

2022 年度中国国际贸易促进委员会广州市委员会 部门重点项目绩效评价报告

一、基本情况

（一）项目实施情况

为帮扶广州企业开拓国内外市场，发挥中我会代言广州工商，搭建贸易平台的职能作用，积极利用独有的行业资源和全国各地的贸促机构资源，为企业搭建良好的贸易投资促进平台。我会组织企业参加“广州名品·世界巡展”及“广州名品·全国行”系列活动，帮助企业开拓多元化的市场，并给企业提供一个与国内外同行交流学习的机会，从而提高自身的竞争实力，推动企业贸易高质量发展。

2022 年因国内出现新一轮疫情，多地相继暂停举办大型展览活动，考虑到国内办展环境复杂多变，同时顺应会展业发展趋势和企业实际需求，创新广州名品巡展办展方式，支持代参展和线上展等新业态新模式，以线上线下相结合的方式重启“广州名品·世界巡展”，我会组织广州企业参加第二十四届中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）暨巴黎国际服装服饰采购展、2022 云上·亚洲商业与休闲娱乐博览会、2022 国际时尚箱包数字云展 RCEP 专场、2022 印尼国际消费类电子及家用电器博览会等 4 个展会项目。同时，为助力广州市进一步融入“双循环”新发展格局，提升我市名优产品竞争力，落实会党组会议讨论通过的《关于公布广州市贸促会 2022 年度“广州名品·全

国行”展会重点扶持计划的通知》的工作计划，以线下和代参展形式开展“广州名品·全国行”项目，组织广州企业参加2022东莞国际芯片及半导体产业博览会、2022年第八届成都国际汽车零配件及售后服务展览会和2022中国（厦门）国际跨境电商展览会等3个展会项目。

综上，2022年“广州名品·世界巡展”及“广州名品·全国行”项目共举办了7场专业展会，参展企业共93家。其中，线上展出场次61场，参展企业61家；线下展出面积540平方米，参展企业32家。

（二）财政支出情况

该项目2022年年初预算批复180万元，年度预算141.86万元，实际支出138.2万元，预算执行率97.42%。资金主要用于直接向展会主办方或授权机构采购展位。

（三）项目管理情况

为规范该项目管理，我会专门制定了《广州名品世界巡展及广州名品全国行项目经费管理办法(试行)》对项目进行管理。年度终了，组织系统外专家对年内项目的开展情况进行全面验收，并出具报告。项目资金预算调整原因，主要原因为受疫情影响，原定国内展会大幅变动，故而项目随之调整。年初制定的工作方案经报批后对外公开，因当时内外部参展环境限制，7个项目皆为内展，分别为：2022中国国际服装服饰博览会（CHIC2022上海服装展）、2022亚洲数字展览

展示博览会、2022 东莞国际芯片及半导体产业博览会、2022 成都国际汽车零部件及售后服务展览会、2022 中国（厦门）跨境电商展览会、深圳国际珠宝展、2022 中国（黑龙江）国际绿色食品产业博览会。后结合境内外疫情防控的最新政策指引，调整为第二十四届中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）暨巴黎国际服装服饰采购展、2022 云上·亚洲商业与休闲娱乐博览会、2022 国际时尚箱包数字云展 RCEP 专场、2022 印尼消费类电子及家用电器博览会、2022 成都国际汽车零部件及售后服务展览会、2022 东莞国际芯片及半导体产业博览会、2022 中国（厦门）国际跨境电商展览会。

（四）项目绩效管理情况

预期总目标：帮扶企业开拓国内市场，发挥市贸促会为企业牵线搭桥的职能作用，积极利用贸促会的行业资源和全国各地的贸促机构资源，为企业搭建良好的贸易投资促进平台。通过组织企业赴境外举办“广州名品”活动，帮助企业开拓多元化的市场，并给企业提供一个与国际同行交流学习的机会，从而提高自身的竞争实力，推动外贸高质量发展。

目标实际完成情况：开拓国际市场方面，组织 61 家广州企业参加了第二十四届中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）暨巴黎国际服装服饰采购展、2022 云上·亚洲商业与休闲娱乐博览会、2022 国际时尚箱包数字云展 RCEP 专场等三场专业展会，组织 7 家企业参加 2022 印尼国际消费类电子及家用电器博览会；开拓国内市场方面，组织 25

家穗企参加“广州名品·全国行”，集中亮相2022东莞国际芯片及半导体产业博览会、2022年第八届成都国际汽车零配件及售后服务展览会和2022中国（厦门）国际跨境电商展览会等3个专业展会，参展总面积达441平方米。

二、综合评价分析

1.创新重启“广州名品世界巡展”，构建数字化出海新模式

我会认真落实国务院办公厅《关于推动外贸保稳提质的意见》以及市委市政府有关稳外贸工作要求，助力穗企借助出海参展新模式提升自身国际化经营水平和能力。

（1）制度创新，把握数字机遇

通过修订完善《广州名品世界巡展及广州名品全国行项目经费管理办法（试行）》，将“代参展”“云会展”纳入支持范围，从制度上创新重启“广州名品·世界巡展”系列活动。2022年前三季度，成功组织21家中小微企业以“境内线上对口谈、境外线下商品展”的“代参展”方式组团参加境外实体展会——第二十四届中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）暨巴黎国际服装服饰采购展，带领40家企业通过云上展厅、虚拟展台等“线上线下”相结合的方式参加线上2022云上·亚洲商业与休闲娱乐博览会、2022国际时尚箱包数字云展RCEP专场展览。据展后调查统计，上述三个展会意向成交金额达600万美元，企业满意度超95%。2022年第四季度，我会发动了27家穗企参加中国贸促会组织的“2022年中国—中东及北非国际数字贸易展”，组织了7家穗企继续以“代参展”形式参与广州名品·世界巡展（印尼站）

暨 2022 印尼国际消费类电子及家用电器博览会，抢抓贸易数字化新红利。

（2）技术加持，优化精准对接

采用大数据等技术智能对接供采，便利企业成交。以全球超过 4 亿条专业采购商数据为支撑，境内参展商与专业采购商通过大数据自动匹配实现供需双方精准对接。运用增强现实（AR）、虚拟现实（VR）等先进技术优化云上展厅，以“境内线上对口谈、境外线下商品展”方式参展，促进企业用好线上渠道扩大贸易成交。运用云上展厅、虚拟展台实现“沉浸式”观展体验。通过免费为参展企业打造数字化展示厅，突破传统展会面临的地域局限和时间局限，足不出户实现链接全球。

（3）稳旧拓新，开拓多元市场

发挥贸促会、商协会、企业协同效应，展前组织 150 余家企业开展了《RCEP 自贸区协定助力开拓多元化市场》专题培训，增强参展企业利用 RCEP 开拓国际市场的意识，指导企业用足用好 RCEP 关税优惠和减免措施。展览项目既覆盖了欧洲等传统市场，帮助企业稳住老客户，又有效开拓了南美、RCEP 地区等新兴市场，解决了企业拓市场的需求。

2. 巩固提升“广州名品·全国行”，抢抓国内大循环新机遇

为畅通国内大循环，我会于 2022 年年初发布《关于公布广州市贸促会 2022 年度“广州名品·全国行”展会重点扶持计划的通知》，甄选与我市优势产业相契合的有关品牌专业展览，以“广州名品·全国

行”形式带领穗企组团参展。2022年，我会共组织25家穗企参加2022东莞国际芯片及半导体产业博览会、2022成都国际汽车零部件及售后服务展览会以及2022中国（厦门）国际跨境电商展览会，总参展面积达441平方米。通过执行以上“广州名品·全国行”项目，带领广州企业在疫情防控常态化阶段，以国内参展带动产品创新与品牌推广，不断拓展国内大市场。

三、存在的主要问题

因疫情防控阶段性要求的动态调整，导致国内展览项目频繁变动，进而使得我会最终实施项目所覆盖行业主题、地域市场均存在一定变化；年初按编制意见未填报绩效指标信息。

四、下一步改进措施

加强经费统筹，继续执行好广州名品系列活动。一是优选一批符合广州产业升级转型发展方向的展览项目，创新合规实施“广州名品·世界巡展”的“代参展”新模式，重启线下“广州名品世界巡展”，带领广州企业出国参展，让广州名品走向世界；二是甄选国内优质展会，适时开展“广州名品·全国行”，抢抓国内大循环新机遇。