



# 新产品、新市场、新模式突围 广交会“中国智造”底气十足

## “AI魔法”赋能，产能全球化布局 家电企业凭产品力淡定应对市场变化

“嘿，这个冰箱居然能帮我健身！”在海尔智家展区，一位采购商的惊叹引得人群聚集。

工作人员当场展示了这款海尔博观618冰箱的使用方法，“减脂适合吃什么？”它立即响应并在屏幕上弹出推荐菜谱。工作人员介绍说，这款冰箱是行业首款基于国奖保鲜科技接入Deep-Seek大模型的冰箱，除了照顾到用户的饮食，冰箱甚至还能提醒天气、联动其他智能设备共同服务。

“过去我们买的是功能，现在我们能买到生活管家。”一位来自中东的采购商现场体验后感慨说，洗衣服再也不用怕洗不掉油点，只需在搭载“AI智慧洗”的一站式洗干一体机大屏上点一下“油渍”就可以了。新款空调也有“AI魔法”，一句话就可以实现风随人动、风避人吹。

“从1988年带着2台冰箱参加广交会开始，海尔就致力于全球化发展。目前，海尔已经连续16年成为全球大型家用电器品牌零售量第一。”海尔方面介绍说，目前海尔在海外市场构建起完善的本土化运营体系，包括本土化研发、制造、营销体系。在美国，公司拥有11家制造工厂和微型工厂，已形成以本土化为主的供应链体系。面对波动的外部环境，公司海外市场将坚持全球化创牌与盈利能力提升，通过转型变革启动全新发展阶段。

AI正在成为智能电视原生能力，推动视听、交互、服务体验全面升级。海信坚持研发全球首发性技术，在视觉友好画质、听觉良好音质、场景化交互等方面行业领先，展馆内展示的116英寸RGB-Mini LED电视UX在新一代信芯AI画质芯片H7加持下，光色控制精度达传统液晶3倍以上，实现了液晶显示从传统的单一背光到RGB三色背光、从单一亮度控制到光色同控的重大跨越，为全球液晶显示产业的技术革命明

确了全新的方向。在全球范围内，海信已率先实现RGB三维控色液晶显示技术的量产。

“海信在全球拥有30个研发中心、36个工业园区和生产基地。通过产能的全球化布局，我们可以灵活应对全球供应链短期内的扰动，将其对公司海外整体布局的影响降到最低。”海信国际营销公司助理副总裁毕强告诉记者，2024年，海信系电视全球出货量连续三年位居世界第二，百英寸电视产品出货量稳居全球第一，其中1000美元以上的高端电视销售额同比增长94%，展现出智能化、绿色化、高端化转型趋势下的实力。

一直以来，家电企业都是中国制造的出口主力军。2024年，中国家电行业全年家用电器出口数量达448144万台，比上年增长20.8%。截至目前，中国家电出口额已连续12个月同比增长。

“不同家电企业受到美国关税政策的影响程度不同，但普遍表现出较强的应对信心。”中国机电产品进出口商会新闻发言人高士旺表示，本届广交会对于展现中国制造韧性和适应性具有特殊意义。短期内，企业仍在进行策略性的调整，包括海外产能布局、拓展新兴市场等；但从长期来看，其他国家很难建成中国这么大规模的工业配套体系，企业也很难形成持续创新的内在驱动，中国供应链韧性和创新能力仍难以替代。



■视源股份携一系列新品亮相广交会。

## “黑科技”吸睛，本地化助力 电子消费品以高质量开拓新兴市场

本届广交会，广州明星企业视源股份携六大场景解决方案及希沃亲子屏、MAXHUB XBoard V7等一系列新品亮相，全面展示其高质量的出海产品矩阵。其中全球首款获得微软Teams认证、搭载Windows 11 IoT的三摄交互式显示屏MAXHUB XBoard V7，由于其突破性兼容架构与沉浸式视听体验上市以来就获得众多关注。

“广交会是展示中国创新力量的窗口，期望公司能作为‘中国智造’的代表站上国际舞台，讲好中国故事。”视源股份首席战略资源官段宇对新快报记者说。据了解，目前视源股份的业务已经遍布全球，其2024年业绩快报显示，去年总营收达224亿元，同比增长11.32%，连续四年营收超200亿元，海外业务收入同比增长更达到17.51%，在液晶显示主控板卡业务、交互智能平板出货量等方面保持领先。

“强大的本地化服务能力成为视源股份走向海外的重要助力。”段宇表示，截至目前，视源股份在全球6个国家拥有子公司，22个国家建立了本地团队，能提供全天候的响应机制，提供更多语言技术响应、本地化运维培训，确保产品在全球市场的快速落地与稳定运行。

一边玩游戏，一边听音乐……在电子消费品及信息产品展区，一位采购商



■采购商正体验骏锋电子的音频产品。



■海尔智家展区吸引大量采购商聚集。

作为“中国智造”的代表品类，智能家电及电子消费一向是广交会的签单大户。新快报记者走访发现，面对美国“对等关税”引发的市场震动，智能家电及电子消费展区的参展企业显得底气十足、信心满满，他们通过加快产品创新、发展新兴市场、开拓本地化业务等多元化布局突破市场壁垒，以新质生产力塑造竞争优势。

4月17日，记者从商务部举行的例行新闻发布会上获悉，截至当天中午，第137届广交会已有来自全球216个国家和地区的超过11万名境外采购商到会，较第135届同期增长10%，服务机器人、VR设备、零嵌冰箱、双驱分舱洗衣机等新消费产品备受关注，“中国智造”硬核实力吸引大批采购商参观洽谈。

■统筹:新快报记者 陆妍思  
■采写:新快报记者 陆妍思 林广豪 高墉舒  
■图片:新快报记者 毕志毅 郭思杰