



扩大“朋友圈” 做大“生意圈”

第四届中国跨境电商交易会(跨交会)在福州开幕,吸引全球30多个跨境电商平台、全国80多个出口型产业带和1000多家外贸货源工厂参加

深化拓展“三争”行动

■海都记者 马俊杰 实习生 李旺 文/图

18日,第四届中国跨境电商交易会(跨交会)在福州海峡国际会展中心开幕。本次展会聚焦“链接跨境全流域 共建电商新生态”,展会面积约5万平方米,吸引了全球30多个跨境电商平台、全国80多个出口型产业带和1000多家外贸货源工厂参加。

“对外开放兴,福建兴。”作为全国最早实行对外开放的省份之一,福建不断扩大“朋友圈”、做大“生意圈”,以高水平开放推动高质量发展。

跨境向东盟 头部网红联袂

本届展会瞄准全球电商规模增长最快的东南亚,以“跨境向东盟·电商下南洋”为年度主题,邀请印尼担任本届展会主宾国,设立东南亚特色企业馆专区,印尼、菲律宾、泰国、马来西亚等国的展商首次组团到中国跨交会参展,展位上咨询的客商络绎不绝。

来自印尼、新加坡、马来西亚、菲律宾、泰国的数十位拥有百万级粉丝的头

部网红联袂出现在中国跨交会现场,在海外红人直播及对接专区用真人现场直播的方式向到场的国内跨境电商企业近距离展示来自海外的直播带货场景,异域风情加上满口外语,引得不少观众驻足学习和观摩。而在东南亚MCN机构对接专区,同样围着不少前来洽谈合作的跨境电商企业以及国内网红机构,海内外融合互补的合作正在崭露头角。

平台生态化 头部电商聚首

展会上,来自全国26个省、市、自治区的专业客商,以及印尼、马来西亚、菲律宾、越南、西班牙、澳大利亚、俄罗斯、美国、墨西哥等数十个国家或地区的采购商齐聚一堂。

本届展会还围绕海外大热平台TikTok Shop,首设TikTok Shop生态专区,甄选生态中各细分领域的优质服务商入驻,一站式呈现服务全生态。作为本届展会创新打造的首个生态专区,现场超高的人气也凸显了本届展会

以市场发展为导向的前瞻性。

此外,作为展会的老朋友,亚马逊全球开店、eBay、沃尔玛全球电商、阿里巴巴国际站、全球速卖通、Lazada、Miravia、中国制造网、环球资源、OTTO、OZON、美客多、Falabella、酷澎、集酷等平台也各领风骚,风头不减。米多多、纵横、泛鼎、紫讯、海比、万里汇、空中云汇、优乐出海、梦西石、易达优送等实力服务商均在展会亮相。



电商节活动丰富多彩



不少跨境电商企业前来洽谈合作



海外网红展示直播带货

新亮点迭出 助推“买卖全球”

本届展会各类配套活动也以“3·18中国跨境电商节”的形式亮相。

2024跨境电商综试区闭门交流座谈会、2024中国跨境电商行业协会交流创新活动、2024中国跨境电商“人才+金融”高峰论坛等悉数举办。展会还设

立跨境趋势爆品预言区、跨境门诊区、跨境内卷区、跨境躺平区等。

在开幕式上,中国跨交会负责人阮卫星宣布了中国跨交会在全球范围的“五国七城”新布局。中国跨交会已经在福州、广州、青岛三个跨境电商龙头城市落

地,同时走出国门,奔赴美国、印尼、越南、菲律宾举办中国跨交会系列展,成为全国首个赴海外办展的跨境电商品牌展。

福建荟源文化发展集团是本届展会承办方之一。该集团相关负责人表示:“未来除了将继续深挖

‘中国制造’,带动更多国货出海掘金外,还将助力卖家出海选品,推动中国企业从‘买全国,卖全球’走向‘买全球,卖全球’。”

据了解,目前,中国跨交会已累计服务超万家国内企业实现品牌出海,遍及100多个国家或地区。

我省4个项目获中国人居环境奖

包括苍霞新城老旧小区改造提升项目、红庙岭园区垃圾资源化处理项目等

福州首个配售型保障房明起申购

A02

A05