

就在不久前，广州白云国际机场迎来一批步履匆匆的旅客，伴随着飞机轰鸣声，一场跨越中国与新加坡的商机之旅正式开启。

这是新加坡暂停两年之久的亚太区美容展再次迎来“久违”的中国客人——中国客商不仅重新现身展会现场，而且阵容庞大：共有69家广东企业、160位代表参展。

作为中国经济第一大省，同时也是中国外贸大省，广东对“出海”期盼尤为强烈，而通过包机参展的形式畅通“双循环”、拥抱新机遇，是广东为稳住外贸基本盘推出的新举措。

期望高：“珠江水已暖 包机抢订单”

“客户看得到产品细节，看得到，摸得着，有切身体验感，这样把‘走出去’做得更好。”为了参加亚太区美容展，经营美容美发设备的张玉才专门做了市场调研，早早将风格多元的参展产品运往新加坡。在他看来，线上沟通、邮件来往始终不如与客商的一个真诚的握手和拥抱让人踏实。

正是看到了企业强烈需求，广东省迅速出台企业包机赴境外参展支持政策，帮助企业顺利包机赴外，“抢”回全球订单。

相比线上和代参展等方式开拓市场，大多数外贸企业都希望能和客户面对面接触，而随着国内疫情防控政策逐步优化，鼓励企业赴境外招商引资和开展经贸洽谈的信号不断得到释放。在这样的趋势下，由政府带队、鼓励更多企业组团出海，成为广东外贸破局的重要契机，一套由广东政府和广东外贸企业默契打出的“主动拳”，悄然织密了广东飞往海外多国航线。

诚意足：政府“量身打造”，行程“又多又实”

记者观察发现，在这一轮密集“包机出海”的热潮中，包机“出海”的企业虽然规模不一，行业各异，不过行程却都满满当当，诚意十足。往往一趟包机行程，商务部门会为企业“量身打造”涵盖多个国家、多场展会、多个市场的精彩行程。

而不少地方甚至已经开始规划来年“出海”行程：比如广东外贸大市东莞，光2023年上半年，就计划为企业组织安排参加美国拉斯维加斯国际消费电子产品展览会（CES）展会、香港玩具展、日本礼赠品及广告营销展、德国柏林电子展（IFA）等近50场境外展会。

“政府主动为企业想办法，想出路，想市场，传递的是广东坚定不移积极开拓国际市场的决心。”广东商务部门相关负责人表示，由政府部门牵头组织包机等举措，

能够帮助企业更全面掌握海外资讯，更系统破解“出海”难题。

需求旺：“风景依然这边独好”

“在最后一天我的产品全部已经销售完了，同一款产品有五六个客人抢购，最后只能靠竞价了。”赴马来西亚参展的惠州市嘉瑶智能科技有限公司总经理李少艳感叹，时隔三年再次出访，“广东造”依然是受全球市场热捧的“尖货”。

参展样品被抢购一空，客户热情高涨是多家参展企业的共同反馈。而主动出击的广东外贸人，不仅抢到了订单，还通过真实走访海外一线市场，获得了对海外市场的新判断。

“12月19日，我将带着我们的产品参加阿联酋的贸易博览会，‘抢’更多的订单回来。”东莞市倍优电子有限公司销售经理黄山信心十足，充满期待：“我们相信以我们产品的优势，明年的销售额会增长一倍”黄山说道。

不少企业表示，触摸产业一线，除了让他们了解最新的市场前沿信息，也让大家真切认识到：中国制造依然受海外客户欢迎，坚定了企业走出去的信心。

策略多：既瞄准重点 又打出“组合拳”

签约项目315个，涉及投资总额8790亿元.....在今天下午举行的2022年深圳全球招商大会上，一组亮眼数据，向世界展示了全球投资深圳、投资中国的信心。