高对外开放水平,加快构建对外开放新格局。

一、创新驻境外经贸代表处工作,打造广东“走出去”、“引进来”的新窗口和桥头堡。

自2013年底广东省委、省政府将省级层面设立驻境外经贸代表处的重要任务交给广东省贸促会以来,我们充分发挥贸促机构体制机制灵活的优势,创新多种设立模式,在全球筛选出与广东经济互补性强、具有牵引拉动作用的国家和地区,设立了15个经贸代表处。各代表处成立后,准确定位,明确职责,围绕招商促贸核心职能,拓展工作渠道,完善管理机制,成为广东“走出去”“引进来”的新窗口和桥头堡。

一是建立境外企业投资广东项目库,推动项目有效落地。

为把从代表处收集的相关信息进行科学分类和动态管理,强化与有关部门的对接,促进项目落地,去年,我们投资300多万元搭建了境外企业投资广东项目库。项目信息涵盖来源地区、产业类别、对接情况等要素,并实时显示项目动态和跟进情况。同时,还与省商务厅、地市贸促会和开发区、产业园开展紧密衔接和项目配对,促进项目有效落实。迄今为止,已整合录入项目365条。其中,英国中欧创意设计院、新美国红外激光断层成像设备生产基地、德国保库智能管网系统等先进装备制造业、高端服务业领域的50个项目已分别落户佛山、揭阳等地市;心怡科技物流、拓普电器等公司的36个“走出去”项目也顺利达成。

二是建立在线管理平台,实行科学管理,提高工作效能。

我们主要从三方面着力,确保代表处不但管得住、管得好,而且管出成效。首先,打造在线管理平台。通过设置即时工作日志、客户管理数据模块以及召开视频会议等方法,加强对代表处实时管理和远程监管。其次,实行分类绩效考核。欧美发达国家代表处以引资、引才、引技为主;海丝沿线国家代表处以推动国际产能合作、转移广东富余优质产能为主,着力引导各代表处工作有的放矢。最后,协调分享热点信息。编印了225期信息简报,发送给有关地市、部门、行业协会及企业,为其开展对外经贸合作和招商引资工作提供参考。

三是拓展招商渠道,扩大工作网络。

代表处在与近200家境外工商组织建立招商合作关系的同时,还不断拓展招商渠道,扩大工作网络,与普华永道、毕马威等30多家国际知名企业签订合作协议,在项目宣传推介、信息互换共享、产业链招商等方面

开展广泛合作,以政府采购服务方式,突破了设点的地域和人员限制,大大拓展了代表处项目信息的渠道来源。

二、贯彻落实“一带一路”战略和省委、省政府中心工作,不断拓展与沿线国家的经贸合作商机。

广东省贸促会以“一带一路”沿线国家和与广东经济关联度高的地区为目标,以对接先进制造业、开拓产能合作为着力点,务实举办各类经贸活动,放大贸促功能作用,为全省外贸稳增长、调结构、促转型作出贡献。

一是牵头海博会、世博会“广东周”,扩大广东与沿线国家的经贸合作领域。

去年,广东21世纪海上丝绸之路国际博览会成功吸引了来自71个国家和地区的1394家企业参展,达成签约项目680个,涉及签约余额2018亿元,树立了“做生意、谈合作、到广东”的形象。协助广州市贸促会举办主题论坛,广东省委书记胡春华、省长朱小丹和中国贸促会会长姜增伟等领导和新加坡前总理吴作栋等多位外国政要出席会议并致辞,共同倡导成立沿线港口城市重要商协会联盟,促进了广东与相关国家在多领域互联互通及交流合作。同时,借助世博平台展示广东新形象,助力企业与欧洲直接对接。世博会“广东周”期间,牵头广州、韶关、惠州等地市和省直有关部门,组织广东200多家知名企业在中国馆和意大利罗马涅大区举办广东活动周和经贸交流活动,配套开展宣传推介、文艺表演、图片展示等系列活动,受到意大利社会各界的追捧,成功提升了广东品牌在欧洲乃至世界的知名度,展示了广东经济的魅力与活力。

二是经贸交流活动扎实高效,全面放

大贸促系统功能作用。

我们注重经贸交流活动中事前调研和事后跟踪服务,在摸清双方产业结构差异和企业意愿上下功夫,务实推动了一批合作项目和贸易成交合同,受到省委、省政府和国家有关部门的肯定。比如去年为配合国家外交战略和省领导高访团,我们在南非、坦桑尼亚等国家组织了8场经贸活动。其中,为配合12月习近平主席出访南非,在南非德班举办的经贸旅游活动重点围绕旅游业和现代服务业展开,达成项目6个,成交额为1.8亿美元;在坦桑尼亚举办的经贸交流活动,重点围绕加强国际产能和装备制造合作展开,吸引两地能源、机械制造等九大领域的200多家企业参加,现场签订项目8个,投资额达8.52亿美元,被我国驻坦大使称为我国在坦近年来最成功的一次经贸交流活动,并上报外交部、抄报国务院领导。

去年,我们还把握国外政要访粤契机,针对随团企业的行业特点和需求,按照1:3的比例精心组织企业配对,受到外方的高度称赞,打响了广东省贸促会组织经贸交流活动高质、高效的品牌。目前,基本做到每月至少有一两场超百人以上规模的企业对接交流,每周安排两三场百人以下规模经贸活动。国际交流活动进入高密度和多层次的新常态,受到省直有关部门的充分肯定和企业的欢迎。

三、创新贸促传统业务,提升服务政府、服务企业的水平,推动贸促工作提质增效。

一是调研报告取得突破,引起省委、省政府高度重视。

为推动广东国际产能合作和转型升级,我们加强了国际贸易、国际投资、国内外市场的基础性研究,撰写了《关于在海上丝绸之路沿线国家共建产业园的建议》,从

筹建投资公司、设立专项基金、选好主导产业、明确建园模式等七方面切入分析,提议在马来西亚、印尼、泰国合作建立产业园,直接推动了省政府在马来西亚的马六甲州设立海洋工业园区的计划。《关于深化广东与澳大利亚经贸合作的调研报告》,深入研究分析了粤澳合作现状、存在问题,提出了下一步加强粤澳经贸合作的建议,得到广东省委副书记胡春华“分析和建议都很好”的肯定和批示,并批转省有关部门研究落实。针对企业走进太平洋岛国市场政策和渠道不畅问题,广东省贸促会系统整理了有关法律法规和政策,发布了《太平洋岛国投资指南》,使之成为广东企业投资南太平洋岛国的重要指引。同时,广东省贸促会还是全省连续多年针对展览业发展调研、发布《广东省展览业发展白皮书》的唯一权威机构,为政府制定相关政策和展览行业发展规划提供了大量数据和可靠依据。

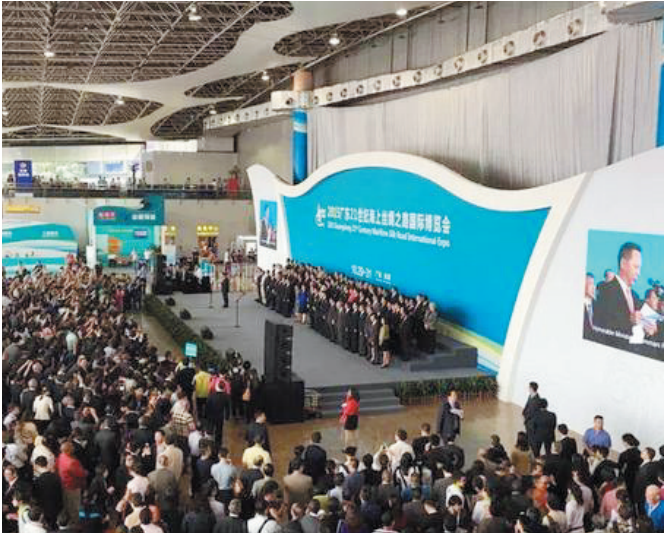
二是创办新展,促进新业态,擦亮传统品牌,助力“去库存”。

结合新业态,去年,我们主办了“互联网+”青年领袖大家谈、国际“互联网+”博览会等展览论坛。其中,“互联网+”博览会是我国首个以“互联网+”为主题的博览会,吸引10多个国家和地区的500多家企业参展,观众达到24.6万人次,在助力广东培育“互联网+”产业新业态方面发挥了重要作用。我们进一步擦亮外展品牌,连续13届举办印度展和两届巴西展,成功帮助企业开拓南亚和南美市场。我们不断改革创新,届届办出新内容。特别是印度展,在展会组织上,广泛吸纳全国贸促系统参与,包括香港贸发局,力争把该展打造成为贸促系统的品牌展;在参展企业选择上,紧贴我国产业政策和市场需求开展招展工作。

比如第13届印度展,参展行业除包括消费类电子、家电、家具、家居用品、机械、化工、建材五金等,还专门设立中国制造展区,重点宣传介绍中国飞机制造、核能、高铁等中国制造产业。在展览形式和内容上,除有展中展、主题展、专场推介会外,我们去年还创新办展模式,在展览期间组织一场经贸交流活动,200多家参展企业和意向买家参加,有效提升了展会效果。同时,我们还积极配合中小企业争取参展补贴,调动企业的参展积极性。据不完全统计,印度展累积成交额超过7.5亿美元,是我国目前唯一一个在境外连续多年举办的大型综合展览会,成为中印两国开展经贸合作和我国企业开拓印度市场的重要平台,也被广东列为外经贸稳增长重要举措之一。

三是建立境外广东商会和非洲投资贸易联盟,打造企业“抱团出海”新平台。

为贯彻中央“一带一路”战略和省委、省政府重点工作,广东省贸促会在粤商较集中的国家和地区推动成立境外广东商会,延伸国际商会服务职能,为企业“走出去”、参与国际竞争提供支撑和依托。目前,境外广东商会已达12家,另有巴布亚新几内亚广东商会也完成了注册工作。针对企业投资非洲热情高、风险大、渠道少的现状,我们联合100多家企业发起成立了广东国际商会非洲投资贸易联盟,借助联盟平台,实现企业信息共享、资源配置、风险防范,推进企业与非洲各国产能对接与合作。在联盟推动下,已有多家会员企业成功走进非洲,在坦桑尼亚、肯尼亚、安哥拉、埃塞俄比亚、南非、乌干达等国家落实了一批投资项目,促进了广东制鞋、纺织服装、汽车组装、电力设备等优势产业走进非洲,深化了粤非产能合作。



坚持市场化方向 打造世界品牌汽车展

■ 中国贸促会汽车行业分会会长 王侠

2015年是我国全面深化改革的关键之年,也是中国贸促会汽车行业分会“做强优势品牌、开拓创新服务”取得阶段性成果的一年。我们紧扣“中国制造2025”、“互联网+”、“一带一路”等国家战略,依据“政府与行业的桥梁、产品与消费者的桥梁、中国与全球汽车工业的桥梁”的定位,不断创新服务理念,提升服务能力,推动汽车行业结构调整和转型升级。

“十二五”期间,我们根据行业发展需要,业务领域从展览到展、会联动,从乘用车到商用车,从新产品推广到共性技术和售后服务市场研究,从汽车到互联网、金融,从国内服务平台到国际服务平台,向汽车产业链的上下游延伸,从国内向国外延伸,基本形成了以品牌展会为基础,覆盖汽车全产业链的业务框架。

打造国际化、专业化的品牌车展,是我们的重点工作之一。我们汇聚行业和地方资源,联合行业主要机构和地方政府,牵头举办了北京、上海和广州国际车展。这三大车展已经成为全球顶级的A级车展和在国内外具有广泛影响力的知名车展,成为全球汽车企业发布新战略、新概念、新产品的重要平台。

去年4月举行的上海车展,吸引了国内外2000家企业参展,展出面积超过35万平方米,展会规模居全球车展第一,有92.8万人次观众到场参观,1万余名中外记者到会采访。

去年11月举办的广州车展,总面积达22万平方米,吸引观众63.5万人次,8000多名中外记者报道了展会盛况。



2014年4月举办的北京车展,共有来自14个国家和地区的2000多家企业参展,展出整车1134辆。其中,全球首发车118辆,吸引观众85万人次。

我们多年来举办三大车展的体会是:

一、坚持以服务行业、推动行业发展为原则,结合国家的经济和行业政策开展工作。

三大车展自举办以来,在轿车进入家庭、支持自主品牌、推广新能源汽车等汽车行业发展的关键节点,无一不起到宣传、扶持和引领作用。

比如为了打造世界知名品牌车展,我们鼓励跨国公司把全球首发车拿到三大展上来展出。2004年前后,我国自主品牌汽车企业开始进入快速发展期。在2014年北京车展上,我们把自主品牌的首发车与跨国公司

的首发车都作为全球首发车来统计,鼓励自主品牌企业拥有全球化视野,走国际化发展道路。同时,我们还在展会主题、展位划分、媒体宣传等方面突出了对自主品牌的鼓励和支持。

再比如2013年,发展新能源汽车上升为国家战略。我们抓住新能源汽车发展由政策驱动向市场驱动的关键期,连续两届借助广州车展平台举办新能源汽车展,并同期举办覆盖新能源汽车全产业链的新能源汽车论坛。科技部、工信部等行业主管部门的领导亲临展会现场调研。

二、加强与地方政府、中国贸促会及地方贸促会的合作。

三大车展有一个共同特点,就是联合、合作办展。上海车展,我们与上海市贸促会共



同组织;广州车展,我们与广州市政府、商务部广州外贸中心联手举办;北京车展,中国贸促会及所属的中展集团分别是主办单位之一,与我们和其他行业组织一起合作举办。联合、合作办展有利于发挥各方优势,提升展会的权威性、专业性和影响力。在与各方的合作中,我们始终以大局为重,以打造品牌展会为目标,充分协商、求同存异,正是这种理念和诚信的态度,赢得了合作方的认同和尊重,维系了和谐共存的合作局面。

三、注重资源整合,强化协调功能,以融合、共赢、多赢为合作基础,以做大做强展会为共同目标。

在三大车展上,展览、动态演示,百余场新闻发布活动,数十场各种规模的论坛、研讨会、沙龙、经贸洽谈活动等让人应接不暇,这

都是汇聚各方资源、充分发挥各合作方优势的结果。比如,三大车展在与国内外媒体建立广泛合作的基础上,与主流媒体建立广泛战略合作伙伴关系,通过全年、一揽子的战略性合作,有效促进了车展品牌的建立和推广。

四、对三大车展进行科学布局。

在时间上掌握节奏,上海、北京车展隔年交替在上半年举办,广州车展每年在下半年举办,每两个车展举办时间至少相差6个月,让企业有充分准备的时间;在空间上合理布局,选择华北、华东、华南三个中心城市,覆盖了我国汽车的主要生产地和市场。

五、充分发挥贸促系统致力于促进对外贸易、双向投资和经济技术合作的工作定位。

与全球知名车展建立合作关系,通过与这些展会进行对标,学习和借鉴其先进的办展经验,努力在展会服务上下功夫,提升展会的软实力。汽车展(主要指乘用车展)既是专业性展会,又是群众性大型活动,媒体关注度高。这些特点对三大车展的现场服务提出了更高的要求。今后,我们将重点提升展会的软实力,丰富品牌车展内涵。

综上所述,办三大车展的最主要经验是:以产业政策和宏观经济政策为指导,深入了解行业发展需求和趋势,有大局观,有前瞻性,有服务意识;把展会当成全行业的事情来办,立足于全球市场办车展;让三大车展成为我国汽车工业乃至全球汽车工业的重要组成部分和发展的主要推动力量。

打造全球知名品牌车展,我们永远在路上!