

# 深圳贸促

2024年11月刊（总第98期）

中国国际贸易促进委员会深圳市委员会 2024年11月29日

---

## 【专题研究】

- 关于发挥驻华商协会资源优势 促进国际经贸往来研究的对策建议（麦楚瑶）.....1
- 深圳海外仓在加纳的布局策略与市场前景分析（何泽星）.....6

## 【国际国内评述】

- 粤港澳大湾区会展业协同发展新思路.....11
- 出口企业如何有效应对海外客户的欠款问题：四步走策略.....28

## 【企业直通车】

- 华巨臣集团：深耕本土、连接世界.....31



## 【专题研究】

# 关于发挥驻华商协会资源优势 促进国际经贸往来 研究的对策建议——以市贸促会实践为例

麦楚瑶<sup>1</sup>

深圳地处于改革开放前沿，作为投资热土、外贸大市长期受各国关注，今年前三季度深圳新设外资企业 6421 家，占全国新设外资企业比重达 15.2%；全市实际使用外资 252.5 亿元人民币。世界 500 强企业中有超过 310 家在深落户。作为沟通内外、联通政企的桥梁纽带，驻华商协会在联动国内国际两个市场、两种资源，推动高水平对外开放中发挥着重要作用。用好驻华商协会资源将为深圳对外开放搭建高质量平台、提供更优服务，促进深圳与各国的政商对话、经贸往来，实现互利共赢。

### 一、驻华商协会基本情况

驻华商协会可分为综合性驻华商会、行业协会、专业委员会等 3 种类型。综合性驻华商会覆盖多个行业和领域的外资企业，会员企业数量相对较多，为各领域外资企业拓展中国市场提供相应服务。例如，中国德国商会作为在华德企的官方代表，拥有超过 2100 家会员企业，每年举办接近 350 场活动，吸引 3 万中德商界人士参与，为在华德企以及当地商业社群提供一个强大的交流平台；中国韩国商会作为全国性的服务于中国内韩资企业的经济团体，拥有会员企业近 3500 家，为促进中国内韩国企业的经营和发展提供相应支持。行业协会则专注于推动特定行业的业务

---

<sup>1</sup> 麦楚瑶，深圳市贸促会国际联络合作部。

在华推广，如美国大豆出口协会在北京设立办事处，致力于在华推广和代表美国大豆行业，并与中国农业界建立起长期的密切合作关系，通过举办专题研讨会、专业培训班、动物饲养试验、现场技术指导，并组织国外考察团组、出版各种技术和市场资料，免费为中国畜禽和水产养殖业、饲料业、大豆加工业和大豆贸易行业提供生产加工技术和大豆及大豆产品的市场信息。专业委员会则针对某一专业领域对外资企业提供针对性支援，如美中贸易全国委员会着重提供商务咨询及政府部门的联络服务，促进中美之间的商业关系，为企业提供政策咨询和市场分析；美国信息产业机构关注数据出境、隐私保护、数据安全、各地政府数据管理等话题，为亚马逊、戴尔、微软等美国大型信息技术企业进出中国市场提供精准化、专业化支援。各商协会成立政府公共事务团队，通过出席对接活动、参加各类政府会见、开展营商环境闭门会议等方式为企业提供服务。

## 二、驻华商协会在促进经贸往来中的优势

（一）驻华商协会搭建了政企沟通交流平台，有利于推动外资企业在华经营发展中的诉求得到集中解决。一是通过定期调研商会会员企业，反映外资企业经营情况、惠企政策实施效果，助推外资企业营商环境改善。如中国欧盟商会、中国德国商会等每年针对其会员企业开展调研，有助于相关部门了解外资企业在华发展概况，为进一步支持好、引导好、服务好有关国家企业寻找市场机遇、投资兴业提供相应支撑；中国美国商会、中国日本商会等商协会通过出版《美国企业在中国白皮书》、《中国经济与日本企业白皮书》等文件，披露会员企业在华的经营情况，详细评估会员企业在中国的经营环境，并提供针对具体行业领域的核

心建议。二是定期举办与各地市举办对话会、交流会等，确保外资企业意见能准确传达至有关部门，如中国日本商会定期召开日资企业意见交流会，与相关机构畅通交流渠道、形成合力，服务日资企业在华遇到的困难得到集中反映；美中贸易全国委员会在第七届进博会期间举办美资企业闭门会，与会企业围绕在中国实现持续业务增长、政府支持企业实现在华发展等集中提出意见建议，充分发挥驻华商协会在链接政企方面的桥梁纽带作用。

（二）驻华商协会链接了大量外资企业资源，有利于深入挖掘招商引资线索，助力招商引资工作。本年度，深圳市贸促会通过驻华商协会多批次、高层级的对外联络交流，提请领导会见国际经贸组织高层，收集重点招商引资线索，并及时移交至市相关部门、区跟进服务，帮助促进更多高质量外资项目落地；联合中国欧盟商会组织欧盟在华企业来深，并邀请重点企业开展座谈，期间企业提出的相关诉求均转交至深圳市相关部门跟进。

（三）驻华商协会把分散的外资企业整合为资源优势，有利于进一步加强国际经贸交流结对，助力本地企业“走出去”。今年以来，市贸促会探索“跨国企业深圳行+经贸洽谈”“跨国企业深圳行+政策宣介”等模式，持续增加全球市场“含深度”，共吸引来自各领域的300余家外资企业、300余家深圳企业参加，组织企业深入前海、河套等重大国家战略平台开展深度对接。如举办“欧盟企业深圳行”活动，邀请深圳企业到会与中国欧盟商会会员企业洽谈，开展高质量企业对接；联合中国意大利商会组织“深圳-热那亚经贸洽谈会”，邀请深圳市前海蛇口自贸投资发展有限公司等企业与热那亚航运、物流等企业开展对接洽谈，促成后续深圳企业赴热那亚考察，深入了解

港口情况。

### 三、更好发挥驻华商协会优势的对策建议

为落实好国务院《关于进一步优化外商投资环境 加大吸引外商投资力度的意见》及《深圳市进一步加大吸引和利用外资实施办法》，着力在深圳打造市场化、法治化、国际化一流营商环境，更大力度、更加有效吸引和利用外商投资，着力推动稳定和扩大利用外资规模，提高国际市场“含深度”，建议继续发挥驻华商协会优势，加强与驻华商协会的常态化沟通交流，持续发挥商协会在促进国际经贸往来中的作用，形成合力，推动深圳对外开放向纵深发展。

（一）建议建立与外国驻华商协会常态化联络沟通机制，加强对外协作。对驻华商协会进行摸底并统筹管理，提高驻华商协会对接的策略性、专业性，避免单线联系、多头联系，做到精准化、专员化对接；发挥外国驻华商协会服务双边企业对接、紧密工作交流联系的重要作用，通过与国际组织和外国商协会的合作，推动深圳加强与重点国家的经济合作，拓展海外市场，维护供应链安全，增强深圳企业的国际竞争力；定期向驻华商协会通报外资外贸工作情况、本年度工作重点等，邀请驻华商协会对我市产业政策、营商环境等建言献策，形成服务外资企业的良性沟通交流平台；建立信息共享机制，定期交换经贸信息，互换营商环境续宣传资料、互赠经贸杂志，共享经贸研究成果，并将有关政策法规、工作动态和重点经贸信息等及时推送给政府和企业，增进国际贸易和投资机会；联合驻华商协会定期邀请外资企业组团来深或举办政商对话活动，增强外资企业在深投资信心。通过建立常态化联络沟通机制，强化双边联系交

流，更好地发挥驻华商协会桥梁纽带作用，快捷高效地为深圳各部门、各行业、企业提供经贸线索，推动外资外贸招引工作更有实效。

（二）建议扩大对外联络合作网络，广泛联络各地商协会。在日常对外联络工作中发现，部分驻华商协会决策机构位于北京、上海等地，如中国美国商会、上海美国商会、华南美国商会均直属于总部位于华盛顿的美国商会，机构互不隶属，独立开展各项活动；因会员企业的决策机构多在北京、上海，两地的商协会对企业决策影响力更大。因此，建议加强定期走访，强化与驻扎北京、上海等地的驻华商协会联系，搭建合作交流平台，链接更多驻京、驻沪外资企业，积极宣介深圳营商环境，推动更多外资企业来深对接合作伙伴、开展业务、促成合作。

（三）建议针对专业委员会开展更精准的对接联系，由相关业务主管部门精准对接联系驻华专业委员会，依托委员会服务网络精准对接制药、信息通讯等“20+8”产业集群领域企业，以更有针对性解决企业市场准入、产品投产等问题。

（四）建议充分发挥利用民间社会组织在畅通供需上的作用，支持深圳市相关商协会与外国驻华商协会合作举办经贸洽谈会、政策推介会、国际贸易展览、论坛等活动，积极利用外国驻华商协会的会员资源、海外工作网络，协助双边引进外资项目，同时帮助深圳企业拓展海外市场。

# 深圳海外仓在加纳的布局策略与市场前景分析

何泽星<sup>2</sup>

随着全球化的发展，跨境电商和国际物流变得越来越重要。深圳作为中国跨境电商的中心，拥有丰富的海外仓资源和成熟的物流系统。随着加纳市场的快速崛起，深圳的海外仓开始向非洲扩展，特别是西非加纳，虽然当地物流基础设施相对薄弱，但是由于互联网的普及率高达 71.94%，而且移动支付的应用非常广泛，加纳仍然是一个有潜力的市场。

## 一、加纳电商市场的现状和需求

### 1. 加纳的经济情况

加纳的经济在过去几年有所波动，但总体保持增长。2023 年，加纳的 GDP 增长了大约 2.9%，尽管疫情和供应链问题影响了加纳经济，但经济仍有望恢复。在接下来的数年里，加纳可能会从全球商品需求的回升中继续受益。这意味着加纳的出口和整体经济增长可能会有所改善。

加纳的中小企业在农业和服务业领域非常重要。随着互联网普及，越来越多的企业开始使用数字化工具，比如在线销售和电子支付系统。这不仅帮助企业更好地开展业务，还推动了电子商务的发展，从而推动了电商需求的增加。

虽然经济表现和预期不错，但加纳也面临着高通胀和货币贬值的挑战。2024 年，加纳的通胀率下降到约 20%，但货币贬值增加了进口商品的成本，促使本地企业和消费者寻找更具性价比的商品，例如本地工厂制造的商品的价格对于消费者来说会更有吸引力。

---

<sup>2</sup> 何泽星，深圳市贸促会驻加纳经贸联络处。

## 2. 电商需求

加纳的电商市场发展迅速，目前约 800 万电商消费用户。互联网普及、移动支付的广泛使用共同推动了市场的快速扩展，电商平台提供商品种类繁多，吸引了越来越多的消费者线上购物，享受更便捷的购物体验。加纳年轻人（15 到 35 岁）占全国总人口到 38%，这些年轻人大多居住在城市地区，更容易接受电商这类的新兴产业，加纳电商的土壤正在逐渐萌芽。

在加纳电商市场中，电子产品、时尚服饰、家居用品和美妆产品是最受欢迎的商品类别。这为深圳企业在加纳设立海外仓提供了产品筛选建议。深圳作为电子产品制造和出口中心，可以通过提前在海外仓储存这些商品，快速满足旺盛的市场需求；时尚服饰和美妆产品适应了加纳年轻消费者的喜好，海外仓能够缩短交货时间，提升购物体验；家居用品的需求正在上升，也为深圳企业提供了增加库存管理灵活性的机会。

### 二、深圳企业在加纳设立海外仓的优势

**地理位置好。**加纳位于西非沿海，阿克拉是首都，而特马是主要港口，这两个地方让加纳成为连接西非市场的理想位置。通过在这里设立仓库，深圳企业可以更快、更方便地向西非其他国家发货，大大缩短运输时间。

**降低物流成本。**深圳企业可以提前将商品运到加纳，这样就不需要每次都从中国发货，节省了长途运输的费用。同时，由于货物已在当地，配送时间缩短，物流效率提高，客户能更快收到商品。

**清关更快。**加纳和中国贸易往来频繁，设立海外仓后，深圳企业可以提前批量清关，避免每次发货时的繁琐手续。这不

仅加快了产品进入市场的速度，还能更好地应对突发的市场需求。

**电子支付普及率高。**网上调研数据显示，约 59.7% 的加纳 15 岁及以上人口拥有移动电子钱包账户，据个人推断实际用户远高于 59.7%，加纳电子钱包的普及率高于银行卡用户。对企业来说，电子支付可以更快收到款项，减少了现金交易的风险。尤其是在农村地区，电子支付拓宽了电商的市场范围。

**本地化服务更便捷。**有了海外仓，退换货等售后服务变得更加简单便捷。消费者不再需要跨国退货，企业可以通过本地仓库快速处理退换货问题，这提高了客户的满意度，同时帮助企业当地建立良好的品牌口碑。

### 三、加纳的物流基础设施现状

**公路系统。**加纳的公路是其物流的主要支撑，尤其是连接主要城市和港口的道路较为完善。这让货物可以从港口快速运往全国各地。但在偏远地区，大多数道路为土路，尤其是雨季时，路况较差，严重影响运输效率。因此，虽然城市间的运输较为顺畅，但派送至农村和偏远地区的物流仍存在挑战。

**港口和机场设施。**加纳拥有两个主要港口：特马港和塔科拉迪港。其中，特马港是西非地区最繁忙的港口之一，大部分的进出口货物都需在这个港口进行报关或清关，每年处理约 150 万个集装箱。加纳的科托卡国际机场是电商物流的关键枢纽。它能快速处理来自全球的订单，特别是电子产品和时尚商品。机场周边的物流系统与本地快递服务紧密配合，确保货物能快速送达消费者，提升了电商的配送效率和客户体验。

**仓储设施。**仓储设施集中在加纳的主要城市，特别是阿克

拉和靠近港口的特马。这些仓库大多靠近主要交通枢纽，便于商品的存储和配送。虽然目前仓储设施的自动化水平较低，但随着跨境电商的发展，海外仓的需求正在迅速增加。

#### **四、开展步骤**

**市场调研。**企业需要了解加纳电商市场需求情况，最受欢迎商品款式，如电子产品的规格和时尚服饰的款式。同时，还要研究当地的主要竞争对手，如 Jumia 和 Jiji，调研他们是如何运营，一些本土成长起来的企业运营模式值得借鉴。

**选址和仓库租赁。**企业要选择靠近加纳主要物流枢纽的地方，比如阿克拉和特马，因为这些地方有便利的港口和公路交通，可以帮助货物更快地送达消费者。企业可以选择租赁现有的仓库，这样可以节省成本和时间，或者与本地仓储服务商合作，确保仓库设施符合运营需求。选择好的仓库位置对于提升物流效率和降低成本非常关键，但首都阿克拉物业租金普遍较高，每平方米月租金通常在 4 至 6 美金。

**办理注册与许可证。**企业在加纳开展业务需要进行合法的公司注册，并申请营业执照、税务登记、资金认证等手续。同时要遵守加纳的法律法规，尤其是在物流和仓储管理方面的要求。在加纳开展业务，建议与本地律所进行合作，以确保所有许可证和执照都齐全无误，避免不必要的法律和行政障碍，确保仓库能够顺利投入运营。

**仓库设施建设与技术配置。**企业需要根据货物类型和存储需求来设计仓库的内部布局，比如安装货架、冷藏设备等。同时，为了提高仓储管理效率，企业还需要引入现代化的仓储管理系统来跟踪库存、优化货物处理流程。这些技术和设施的配

置将帮助企业更高效地管理库存、减少出错率，并且提升整体物流的速度和服务质量，同时根据电商企业以往的经验，安保系统也是不容疏忽的一个重要环节。

**供应链与物流网络搭建。**需要找到本地的物流公司和快递服务商来帮助运输货物，确保能及时把仓库里的商品送到客户手中。这包括选择合适的运输方式和安排定期的送货服务。企业还需要确保与电商平台对接，顺利处理订单和发货。在解决最后一公里派送方面，加纳目前有一家深圳企业 speedaf 可以解决海外仓的物流网络搭建问题。

**清关和物流管理。**设立海外仓后，企业可以提前将大批商品集中清关，这样可以避免每次发货时都要处理繁琐的手续，节省时间。与专业的清关代理合作，可以帮助企业更快地完成这些流程，确保商品能及时进入市场，满足顾客的需求。

**库存管理与运营优化。**一旦海外仓开始运作，企业需要不断监控仓库里的库存情况，确保货物的数量和种类满足客户的需求。企业可以使用管理系统来跟踪哪些商品卖得好，哪些需要补货；定期检查库存并优化存储布局，可以提高工作效率，减少出错率。但是本地运营的过程中，仓库管理往往会是很大的难题，经常涉及到遗失、发错件，主要在于员工的培训、管理以及库房防偷盗做得不到位。

随着市场需求的增长和政府的政策支持，深圳的电商企业在加纳设立海外仓，不仅可以增强在国际市场上的竞争力，还能为未来在整个非洲市场的扩展打下坚实的基础，有助于企业抓住更多商机，获得更多市场份额。

## 粤港澳大湾区会展业协同发展新思路<sup>3</sup>

粤港澳大湾区地理位置优越，会展业硬件基础条件较好，展览馆设施、功能较为完善，国际会议举办水平具有较强竞争力，港澳会展业国际化水平全球领先，具备协同发展、实现新飞跃的坚实基础与优势。与此同时，大湾区会展业也面临国际影响力有待加强、湾区内各城市会展业竞争激烈、专业人才缺乏、国际化程度有待提高等挑战。需要从打造具有全球影响力的展会“IP”、提高大湾区会展配置全球资源能力、提升展会质量与市场监管水平、探索先行先试的政策支持等方面发力，通过重点打造“国际会议+专业展览”模式、提升大湾区会展专业化运营水平、构建具有显著带动效应和引领功能的会展产业链生态、完善大湾区会展协同创新发展机制等，促进大湾区会展业协同发展。

会展业是现代服务业的重要组成部分，在产业发展规模壮大的同时可以拉动关联产业加速发展，在城市发展中可以产生显著的经济效益与社会效益。推动粤港澳大湾区（以下简称“大湾区”）会展业协同发展，有助于为大湾区现代服务业培育新的经济增长点，推动粤港澳产业深度合作。

### 一、大湾区会展业协同发展的基础和优势

从国内外发达地区经验看，地理位置便利、场馆设施完

<sup>3</sup> 来源：“综合开发研究院”公众号。作者杨秋荣，中国（深圳）综合开发研究院港澳及区域发展研究所。

善、管理服务高效等，是会展业发展的重要因素。大湾区会展业硬件基础条件较好、服务水平较高，与港澳的合作基础等方面均具备突出优势，中心城市在国际会展排名中位于领先地位，具备会展业协同发展、实现新飞跃的坚实基础与优势。

### 1. 综合实力和竞争力全国领先

大湾区会展业具有较强的综合实力与竞争力，硬件水平与服务水平日益提升，各项指标排名在全国乃至全球处于领先地位，是大湾区现代服务业高质量发展的重要支撑。中国会展经济研究会发布的《2022年中国城市会展业竞争力指数报告》显示，中国城市会展业竞争力指数总榜位列前五名的城市为广州、北京、深圳、成都、上海。大湾区中广州、深圳分列第一和第三。广州连续8年获“中国最具竞争力会展城市”称号，处于国内领先地位。《2022年度中国展览数据统计报告》显示，2022年，广东拥有展览场馆41座（表1），排名全国第一。现阶段，大湾区中广州、深圳两座“会展之都”领先国内，香港则是“世界会展之都”，初步形成了以广州、深圳、香港为核心，澳门、珠海、东莞、中山等协同发展的国际展会都市圈，可举办各种不同类型的国际展览。

从展览馆室内可租用总面积看，2022年，广东展览馆总面积约256万平方米，位居全国第一（表1）。其中，有三个城市超过了20万平方米，分别是广州（70.68万平方米）、深圳（52.5万平方米）、东莞（23.36万平方米），排名依次为全国第二、第三、第二十。大湾区不少城市单个展览馆面积超过10万平方米（表2），值得注意的是，位于前海的深圳国际会展中心以超大体量、完备功能成为其重要优势。深圳国际会展

中心一期总建筑面积 160.5 万平方米，排名全球第二，国内第一。《中国展览经济发展报告 2022》显示，2022 年各城市办展面积中，上海、广州、深圳、北京 4 市展览面积位居前四。

表1 2022年主要城市展览馆室内可租用总面积一览

序号	省份	展馆数量	展览面积(万平方米)
1	广东	41	256
2	山东	39	194
3	江苏	31	94
4	湖南	28	50
5	浙江	23	82

资料来源：根据公开资料整理。

表2 2022年大湾区10万平方米以上展览馆一览

展览馆名称	城市	室内展览面积(平方米)	全国排名
中国进出口商品交易会展馆	广州	504000	1
深圳国际会展中心	深圳	400000	2
广东现代国际展览中心	东莞	130000	21
深圳会展中心	深圳	105000	31
佛山潭洲国际会展中心	佛山	100000	34
珠海国际航展中心	珠海	100000	35

资料来源：根据公开资料整理。

## 2. 国际会议举办水平具有较强竞争力

《2023 全球会议目的地竞争力指数报告》显示，北京、香港、上海、台北、成都 5 市进入全球会议目的地城市竞争力前五名，反映出这些城市具有优良的会议目的地专业竞争力。从香港看，创科、医疗、金融服务及教育等不同领域、不同行业的大型会议选择在香港举办，日益增长的国际会议需求为香港国际会展带来更广阔的发展空间。香港于 2020 年推出香港国际会议大使计划，会议大使已成功牵头或转介多个大型会议在香港举办，充分展现出香港作为“超级联系人”的独特角色，凸

显香港成为大湾区会展之都的重要地位。从深圳看，深圳国际会展中心拥有不同类型的会议室超过 100 个，会议设备先进，可举办国际大型会议。在推进展会国际化、品牌化的同时，深圳国际会展中心积极扩容会议空间，提升会议举办国际化水平。媒体采访室、媒体发布厅配备相应装置以保障媒体会议的顺利举办。从广州看，广州拥有白云国际会议中心，是华南地区首个拥有超百间会议室、超千间客房，具备超万人接待能力的会议会展综合体，会议、酒店、展览、餐饮、演出等功能齐全，位列 2022 年度“中国会议酒店百强奖”榜首，可承办国际高端会议，助力提升大湾区国际会议的影响力。

### 3. 港澳会展业国际化水平全球领先

香港、澳门的会展业发展具有较强的国际竞争力，在大湾区中可发挥引领、示范作用，这是大湾区会展业协同发展的核心力量。《2021 全球会议目的地竞争力指数报告》显示，会议目的地城市竞争力指数排名中，香港、澳门分列第一、第七。香港是世界知名的会议、展览城市之一，也是“亚洲最佳会展奖励旅游目的地”、亚洲知名的世界级会议之都，拥有多个专为会议及展览活动而设的世界级场地，备有一流的配套设施，以及超过 50 个大小不同的会展场地。香港可提供的总展览面积已超过 15 万平方米。2020 年，香港被评选为亚洲“最佳会议城市”，并被中国旅游业界奖评选为“年度期待境外会奖旅游目的地（短途）”。澳门拥有超过 19 万平方米的会展场地及 4 万间酒店客房，可举办万人规模的活动。澳门对 81 个国家赋予免签证入境待遇，并落实《内地与澳门关于建立更紧密经贸关系的安排》，为内地参展参会人员提供签注便利。澳门会展业已

经具备国际竞争力，得到专业机构的认可。2023年，澳门被亚洲知名会展杂志 M&CAsia 评选为“最佳亚洲会议城市”，是举办大型会议的理想目的地。

#### 4. 大湾区会展业迎来新的发展机遇

产业协同发展是大湾区建设纵深推进的重要体现。目前，会展业协同发展成为大湾区一体化建设的强大支撑，也迎来新的发展机遇。一是制度叠加新机遇。2021年，广东省商务厅印发《广东省推动会展业高质量发展若干措施》，对经营主体、行业市场秩序、模式创新等给予大力支持。在推动大湾区内地城市与港澳的会展合作方面，2015年12月签署的《服务贸易协议》，采用正面和负面列表的混合模式，为香港业者提供优惠准入。根据最新的《修订协议》，从2020年6月1日起，香港服务提供商可在内地举办展览的地域，取消以跨境交付方式举办展览的地域限制，措施将从试点省市扩展至内地全境实施。制度叠加的优势，使大湾区会展业可更深层次、更广领域地推动深港两地合作。

二是后疫情时代为会展业带来新的发展空间。疫情全球大流行给全球会展行业带来巨大冲击，2020—2022年，我国各会展主办单位规模普遍下降，境内涉及国际展商和观众的展览内容受到较大影响。随着世界经济复苏进程加快，我国会展市场在2023年也逐步复苏。根据《中国展览经济发展报告2023》显示，2023年，我国积极推动线下展会，境内展览市场需求旺盛，经贸类展会总面积达1.41亿平方米，同比增长153.3%，会展业呈现全面恢复态势并已超越疫情前水平。会展业在我国及全球经济增长中继续发挥重要作用，扮演关键角色。

## 二、粤港澳大湾区会展业协同发展面临的挑战

虽然大湾区会展业发展具备较强的综合实力与竞争力，但仍存在区域协同发展程度较弱、区域内竞争激烈、高质量专业人才缺乏等问题，制约了会展业的发展。如何发挥区位优势和展馆优势，整合会展业资源，更好地推动大湾区会展业协同发展，是需要重点解决的问题。

### 1. 大湾区会展业协同发展程度较弱

从大湾区城市会展业的发展特点来看，香港会展业市场化、国际化、专业化程度较高，国际客源市场广阔及办展经验丰富，大湾区内地城市制造业发达、腹地资源广阔、展馆设施先进。两地会展业各有优势，可以实行优势互补，但由于资源整合不强、规则机制衔接不足，协同发展效能无法最大化。目前，粤港澳三地会展产业功能存在重叠、发展目标相似问题，三地缺乏深度合作，展会泛滥、低水平重复建设等情况突出，粤港澳三地会展产业的专门协调机制尚未建立健全。粤港澳三地经济制度、社会制度存在较大差异，尽管《CEPA 经济技术合作协定》加快了粤港澳三地在经贸、技术、金融等方面的合作交流，但在资本、人才、信息等市场要素流动方面仍存在诸多梗阻，给三地开展会展业的深度合作带来较大挑战。目前港澳与内地虽在积极推行“一会两地”“一展两地”，但是在实际操作中尚存一些障碍。一方面，内地与港澳法律体系不同，会展主办方对“一会两地”或“一展两地”可能出现的法律许可手续、服务标准、财会金融保险规则，以及商业、服务纠纷的司法审判、仲裁、从业人员权益保障等方面的风险存在忧虑。另一方面，“一会两地”“一展两地”可能会使部分会展项目

主办方增加活动筹备运营投入，导致参会者、参展商及专业买家等参会过程复杂化，影响“一站式”会展体验。此外，随着大湾区内地城市与港澳合作的不断深化，各城市竞相与港澳合作推动会展业发展，出现了资源抢夺现象。如何协调好港澳与大湾区内地城市的关系，仍是大湾区会展业协同发展面临的问题。

## 2. 大湾区各城市会展业竞争激烈

大湾区是会展密集举办的区域，现阶段，广州、深圳、珠海等市形成了广交会、高交会、航博会等一批国际高端展会。香港是亚洲的世界级会展业中心城市之一，澳门拥有全球休闲娱乐和会议中心。东莞、佛山等地积极探索会展服务模式创新，加强培育会展品牌，举办全省及全国的重要展会。大湾区各城市已发展了一批具有当地特色的专业型展会，加强了会展经济的发展。2021年，广州提出“打造全球会展之都”的建设目标，积极加快会展业发展。东莞会展业快速发展，加博会、漫博会、智博会等一系列高规格展会影响力比较大，“产地办展”模式取得成功实践。佛山潭洲国际会展中心将打造成“工业会展第一馆”。大湾区各城市的特色展会如表3所示。由于会展资源重叠，各城市会展业发展面临较激烈的竞争。

表3 粤港澳大湾区主要城市特色会展一览

城市	特色展会
广州	广交会、广博会、国际家具博览会、国际建材博览会等
深圳	中国国际高新技术成果交易会、中国（深圳）国际文化产业博览交易会、医疗器械博览会等
珠海	中国国际航空航天博览会、亚洲3D打印展等
佛山	中国（广东）国际“互联网+”、陶瓷及卫浴博览会等
东莞	21世纪海上丝绸之路国际博览会
香港	电子、珠宝等专业展会，亚洲金融论坛、亚洲物流及航运会议等。

资料来源：根据公开资料整理所得。

### 3. 大湾区内地城市会展业专业人才缺乏

现代会展业涉及面广、系统性强，对运作人才综合素质要求较高。大湾区会展业国际化人才缺乏，制约了其国际推广和国际交流合作。目前大湾区拥有的会展专业人才不足，会展策划师、会展工程师、展览设计师、品牌策划经理等人才缺乏。总体上看，会展人员大多素质不高，专业知识与培训欠缺。一方面，学历教育未成体系，虽然目前部分城市的大专院校开设了会展专业，但尚未形成专业体系。在培训认证方面，也缺乏高层次培训。另一方面，展览公司管理人员专业知识不足，造成展会水平普遍不高。总体上看，大湾区会展专业人才的培养仍有待完善与提升。而香港每年举办众多国际性展览会、会议和交流活动，经验丰富，相关专业性人才众多，可以为大湾区其他城市的会展业界提供高级管理人才。

### 4. 大湾区会展业国际化程度有待提高

与国内外先进国家和地区相比，大湾区会展业国际化程度仍有待提高。例如，第17届深圳国际供应链和物流博览会于2023年召开，有2000多家公司参展，其中，来自近40个国家和地区的国际展商占比仅20%，与在大型展会中海外展商比例高达百分之六七的德国相比，差距较大，反映出大湾区会展的国际化水平亟待提高。根据德国展览业协会（AUMA）的统计，每年有大约150场国际性展会和会议在德举行，吸引18万展商和上千万观众参加。即使与上海会展业相比，大湾区也存在不小差距。2023年，上海组织了246个国际展，共计1471万平方米的展出面积，占整个市内展览总面积的84.93%。对于内地而言，上海是国际大展不可或缺的场所，有多个行业带动力、国

际影响力大的大型展会都在上海举办，进一步提升了行业关注度和国际影响力。

### 三、粤港澳大湾区会展业协同发展的着力点

#### 1. 打造具有全球影响力的展会“IP”

举办大型展会是区域会展业协同发展的核心驱动力。上海举办的国际进口博览会，是世界上第一个围绕进口举办的国家级博览大型盛会，实现了国际商品贸易史以及交往交流史的创举，也是上海作为国际性大都市打造世界开放型城市、建设卓越全球城市的重要推手。德国汉诺威工业博览会、慕尼黑工程机械展、柏林国际电子消费品展（IFA），美国拉斯维加斯消费电子展（CES），西班牙巴塞罗那世界移动通信大会（MWC），以及纽约、伦敦、巴黎、米兰等国际时装周等，这些展会都成为发达国家和城市的重要名片。打造大型规模和具有全球影响力的展会“IP”，对于提升大湾区知名度和国际影响力具有重大的现实意义。因此，一方面，积极争取中央政策支持，力争中国国际服务贸易交易会、中国国际消费品博览会、博鳌论坛等同级别展会论坛落户大湾区，以打造大湾区展会新标识，吸引更多高质量的参展商，提升展会水平。另一方面，通过加强与国家级行业协会、学会以及世界500强、中国500强企业开展交流，强化与国内外知名会展集团互动合作，为展会带来更具国际视野及适应本土化发展的新思路，拓展行业新赛道，加快与行业新动态、新趋势、新产品、新技术相结合，推动举办多品类、多渠道、多元化的展会，打造引领行业新趋势、新风向的大湾区新“IP”，助力企业抢占行业市场先机。

#### 2. 提高大湾区会展配置全球资源能力

提高大湾区会展配置全球资源能力，是增强大湾区全球影响力和国际竞争力的关键。从国际会展协会看，国际知名会展组织及世界展览业协会等机构，是链接高端会展资源的知名机构。与这些机构开展交流合作，有助于大湾区提高展会举办水平，促进跨国界的产品交流，加强展会服务业及展会举办专业技能的交流，特别是在开展国际认证，提升专业化、国际化水平等方面，助力大湾区会展企业建立海外联络机构和营销网络，提高境外参展办展水平，推动企业拓展与产业链新的合作机遇，以及链接到更加多元化的渠道资源，对于大湾区打造会展与产业创新集群良性互动的发展生态圈具有重要的现实意义。

### **3. 提升展会质量与市场监管水平**

举办高质量的展会，需要规范的展会信息宣传、违法监督机制、知识产权保护、投诉处理以及备案登记等作为重要保障，确保会展业有序竞争、规范办展。需要建立健全参展产品追溯制度、参展企业质量承诺制度，支持相关主体创新监管手段，提升参展商、采购商维权处置能力。因此，要加大展会知识产权保护力度，鼓励法律、知识产权等专业机构为大湾区会展企业、展会活动提供专业服务，助力会展业更好地开展协同发展。此外，明确举办方主体责任和各方监管责任，加强部门联动，完善赴境外办展参展管理，规范组展秩序，提升企业的风险防范能力，确保境外办展参展安全，形成公平竞争、规范有序的会展业市场秩序。

### **4. 探索先行先试的政策支持**

大湾区会展业协同发展，离不开各政府部门的政策支持。

会展涉及面广，包括事中事后监管机制，纠纷问题的解决，展品、人员通关的便利化，会展经济统计监测体系的构建，以及场馆建设运营，制定会展服务、会展经营、绿色会展、评估认证等标准。此外，支持展会资源整合、展会品牌孵化，创新金融产品等的资金支持等，同样需要政府的大力支持。要加强发改、海关、出入境、边检、商务、文旅、市场监管等部门协同联动机制，出台专项政策支持，更好地推动大湾区会展业协同发展。

#### **四、粤港澳大湾区会展业协同发展的路径**

在全球产业链重组、经济发展面临不确定性的形势下，大湾区会展业发展应化危为机，一方面，提升大湾区会展业发展的综合竞争力；另一方面，加快制度创新与开放，推动区域内各个城市间协同发展，加快整合区域资源。可以通过重点打造“国际会议+专业展会”模式，提升大湾区会展专业化运营水平，构建具有显著带动效应和引领功能的会展产业链生态，完善大湾区会展协同发展机制等，加快推进大湾区会展业协同发展。

##### **（一）重点打造“国际会议+专业展会”模式**

###### **1. 举办大型特色专题展会**

一是争取高层级会议论坛落地大湾区，积极引入集成电路、装备制造以及汽车零部件、航空航天、纺织服装等业内处于领先地位的知名品牌展会。举办主题论坛、大会、比赛及互动体验活动，提升境内外专业采购商规模，为展会带来更具国际视野及适应本土化发展的新思路，拓展行业新赛道。聚焦行业新动态、新趋势、新产品、新技术，举办多品类、多渠道、

多元化的展会。打造引领行业新趋势、新风向的大湾区新“IP”，助力企业抢占行业市场先机。

二是重点打造国际知名的专业展会。围绕高新技术、机械制造、文化产业、品牌服装、时尚家居等品牌展会，结合大湾区的优势产业，丰富展品展示，吸引更多的客商参展、观展，扩大展会规模。以大型品牌展会为重点，积极举办国际展览业协会认证的展览。大力提升展会的外国展商面积以及外国观众所占比例。同时，支持电商企业、贸易公司对接境外货源，为会展企业提供全方位服务。打造以“大湾区为中心、链接全球、辐射全国”的知名展会，汇聚全球先进国家及地区的品牌企业、国内外知名供应商，通过新模式、新场景、新渠道，领航规模最大、最具行业影响力的大型展会，吸引专业观众到场，提升展商的参展效益和品牌推广效率。加强与国际展览业协会、国际大会及会议协会等会展国际权威机构合作，推动大湾区会展企业、会展场馆、会展行业组织等争取国际机构认证，提升会展国际知名度。

## 2. 提升国际会议举办水平

以举办“国际会议”作为重要导向，更多更好地与香港共同举办国际知名国际会议，发挥大湾区对外辐射功能，优化会展业发展环境。聚焦人工智能、集成电路、生物医药等领域，支持举办国际学术会议，促进国际企业及知名技术专家到大湾区开展交流合作，推动大湾区内地企业及时了解国际技术发展趋势，加快核心技术的创新。强化和国际知名培训机构间的合作，尽可能每年举办若干得到国际会议协会认定的知名会议，让大湾区国际会议举办水平得以提升，尽快成为亚洲会议主要

目的地。

### 3. 支持大湾区举办“首发、首展、首秀”等展会，打造“全球新品首发地”

鼓励大型企业到大湾区举办“全球首发、中国首发、华南首秀”等展会，满足半导体、消费电子、医疗器械、新能源汽车、航空航天等高速发展的需求，打造多行业多领域的“新品新技术首发地”，吸引各大展会秀出新技术、展示新产品。通过吸引国内外大型企业参展，推动新品全球首发，吸引国内外厂商、观众到大湾区参观洽购，加快新载体新项目首落地，为大湾区经济高质量发展打造新增长点。

## （二）提升大湾区会展专业化运营水平

### 1. 增强大湾区会展的市场化运营管理能力

借鉴发达国家及我国香港、澳门等地会展业发展的先进经验，持续创新市场运作模式。德国是世界领先的会展强国，政府部门在会展场馆建设、会展发展政策制定等方面发挥积极作用，具有较高的会展经营管理市场化水平，实现了大型会展公司运作，促进了会展企业高质量发展。从香港的经验看，香港会议展览中心作为本地主要大型会议及展览场地，由专业的私营管理营运公司即香港会议展览中心（管理）有限公司负责日常营运，公司提供行政管理、会场预订、租务策划、项目统筹、市场推广等服务，会展中心举行的活动包括展览、大型会议、讲座和宴会、企业活动、文娱表演等，高度的市场化运作以及世界级的专业服务，为香港本地带来巨大的经济效益，不断提升了香港的国际形象。大湾区应借鉴国内外先进经验，以合展、合资等形式与境内外知名会展公司合作，通过高度市场

化运作，为客户和参会者提供国际化的专业服务，保持大湾区会展业发展的持久活力。

## 2. 推动线上线下会展融合发展

双线融合发展，线上辅助可使线下的功能得到更广泛推广。建议大力引进大数据以及人工智能等多种先进技术，为会展公司构建应用会展新模式以及新场景提供支持。推动“会展+元宇宙”融合发展。元宇宙会展是线下会展的衍生，是线下会展功能体验的补充。大湾区可利用视频远程连线技术、声学仿真等推动元宇宙会展发展，提升双线会议会展轻量化虚拟结合会议体验服务。发挥广州、深圳等城市元宇宙主题博览会的优势，利用 AI 技术等，加强 VR 技术应用。大力构建沉浸式元宇宙场景，提升云体验、云展览等一站式云服务，推动虚拟技术在会议会展中的应用。以新技术的应用，布局会展业的上、中、下游相关领域，丰富会展活动体验，打造大湾区会展元宇宙平台，实现展会线上与线下的深度融合。

## 3. 积极培养会展专业人才

相比发达国家与地区，大湾区会展专业人才培养仍存在较大差距。行业发展和创新的主体是专业的会展从业人员，大湾区应借鉴国外人才培养模式，促进大型展览企业与大湾区高校合作办学，将会展市场当作导向，科学遴选培训材料，培育高质量会展人才，重点培养熟悉会展理论与实务、相关政策法规，擅长会展策划、设计、管理、运营、评估的会展业领军人才。不断吸纳国外高端复合型会展人才，提高大湾区会展人才队伍质量。加强与国际会议研究及培训中心（CIMERT）合作开展高端会展人才培养项目，对其授课费、场地租赁费用、培训

宣传费等各项费用给予补贴，培养具有国际视野和创新能力的大湾区一流会展业复合型人才，推动大湾区会展模式对外输出，扩大国际影响力。

### **（三）构建具有带动效应和引领功能的会展产业链生态**

推动大湾区会展与其他优势产业协同发展，完善会展产业链生态，是增强大湾区会展综合竞争力的重要路径，需要通过产业的融合及区域的创新合作，推动大湾区会展业发展。

#### **1. 整合大湾区会展资源，强化产业链、供应链展览**

以大型展会为平台，推动物流、贸易咨询、商事法律、创意设计、金融、文化旅游等供应链服务。加快发展交通、旅游、餐饮等关联产业，强化会展对整体产业经济的带动作用。从产业、资金、市场等方面实现会展资源要素的集聚、流通与整合。整合地方政府、组展商、配套企业等多方资源，实现会展业良性运行。发挥大湾区一流的展览场馆资源优势，形成具有显著带动效应和引领功能的会展全产业链，打造会展经济发展高地。加强金融服务保障，通过贷款贴息、专业保险等方式，激发会展中小企业活力，促进会展产业链协同发展。

#### **2. 加强大湾区各城市会展业的紧密合作**

明确大湾区各城市会展产业定位与分工，在会展主题、展期等方面实行错位发展，做到合理分工、功能互补。支持香港、澳门等大型展会在大湾区举办分会场。支持广州、深圳、珠海、佛山、东莞等相邻城市间合作，在航天航空展、文化展等方面协调发展，形成产业链、创新链相互促进的良好格局。依托泛珠三角城市会展联盟等，加强信息交流、人才培养、品牌培育、文旅宣推，促进会展经济区域协同发展。整合多方资

源优势，汇聚行业资源，携手中国国际贸易促进委员会、广东省进口食品协会以及具有丰富办展经验的国际展览公司，提升大湾区行业影响力，发挥政府、企业和行业协会的合力，为会展业推动大湾区各城市资源整合提供创新经验和成功范例。

### **3. 推动绿色会展协同发展**

鼓励大湾区发展绿色会展，鼓励会展主办方制定绿色会展一站式解决方案，搭建绿色展台，明确会展及活动碳排放计算依据等，鼓励能源与材料的节约利用，减少因会展业发展而带来的环境污染，强调各个环境的资源整合，优化行业上中下游优质资源配置，支持会展产业与其他产业的深度融合。坚持绿色发展理念，明确大湾区绿色会展运营与管理要求，以低碳、零排放举办绿色会展为导向，注重可操作性，覆盖会展全产业链运营与管理主体，建立健全绿色会展运营与管理制度与机制，规范绿色会展行为。打造可持续发展的绿色会展运营与管理的“湾区样本”，引领、规范会展行业绿色发展。

#### **（四）完善大湾区会展协同发展机制**

##### **1. 积极开展会展项目合作，优化会展业跨境合作机制**

围绕大湾区的重点产业举办更多高端会议和品牌会展，大力支持大湾区内地城市与港澳共同制定“一会（展）三地”“展会北上”的重点展会清单，共建国际会展之都。以粤港澳大湾区服务贸易大会、粤港澳经济技术贸易合作交流会、知识产权博览会等展会为重点，推动协同创新发展，支持内地参与香港电子展、澳门国际贸易投资展览会等展会活动，深化粤港澳三地会展业合作。鼓励港澳机构在粤独立办展，引进香港及国际知名会展企业在大湾区设立分支机构，借鉴其经验，开拓国际国内会展市场。支持大型展会纳入“粤贸全球”广东商品

境外展览平台，发挥展会平台推动外贸企业增加订单、拓展市场的积极作用，帮助粤港澳及内地企业配对全球资源。借助香港丰富的会展资源及国际合作渠道网络，支持内地与港澳联合办展，通过专项资金补贴，鼓励大湾区内地积极参与香港具有国际影响力的大型展会。

## 2. 以横琴、前海等区域为试点，率先与港澳会展业加快协同创新

会展业在粤港澳三地的发展潜力、产业基础以及独特优势具有一定的发展特色，粤港澳三地会展产业可通过优势互补，实现差异化发展，以横琴、前海、南沙等为试点平台，探索设立会展试验区，推动粤港澳会展产业深度合作，规范数据统计，加快大湾区会展业标准体系建设，促进制度创新与政策突破，让这三个地区办展的各项手续与程序得到简化，强化构建定期培训机制以及业界交流拓展等方面的密切合作。

## 3. 加强与大湾区会展招商引资工作的联动性

以“展前定位、展中跟进、展后追踪”为原则，推动大湾区各城市联合招商，预先接洽商务客，了解投资意向。展会期间联合港澳共同推介大湾区投资营商环境，展后共同拓展会展市场，根据商务客的需求提供协助与服务。通过国际大型会展活动，发挥大湾区会展商贸政策及优势，促进区域性的联动发展。加强与“一带一路”沿线国家行业协会的交流合作，吸引高质量参展商、采购商等到大湾区参展。在资金来源上，探索设立粤港澳会展协同创新专项资金，争取政府支持，推动大湾区会展项目协同创新发展。建立大湾全球供需沟通交易中心，面向全球释放场馆运营、会务服务以及项目招引等方面需求，吸引更多国内外优质项目和投资者到大湾区举办大型展会。

# 出口企业如何有效应对海外客户的欠款问题： 四步走策略<sup>4</sup>

随着全球化的深入发展，外贸出口企业经常会遇到海外客户拖欠货款的情况。面对这些挑战，很多企业主急于寻找“一招制敌”的方法，希望能快速追回欠款，然而现实中并没有如此简单的解决方案。本文将详细解析出口企业应对海外客户欠款的四步策略，帮助您从容应对复杂的催收问题。

## 一、厘清认知：避免“一招制敌”的误区

在很多外贸公司主寻求法律或催收机构帮助时，容易陷入一个误区——期望通过某种神奇的“手段”立即要回欠款。然而，现实往往没有这么理想。专业的催收需要合理的策略和清晰的逻辑支撑。因此，在开始任何催收行动之前，务必厘清以下几个基本认知：

**不要期待神奇手段。**专业机构不会承诺“一招制敌”式的解决方案，所有的行动都是基于法律和商业逻辑展开的。

**理性对待成本与回报。**专业的机构会分析行动成本、成功率，并给出建议，务必根据这些建议做出理性判断，而非被不切实际的承诺所吸引。

了解这一点可以避免您在催收过程中不仅没有追回欠款，反而可能因不合理的期望付出更多的费用。

## 二、梳理债权：清晰确认客户欠款

在正式开展催收工作之前，必须首先确认客户的欠款状况。这一步非常关键，它决定了后续催收策略的可行性。债权

---

<sup>4</sup> 来源：涉外律师说。作者：周誓超，上海兰迪（深圳）律师事务所执行主任、高级合伙人，兰迪周誓超律师团队；赵雅芳，兰迪律师事务所国际投资与贸易部律师。

梳理可以从以下几个方面展开：

**客户是否认可欠款。**如果客户完全承认欠款并对账清晰，债权的确认相对简单。如果客户虽然认可欠款，但未曾对账或对数额有分歧，证据的完整性就显得尤为重要。

**客户是否有争议。**客户可能会借口产品质量、交货延迟等问题，提出异议。在这种情况下，必须准备齐全的交易证据，包括订单、合同、发票、提单、报关单、装箱单以及客户确认收货的记录。

完整的证据链对于任何后续的催收或法律行动都至关重要，是您证明债权有效性的基石。

### **三、背景调查：全面了解客户情况**

在进入具体的催收行动之前，对客户的背景进行详细调查至关重要。这不仅是为了掌握客户的还款能力，还能帮助制定更有效的施压策略。

**了解客户的商业模式。**您需要知道客户的业务规模、经营状况、主要市场及销售渠道。例如，客户是否有自己的品牌，是否在线上销售，是否有社交媒体宣传或参与展会等。

**抓住客户的痛点。**了解客户的商业模式不仅是为了判断其偿还能力，更重要的是找出其业务拓展中的关键点。如果客户重视品牌声誉或供应商账期支持、信用保险支持等，您可以在施压时利用这些痛点。

通过全面的背景调查，您可以从合同争议之外的层面找到施压的切入点，提高催收成功的可能性。。

### **四、确定并执行催收策略**

在前面几步做好准备后，您就可以根据实际情况制定催收策略并加以执行。通常可以采用以下几种方式：

**发律师函并展开谈判。** 律师函并不是解决问题的关键，而是一种姿态，表明您非常严肃地对待此事。通过律师函施压，配合谈判，可以在一定程度上促使客户还款。

**借助客户背景进行施压。** 结合客户背景，找出其重视的事项。例如，通过客户的社交媒体或展会参与情况，找到施压点，表明如果客户不还款，可能会对其开展业务造成影响。

**选择诉讼途径。** 如果欠款金额较大（通常 50 万美元以上），可以考虑通过客户所在国的法院提起诉讼。虽然诉讼成本较高，但对于大额案件，投入产出比更有利。

**仲裁或中国国内诉讼。** 如果双方在合同中约定了仲裁条款，您可以通过国际仲裁解决争议。仲裁速度相对较快，且全球范围内的执行力更强。如果客户在中国有资产或业务，可以考虑在中国起诉并冻结其资产，增加施压力度。

无论采取何种策略，核心都是以最小的投入获取最大的回报。在做决定时，务必根据成本效益分析来选择合适的催收方式。

### **结语：理性选择催收途径**

面对海外客户的欠款问题，很多企业主常常因为急于追回货款而做出冲动的决定。然而，现实是催收成功率并不高，是否启动法律程序应根据投资回报率（ROI）进行理性分析。衡量不同途径的成本和可能的回报后，才能决定是否值得继续追讨。

希望通过本文的四步策略，能帮助您在面对海外催收时更加理性，从容应对，减少不必要的损失。外贸公司老板能够系统了解催收的完整流程，避免盲目行动，实现更有效的债务回收，帮助企业主更有条理地进行海外催收。

## 【企业直通车】

# 华巨臣集团：深耕本土、连接世界

## 一、企业介绍

深圳市华巨臣集团（简称“华巨臣”），是一家集展览展示、会议节庆、投资基金、文化传媒、实体商业、现代产业园等业务为一体的综合性集团公司，是中国商务部第一批展览业重点联系企业、广东省重点农业龙头企业。

华巨臣始终坚持“品牌化、市场化、专业化、国际化”发展理念，集中围绕大健康和美好生活领域，竭力打造茶博会、食博会、珠宝展、金博会等专业题材展，每年在国内外近 30 个城市，举办 50 多场展会，年办展面积超过 100 万 m<sup>2</sup>，展会平台促进年均交易额超 1000 亿元。深耕茶产业近 20 载，建立了包括华巨臣茶博会、茶阅世界商城、好茶仓创新产业园等为一体的茶产业多层次服务平台。

## 二、企业办展经验

心怀“让好茶走出大山”的美好愿景，自 2008 年在深圳开启茶博会序幕至今，华巨臣已经在茶行业深耕 16 载。目前中国深圳国际茶业博览会已成为全球规模最大的茶博会，展览面积达 10 万 m<sup>2</sup>，获全球展览协会（UFI）认证、中国农业展会分类认定专业展 AAAA、中国农业展会“十大品牌展会”与“优秀展会”、深圳市品牌展会。通过市场化运作，2010 年开始，“深圳茶博会”的办展模式复制推广至全国，华巨臣先后运营执行由农业农村部 and 浙江省人民政府共同主办的唯一国家级茶博会

“中国国际茶叶博览会”，承办“国际茶日”中国主场活动，首届均获得习近平总书记的贺信；同时还走进产区，策划承办中国云南普洱茶国际博览交易会、中国西安国际茶产业博览会、海峡两岸茶业博览会、山西药茶品鉴展示活动、楚茶论坛、潮州工夫茶大会、西双版纳普洱茶交易会、中国（广西）六堡茶斗茶大会、信阳茶业博览会、中国（黄山）茶产业发展大会、勐海（国际）茶王节、勐腊（国际）贡茶文化节、广西春茶节等上百个产区政府展会和文化节，助力唱响区域公用品牌，推动乡村振兴，弘扬中华优秀传统文化，成为全国各地政府引进市场化办展的成功典范和首选平台。

凭借在茶博会领域的专业办展经验及团队优势，深入践行习近平总书记“大农业观、大食物观”，2023年华巨臣积极响应市委市政府及相关政府主管部门的号召，承办了由深圳市人民政府、广东省农业农村厅作为指导单位，深圳市市场监督管理局、深圳市商务局、深圳市乡村振兴和协作交流局、深圳市贸促委作为组织单位，中国绿色食品协会作为主办单位的2023全球高端食品及优质农产品（深圳）博览会（以下简称深圳食博会），加速打造广东省现代农业与食品超万亿级产业集群，推动乡村振兴、助力农业强国建设。首届深圳食博会展览面积达5.25万平方米，参展企业1600家，汇聚全国33个省级行政区，95个市，427个区县的产品，43个地区政府组团，36个国家及地区参展参会，展期打造163场产销对接活动，据不完全统计现场签约超292.158亿元，现场人流超20万人次。

深圳食博会汇聚来自全国乃至全球的优质食品、农产品，进一步畅通食品及农产品产业链，搭建引领食品及农产品领域

的国际合作交流平台和一站式贸易平台。2024年深圳食博会，将于12月7日至9日在深圳会展中心（福田）举办。展会以“环球美味 点食成金”为主题，邀请30多个国家（地区）企业参展，展品涵盖大湾区美食及“圳品”、优质农产品、休闲食品、餐饮食材及预制菜全等产业链，打造FoodXplorer 餐饮创新论坛、中欧国际食品创新论坛、2024“食极星”国际厨皇烹饪创新大赛、2024湾区国际咖啡文化节及系列产销对接活动，向全国乃至世界展示各地食品行业的发展成果，助推食品及农业产业发展。

立足深圳、引领湾区、辐射全国、连接世界。2024年，华巨臣响应政府主导型展会“市场化”改革方向，承办了由市政府主办，市贸促会、市地方金融管理局、深圳国际商会承办的第十八届深圳国际金融博览会（以下简称“金博会”）。开启了深圳金博会的首次市场化运作。第十八届深圳金博会11月7日至9日在深圳会展中心（福田）9号馆举办，罗晁浩副市长和中国人民银行数字货币研究所所长穆长春等出席开幕式。本届金博会以“激发金融新动能、助力新质生产力”为主题，首次与深圳国际金融科技节共同展出、共同办会、共同发布、共同开幕，160余家境内外知名金融机构、金融科技企业、交易平台、高等院校等参展，按“1+N”方式举办了“大湾区科技产业金融一体化发展大会”主论坛等7场专业研讨会，20余场产融对接交流活动，超500名学术界、金融界、产业界嘉宾到场到会，累计入场达3万余人次，集中展示了深圳金融改革创新成果，精彩讲述了深圳金融“好故事”，在深化深港澳合作、推进大湾区科技金融一体化发展、促进产融学研对接、提升金融

服务实体经济质效等方面均取得了新突破。

深耕本土、连接世界！华巨臣服务 5 万多家企业、与 100+ 产区政府合作、全球 800+ 行业意见领袖、30 万经销商、500+ 行业协会与机构长期合作，举办超万场专业行业论坛/赛事等活动，获全球近 36 个国家/地区展商与 56 个国家/地区海外观众、150 万+专业买家、1000 万+观众认可。

### 三、行业发展建议

深圳是国际会展巨头布局中国市场的热门聚集地，全球营收规模排名前十的展会企业有 80% 在深圳落地独资子机构或合资公司。建议通过成立会展基金等手段，以金融赋能本土会展企业做大做强，培育 2-3 家深圳本土的、具有全球竞争力的会展集团，提升深圳会展产业的国际影响力。借鉴国际会展企业集团化的发展趋势，对有发展潜力、符合国家战略定位的深圳本土会展企业及项目给予支持，鼓励本市会展企业通过国内外合作、兼并、收购、投资、入股等方式，整合项目资源和团队资源，向规模化、集团化、多元化发展，开展跨区域、跨行业、跨产业联合经营，参与国际竞争。（根据深圳市华巨臣集团供稿整理）

---

报：市领导；中国贸促会领导，广东省贸促会领导。

送：市直各有关单位，各区（新区、深汕合作区）；各省市贸促会。

发：市有关商协会、重点企业。

---

编辑：吴迪、吴思宇

校对：姚逸、黄礼婧

审核：杨宏宇

电话：0755-33358492