# 第136届广交会情况介绍

中国进出口商品交易会，又称广交会，是中国对外贸易的重要渠道和对外开放的重要窗口，在推动中国外贸发展、促进中外经贸交流合作中发挥了重要作用，被誉为中国第一展。

广交会由中国商务部和广东省人民政府共同主办、中国对外贸易中心承办。自1957年创办以来，每年春秋两季在中国广州举行，迄今已成功举办了135届。广交会是中国目前历史最长、规模最大、商品最全、采购商最多且来源最广、成交效果最好、信誉最佳的综合性国际贸易盛会。第135届广交会举办期间，中国国务院总理李强亲临现场，分别同境外采购商代表和参展企业代表座谈交流，在广交会巡馆并参观广交会发展史陈列馆。他强调要坚持创新发展，打造“永不落幕”和“引领市场”的广交会，让广交会这个“金字招牌”不断焕发新的时代风采。第135届广交会共有来自229个国家和地区的境外采购商线上线下参会，其中线下参会的境外采购商24.6万人，线上参会境外采购商40.8万人。

第136届广交会将于10月15日开幕，展览总面积达155万平方米。本届广交会为全球采购商提供品类齐全、物美价优、便捷高效、信誉保障的一站式贸易平台，主要特点与亮点包括：

**一是题材结构更优。第一期聚焦“先进制造”，**除机械、五金工具、照明及电气等传统机电题材外，电子家电、新能源汽车及智慧出行、工业自动化及智能制造、新能源等题材将展示大量前沿技术与智能产品。**第二期主打“品质家居”，**建材及家具、家庭用品、礼品装饰品三大板块展览面积均在13万平方米以上，可充分满足全球客商采购精致家居产品的多元化选择。**第三期围绕“美好生活”，**展出健康休闲、玩具及孕婴童、时尚等贴合个人生活的题材，更好满足新兴消费采购需求。

**二是展商质量更高。**线上线下超4.5万家参展企业中，拥有专精特新、单项冠军、高新技术、绿色制造、国家技术创新示范等称号的优质企业8000余家，还有一大批各省市精心挑选的特色企业。

**三是特色产品更多**。大量创新产品将纷纷亮相。第一期产品将凸显新质生产力，展示新能源、智能网联汽车等领域的最新成果，智能仿生手、可变形电视等大批高端、智能产品将亮相“智慧生活”专区。第二、三期产品将更突出设计创新、绿色低碳，以及个性化、定制化。广交会常态化运营线上平台，超300万件展品全天候线上展示。采购商既可在线下近距离观看、体验产品，也可随时通过广交会线上平台观展，多维度感受“中国智造”的创新活力。

**四是配套活动丰富多彩。**举办200多场“贸易之桥”行业定制化专场活动，通过“面对面”“屏对屏”“面对屏”等贸易对接形式，切实提升供采双方获得感，助力企业稳订单、拓市场。组织多场不同主题的“好宝、好妮探广交”展示活动，向全球采购商展示“中国智造”风貌。围绕贸易数字化、贸易风险防控、重点市场分析等主题，举办约15场会议论坛活动，同时与业界权威行业研究机构合作，发布高质量行业报告，为与会采购商、供应商提供高品质资讯，拓展广交会功能，促进展会融合。举办约400场新品发布活动，打造广交会展新发布平台，更好发挥引领市场作用。高质量举办2024年广交会设计创新奖评选活动，甄选兼具设计和商业价值的前沿精品，充分反映中国先进制造水平。

**五是参会便利持续提升。**为方便全球展客商与会，本届广交会将继续实施“提前预注册和提前远端办证”，进一步扩大远端办证点数量及覆盖面，境外采购商可在机场、酒店、琶洲港澳客运口岸等远端办证点办理证件或扫码提前预注册取得办证回执，提升参会便利。本届广交会线上平台全新推出移动端APP，集参会助手、展商展品查询、即时沟通、供采对接等多项展示交流功能于一体，支持苹果系统及安卓系统手机，旨在为参展商和采购商提供便捷、实用、高效的参展服务体验。

为扩大进口、促进贸易平衡，自第101届起，广交会设立进口展，帮助国际企业拓展中国和全球市场。经过35届的发展，目前已累计吸引超过100个国家地区的17,000余家次境外企业参展，包括众多优质的国家和地区展团及全球知名企业。本届广交会进口展现已开放参展申请，诚邀优质国际企业参展，共享环球商机。

自第109届起，广交会产品设计与贸易促进中心（PDC）积极推动“中国制造”和“世界设计”的互利合作，为全球优秀设计师提供了一个与中国优质企业强强联合、合作共赢的设计服务平台。本届广交会将继续汇聚全球设计创新资源，通过举办各类活动，为境内外设计机构、广交会展客商提供多形式的展示和交流对接平台。

广交会不仅推动中国对外贸易的发展，也见证了中国知识产权保护，尤其是展会知识产权保护的进步。自1992年以来，经过30多年的不懈努力，通过制定实施《广交会涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法》《广交会线上平台知识产权保护暂行规定》等规定，广交会已建立起一套展前、展中、展后知识产权全链条保护，适合线上线下融合办展需要，较为完善的知识产权投诉处理机制，提升了企业知识产权保护意识，展现了中国政府尊重、保护知识产权的决心。广交会知识产权保护工作作为中国展会知识产权保护工作的典范，以公正、专业、高效的投诉处理赢得了如英国戴森、美国耐克、美国旅安、日本三丽鸥等客商的信任和赞誉。

**本届广交会线下展展览排期：**

第一期：2024年10月15—19日

家用电器，电子消费品及信息产品，工业自动化及智能制造，加工机械设备，动力、电力设备，通用机械及机械基础件，工程机械，农业机械，新材料及化工产品，新能源汽车及智慧出行，车辆，汽车配件，摩托车，自行车，照明产品，电子电气产品，新能源，五金，工具。

第二期：2024年10月23—27日

日用陶瓷，餐厨用具，家居用品，玻璃工艺品，家居装饰品，园林用品，节日用品，礼品及赠品，钟表眼镜，工艺陶瓷、编织及藤铁工艺品，建筑装饰材料，卫浴设备，家具、铁石装饰品及户外水疗设施。

第三期：2024年10月31日—11月4日

玩具，孕婴童用品，童装，男女装，内衣，运动服及休闲服，裘革皮羽绒及制品，服装饰物及配件，纺织原料面料，鞋，箱包，家用纺织品，地毯及挂毯，办公文具、医药保健品及医疗器械，食品，体育及旅游休闲用品，个人护理用品，浴室用品，宠物用品，乡村振兴特色产品。

换展期：2024年10月20日—22日、10月28日—30日

**线上平台**服务时间为半年（2024年9月16日—2025年3月15日）。线上平台与线下展展示题材保持一致，所有题材同步展示。

广交会线上展包括**展商展品、供采对接、跨境电商**三大部分，拥有PC端和手机H5端、移动端APP三个入口，主要特点：

**一是功能及服务齐全。**广交会官网设置展商展品、供采对接、新品发布、展商连线展示等多种功能和服务，同时为线上线下办展提供支持。

**二是搜索精准专业。**采购商可按照行业类别、国家地区、产品类型、企业类型、关键字等多个维度筛选展品，搜索专业精准高效，助力采购商快速锁定感兴趣的展商和产品。

**三是供采对接便利。**采购商可主动联系参展商，通过发布采购意向、即时沟通、预约洽谈、电子名片等多样化对接方式与参展商交流；也可选择由参展商发起联系，收藏展商或展品后，参展商可主动发起即时沟通，交流更便利。

**四是平台平稳顺畅。**线上展基于公有云部署，运行效率更高，可快速响应用户需求变化。使用行业领先的公有云海外加速技术，依托分布于全球50多个国家和地区的全球网络加速（CDN）节点，为用户带来更流畅的体验。