

第137届广交会第一期圆满举办 “中国制造”吸引全球近15万采购商

■本报记者 李如是

4月19日,为期5天的第137届中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)第一期圆满落幕。据广交会组委会消息,截至4月19日,第137届广交会已有来自全球216个国家和地区的148585名境外采购商到会,较第135届同期增长20.2%。

本届广交会第一期“含新量”极高,向世界充分展现了中国外贸的底气与韧性,“中国制造”盛宴正在持续“圈粉”全球客商。同时,广交会为全球外贸企业提供了更为便利的贸易体验,多家公司在展会期间订单规模实现快速增长。

万商云集 看好“中国制造”

连续五天,这座“万商云集”的展馆内热闹非凡。从参展企业看,拥有国家级高新技术、专精特新“小巨人”、制造业单项冠军等称号的企业合计超5100家,“新三样”(新能源汽车、锂电池、光伏产品)、数字技术、智能制造相关企业约3700家。从工业原材料到产成品,从专业设备到成套生产线和全流程的系统服务,我国外贸向“新”而行步伐持续加快。

广交天下客,开放惠全球。广交会的意义远不止于达成商品交易,更在于为买卖双方搭建贸易的桥梁,创造更多开放合作的新机遇。

《证券日报》记者在现场看到,安徽合力股份有限公司的叉车展位上,一位来自阿尔及利亚的采购商正在用并不熟练的英语询问工作人员;四川诚兴进出口贸易有限公司的家用小型鲜米机行云流水的脱壳工艺,吸引了多位印度采购商参与体验;德国采购商在广州映博智能科技有限公司展位当场下单了桌面陪伴机器人样机……尽管当前国际形势



图为展会现场

李如是/摄

复杂,但是参展商与采购商热情不减,彰显中国外贸的韧性与活力。

中国对外贸易中心副主任张思洪说,全球采购商奔赴广交会,充分体现了全球工商界对广交会的信任、对中国制造的信赖,也表明世界各国人民对美好生活的向往和对产品物美价廉的追求不会改变,经济全球化大势不会改变。

创新突围 “中国制造”火出圈

当前,“创新”已成为中国外贸的鲜明底色,通过智能化、数字化、绿色

化的持续转型升级,中国产品的创新力已经得到了全球消费者的认可,小到咖啡机、扫地机、布料纤维,大到电动汽车、船舶飞机、工业机器人,全方位尽显“科技范”。

各式各样的机器人成为本届广交会当之无愧的“明星”,各个国家和地区的客商争相打卡拍照。

首次增设的服务机器人专区亮点纷呈,形如轮胎的巡检机器人灵活地在广交会场馆中“滚动”,机器人咖啡师可以定制拉花图案,智能仿生手像有“读心术”一般精准传递动作意图,生产配送机器人井然有序地来回穿梭……

机器人制造企业也收获了很多订单。上海氢豚机器人科技有限公司工作人员刘昊对《证券日报》记者表示:“公司最畅销的室外机器人咖啡车已销往欧洲、东南亚,刚刚还有法国的采购商询问安装调试事宜。”

苏州穿山甲机器人股份有限公司相关负责人也对记者表示,公司在本期展会首日即获得20多个合同,订单金额近百万美元。多位参展商表示,来自欧洲、亚洲、非洲的意向订单均实现同比大增。“中国制造”产品给买卖双方都带来了惊喜。

企业要做好“展”略突围

■ 择远

最近,有两场重要的展会值得关注,分别是第五届中国国际消费品博览会(以下简称“消博会”)和第137届中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)。

两场重要展会,均取得了可喜成绩。第五届消博会共有来自71个国家和地区的1767家企业、4209个消费品牌参展,规模创历届新高,专业采购商超过6万人,较第四届增长超10%;截至4月19日,第137届广交会已有来自全球216个国家和地区的148585名境外采购商到会,较第135

届同期增长20.2%。

展会作为全球客商汇聚的“超级流量池”,是企业展示形象、交流信息、拓展市场的重要平台。参加展会亦是企业找商机、寻合作、强弱项、补短板、增动能的重要途径。所以,企业要用好展会这一平台,做好“展”略突围,勇于“推销自己”,以获得更多的机会。

一方面,一些重量级展会往往汇聚了众多知名品牌和优质品牌,企业借此可以提升品牌知名度。

对一些企业而言,经过多年发展,自身的技术和实力不断提升,产品的竞争力不断增强,但也难免会遇到“养在深闺人未识”的烦恼。参加重量级展

会,正是企业宣传推介的好机会,可以让更多的人全面、直观地了解企业生产的优质产品,并通过洽谈达成合作意向,进而建立长期、稳定的合作关系。

笔者日前探访第五届消博会,并与一些参展企业进行了交流,不少企业称“获得了比较多的品牌展示机会”“让更多人了解了品牌”。还有参展企业反馈,通过展位互动等形式提升了知名度,还有国际采购商主动接洽。

另一方面,展会是信息交流的重要场所,企业可在参展过程中感知市场变化、预见发展趋势。企业在与客户面对面交流过程中,能够了解不同市场的消费习惯和

需求差异,进而捕捉到市场需求和技术革新方向,助力自身把握市场趋势,制定未来发展规划。

同时,参展企业可以通过横向比较较自己的产品设计、定价策略和服务模式,及时动态调整产品、技术和市场策略,提高自身竞争力,为高质量发展打开一片新天地。

总之,通过参加展会,企业能够实现高效获客、强化品牌、优化产品,并更好地融入行业生态。



一季度多地离境退税商品 销售额同比大增

■本报记者 丁蓉

近年来,我国不断优化“过境免签”“离境退税”政策,吸引了越来越多的境外旅客。在此背景下,多地离境退税商品销售额大幅增长。

国家税务总局重庆市税务局近日公布的数据显示,2025年一季度,重庆市离境退税商品销售额、办理离境退税金额均同比增长近5倍。国家税务总局北京市税务局数据显示,2025年一季度,北京市开具离境退税申请单份数同比增长128%,离境退税商品销售额2.7亿元,同比翻一番。

中国城市专家智库委员会常务副秘书长林先平在接受《证券日报》记者采访时表示:“多地离境退税商品销售额大增,主要得益于我国优质的商品和服务供给。此外,各地积极打造多元消费场景,创新服务举措。我国入境游产业蓬勃发展,未来离境退税市场空间广阔,相关企业有望迎来发展红利。”

离境退税商店数量增加

4月20日,《证券日报》记者在深圳万象城走访看到,商场内醒目位置张贴了离境退税宣传画,多个品牌被纳入了商场的离境退税服务体系,覆盖国际名品、珠宝首饰、皮具箱包以及深圳本土的3C电子、精品女装、钟表眼镜、家具家电等。

深圳万象城三期大疆门店工作人员吴剑锋向《证券日报》记者表示:“门店开通了离境退税‘即买即退’服务,吸引了不少顾客前来咨询和购买。境外顾客购买我们的商品后,在商场二期一楼‘即买即退’集中退付点就可以办理退税。”

来自新加坡的游客林嘉华向《证券日报》记者表示:“我这次购买的电子产品,办理退税后当场就拿到了退税款。省了9%的税额,叠加商场的活动,相当于打了八五折,非常方便和实惠。”

根据深圳市商务局、国家税务总局深圳市税务局日前联合发布的深圳第九批离境退税商店名单,小米之家、顺电等72家商店入选。截至目前,深圳市离境退税商店已超400家。

聚焦数字能源初见成效

科大智能去年以来盈利能力持续提升

■本报记者 张文湘

4月19日,科大智能科技股份有限公司(以下简称“科大智能”)发布2024年年度报告和2025年第一季度报告。2024年,科大智能实现营业收入27.39亿元;归属于上市公司股东的净利润为7004万元,相较2023年实现扭亏为盈;经营活动产生的现金流量净额为1.19亿元,同比增长387.48%。

进入2025年之后,科大智能业绩保持良好增长势头。今年第一季度,科大智能实现营业收入6.48亿元,同比增长28.19%;归属于上市公司股东的净利润为2103万元,同比增长97.55%。

数字能源业务发展良好

资料显示,科大智能是一家数字能源综合解决方案供应商,公司业务包括数字能源和智能机器人应用两大类。其中,数字能源业务主要针对电网公司等企业,提供智能配用电设备及储能系统产品;智能机器人应用业务则主要根据客户的个性化需求,提供非标准化产品和服务。

科大智能相关人士介绍称,公司2024年盈利能力大幅好转,公司聚焦于数字能源业务发展的战略初见成效,得益于新型电力系统建设的加快推进,智能配用电设备的刚性需求增长,公司数字能源业务取得了良好的发展。

资料显示,科大智能2024年数字能源业务合同额和营业收入同比增长均超过30%,数字能源业务占公司整体营业收入的比例达76.73%;该业务毛利率为23.31%,高于2023年的21.64%。此外,2024年公司完成对部分盈利能力不佳业务主体的剥离。

2024年,科大智能积极开拓业务区域范围。报告期内,公司智能配用电业务国内中标区域和中标金额持续增长,大力拓展钢铁、冶金等高耗能行业的工商业储能并取得较大突破。

同时,科大智能持续提升自主创新力。截至2024年末,公司及子公

司累计获得149项发明专利,463项实用新型专利,53项外观设计专利,302项软件著作权。

上市公司在行动

《证券日报》记者了解到,多家A股百货行业上市公司积极响应国家政策,开展离境退税业务。

王府井集团股份有限公司在全国已有26家门店获准开展离境退税业务,公司相关负责人近日在交易所互动平台表示:“公司的北京市百货大楼、王府井奥莱北京香江小镇、北京燕莎奥莱等10家门店已为消费者提供‘即买即退’服务。”合肥百货大楼集团股份有限公司旗下合肥百货大楼、百大CBD购物中心、鼓楼商厦、铜陵百合、黄山百大被列为安徽省首批境外旅客购物离境退税商店。

多家企业不断优化入境游客购物体验。上海百联集团股份有限公司积极打造国际友好型商场,公司相关负责人表示:“在常规服务基础上,公司配备双语导购、离境退税等服务。”北京菜市口百货股份有限公司响应国家政策,与合作银行开通外卡支付通道,为入境游客提供消费便利。

此外,多家A股消费行业上市公司积极入驻免税渠道。例如,化妆品企业水羊集团股份有限公司旗下的高奢品牌EVIDENS DE BEAUTE入驻中国大陆免税店。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁坤向《证券日报》记者表示:“面对离境退税市场新机遇,相关企业需要多管齐下,进一步增强国际消费群体的吸引力。一是打通支付通道,方便境外旅客支付;二是提供双语服务,优化购物环境;三是提升品牌知名度和美誉度,树立良好的国际形象。”

罕见“竞争性要约收购”引关注 实力买家缘何钟情ST新潮

■本报记者 王 僮

4月20日晚,上交所就近日内蒙古伊泰煤炭股份有限公司(以下简称“伊泰B股”)向山东新潮能源股份有限公司(以下简称“ST新潮”)公司股东发出部分要约,并构成竞争性要约的相关事宜,下发监管工作函,督促ST新潮依规履行竞争性要约收购信息披露义务。

根据ST新潮4月18日晚公告的要约收购报告书,此次伊泰B股计划收购公司51%的股份,要约收购价格为3.4元/股,要约收购所需最高资金总额为117.92亿元。而这是在不不到一年时间里,继汇能海投新能源开发有限公司(以下简称“汇能海投”)、浙江金帝石油勘探开发有限公司(以下简称“金帝石油”)后的第三家拟要约收购ST新潮的公司。

此前,汇能海投因隐瞒一致行动人关系已宣布终止筹划要约收购。由于金帝石油4月初已向ST新潮发来了20%股权的要约收购报告书,故本次伊泰B股的要约收购构成竞争性要约,这使之成为A股历史上的罕见案例。

两大巨头 争夺优质资源

根据上交所的监管工作函,伊泰B股要约和金帝石油要约分别使用不同

的申报代码和申报简称,具有不同的收购价格、收购比例上下限和起始日期。鉴于竞争性要约事项将对投资者决策和合法权益产生重大影响,上交所对公司提出监管要求,督促公司在竞争性要约收购推进过程中,依规配合收购人履行信息披露义务,切实保障投资者权益。

ST新潮公告显示,伊泰B股本次要约收购旨在增强上市公司股权结构稳定性并取得上市公司控制权。截至目前,伊泰B股已将本次要约收购所需最高资金总额117.92亿元全部存入指定账户作为履约保证金。

公告显示,伊泰B股是以煤炭生产、运输、销售为基础,集铁路与煤化工为一体的大型清洁能源企业,其直属及控股的机械化煤矿共10座,同时控制铁路3条、参股铁路5条,并建成矿区公路150公里,覆盖周边主要矿区,形成生产与运输整体化运营。

此前,怀着同样目的的金帝石油提出的要约收购价格为3.10元/股,目标收购股份占ST新潮总股本的20%,所需最高资金总额达42.16亿元,其中银行贷款融资金额不超过25亿元,剩余为自有资金,资金均已到位。

金帝石油控股股东金帝联合控股集团集团有限公司(以下简称“金帝控股”)业务版图涵盖海外油气田、大宗石化贸易、国内天然气、地产开发与运营、

产业投资等多个领域。金帝石油也曾表示,要约收购ST新潮是金帝控股推进国际化战略的关键一步。

不过,两大巨头都发起要约收购,一旦最终都完成,非社会公众持股比例最高将超过90%。如此一来,ST新潮恐将不满足上市条件。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁坤在接受《证券日报》记者采访时表示,这也反映了资本对优质资源的争夺,对于ST新潮而言,如何在保护股东利益的前提下,合理应对要约收购带来的挑战和机遇,将是其未来发展的重要课题。

对此,ST新潮管理层有关人士表示,公司管理层会积极执行相关规定,未来如何平衡产业资本的战略诉求、中小股东的权益保护以及上市公司可持续发展将成为重点。

历史风险出清 资本争相入局

ST新潮是近年来A股中备受争议和关注的一家公司,特别是2019年以来,ST新潮管理层出清了“德隆系”的历史遗留风险,带领公司回归正轨,可谓“步步惊心”,也逐步受到关注。截至目前,公司涉及的20余起诉讼已全部履行完法律程序,诉讼风险已全部出清。