

广交会开幕日，境外采购商到会人数创历史新高

中国市场无可替代

本版图片/羊城晚报记者 孙绮曼 杭莹 严锦程



前沿科技
展品受瞩目

参展台企：

大陆市场+海外布局 双轮驱动无惧国际波动

羊城晚报讯 记者戚美青、李国辉报道：4月15日，第137届广交会开幕，万商云集。羊城晚报记者发现，在本届广交会上，有近50家来自中国台湾的实力企业参展，涵盖电子产品、家居、五金化工等领域。不少参展台商告诉记者，连续多年参加广交会，为他们拓展了不少全球客源。

东莞东乐电器有限公司是参展的台湾企业之一。该公司总部位于台湾台中市，在中国东莞、中国台湾和越南均设有工厂，主要生产电源线插头、插座配线等五金配件。厂务经理邓乔予向记者透露：“今年已经是我们第6次参加广交会了。这个平台让我们得以接触

到许多以往难以触及的海外客户。我们也希望借助广交会，把产品推广到更多国家。”

邓乔予还表示，每次参加广交会，基本都能帮助公司拓展3-4组海外新客户，而每次参展的现场成交订单一般能达到40万-60万元人民币。他感慨：“广交会历史底蕴深厚，前来的客户质量很高，目标明确，大多是带着切实需求来寻找我们的产品的。”

面对美国发起“关税战”给国际贸易带来的负面影响，邓乔予信心不减。他表示，公司一方面重视海外布局，另一方面大力拓展大陆市场，内需市场比重已经超过3%，且仍在快速增长。他进一步解

释：“从疫情前几年开始，我们就逐步从外销转向大陆内需市场。必须稳固内需市场，才能有效抵御国际形势变化带来的冲击。”

同样来自台湾的参展商华伟实业股份有限公司，参加广交会已有近20年历史。该公司区域营销部二课、三课经理何晓路告诉记者，广交会是他们非常重视的一个平台，每次参展他们都全力以赴，期望将产品销售到更多国家地区。“广交会就像一个全球曝光的大舞台，也是我们与新老朋友相聚交流的绝佳平台。”何晓路还向记者透露，其每年通过广交会认识的新客户都能占全年拓展新客户的10%以上。

全球商界用订单投票

**A 订单为证，
全球采购商为中国智造而来**

珠江之畔春潮涌，万商云集筑信心。在全球贸易格局深刻变革的当下，4月15日，第137届中国进出口商品交易会（广交会）在广州琶洲会展中心开幕。面对美国滥施所谓“对等关税”的冲击，全球超220个国家和地区的采购商如约来到“中国第一展”，3.1万家企业携新品亮相。开展首日，截至17时，境外采购商累计线下参会64530人，同比增长8.9%，创下历史同期新高。

订单为证， 全球采购商为中国智造而来

美国加征关税风波持续，“不确定”带来的不安在全球弥漫。在此背景下，第137届广交会如期举办。许多国际采购商告诉记者，在不确定中，中国政府的确定性和中国企业产品的稳定性是他们继续谈生意、下订单的“定心丸”。

来自巴西的采购商Clara是广交会的“新兵”，看到展会首次设立的服务机器人专区，Clara很兴奋。她向记者展示了自己专门打印的微信二维码，“广交会的规模大，参展企业丰富，有来自世界各地的客商和参展商，中国产品是不可替代的。”

“我需要找能替代美国产品的方案。”开幕当天，来自加拿大的采购商Kevin穿梭在展馆内，手机里已经存了20多个新增供应商的联系方式。Kevin所在的大型贸易公司要从全球各地采购最新产品，他早就被社交平台上的中国机器人“种草”，却苦于没有购买渠道。此次来到广交会，他的目光锁定机器人等智能制造前沿商品。

多元破局， 外贸企业的双轨突围

面对美国市场波动，中国外贸企业正以多元路径破局。

一个思路是“以技术换市场”。在海尔智家展区内，一台能用西班牙语推荐健身食谱的AI冰箱前围满采购商。现场，海尔工作人员告诉记者，本届广交会海尔智家带来了全品类AI科技新品以及绿色节能爆款产品，为全球用户展现更智慧、更舒适、更绿色的全新生活方式。开幕当日，外商来了第一批又一批，竖大拇指几乎成了“标配”姿态。

据介绍，在欧洲，海尔已连续8年成为增速领先的家电品牌；在大洋洲，旗下斐雪派克稳居新西兰白色家电市场第一。

“一个上午，我们已经接待了许多来自不同国家的客户。”志高空调海外营销公司总经理廖世兴向记者介绍，这次广交会他们带来了多种内机自由混搭，属欧盟A++能效、澳大利亚超高能效的热水器和风管机等硬核科技产品。2024年，志高营业收入整体市场同比增长68%，其中不少来自海外市场，在共建“一带一路”国家，志高所占市场份额达10%。

破浪前行， “关税战”下广交会愈显重要

“运费比年初翻了一倍多。”在广交会物流展区，两位来自上海的采购商盯着报价单皱起眉头。他们正在咨询空气泵与车载吸尘器等汽车配件运费，手中的报价单上，发往美国的普船运费已涨至每公斤17元，关税部分用红笔标注着“本月可能再调整”。

“如果美国再加税，下个月可能突破20元。”工作人员一边快速敲击计算器，一边说道。两款采购商陷入了一阵沉默。

“受关税影响，最近的报价起伏都会比较大。报关时关税变更了，则按之前给客户的报价多退少补。”上述展位物流参展商的销售顾问李红（化名）向记者解释，这也导致相当一部分客户持观望态度。

这样的场景在物流展区并不罕见。一家专攻北美市场的物流公司展板上，发往美东北卡罗来纳夏洛特CLT2亚马逊仓库预估报价为22-23元/公斤（含关税）。该公司销售经理告诉记者，价格中的关税部分这两个月已经两次涨价，上个月涨了约25%，这个月再涨约125%。

变动的外贸局势中，记者也了解到，有了前几年中美贸易战的心理准备，如今相当一部分企业不会完全将业务重心扎根在美国市场。在李红看来，美国在关税问题上“朝令夕改”，为企业提供了开拓欧洲、中东、东南亚等地区市场的契机。“现阶段我们发

现场，看到宇树科技的机器狗转手一个后空翻，Kevin忍不住惊呼：“哇！”他说，中国技术的迭代速度早已超乎他的想象，美国产品不再是他们心目中“高大上”的唯一代表。

这是美国政府“搬起石头砸自己的脚”的缩影。

当美国试图与中国脱钩断链，寻找其他国家合作时，却陷入新的困局——中国智造已从“低价不可替代”进阶为“技术难以取代”。这种“高质价比”护城河，让美国“架空中国”的算盘屡屡落空。

“很多产品只有中国才能量产，这是中国制造最无法替代的地方。”每年都来广交会的Venz给记者看了看他今年记下的“中国唯一”，包括耐高温太阳能空调、防水无人机等，“其他供应商做不到这个性价比。”Venz告诉记者，他刚与现场的一家家电企业签下数千台订单，这些产品比欧洲同类产品节能超20%，价格低1/3。

在服务机器人专区，杭州以勒上云的机械臂咖啡师正为德国客商制作拿铁。50秒，一杯带拉花的咖啡即被递到外商面前，“核心控制器国产化率92%，不怕供应链‘卡脖子’。”企业负责人说。这款设备已接到德国、沙特等国采购商200台订单，成为中小企业的“出海新军”。

另一思路则是“以本土化对冲关税”。

开幕当天忙碌了一上午，海信国际营销公司助理副总裁毕强接待了来自阿根廷、美洲等世界各地的客商。“现在在广交会，我们看到新兴市场、共建‘一带一路’国家客商越来越多，他们来到现场就能更直观地看到中国企业的优质产品。通过这样的平台，我们迅速加强企业沟通，调整外贸出口布局。”毕强表示，得益于国内外的双边布局，目前海信有30个海外研发中心、36个海外生产基地，能够平衡不同区域产能要求。“我们一直在结合当地用户的实际需求，增加高端产品的市场占比。在内销市场上同样如此。”毕强谈道，在交流过程中，他发现，大家对于中国外贸依旧充满信心。

危机中亦有新航道。宁波浪木电器的展位上，销售经理王海叶正给中东客商演示智能冰箱的操作。“我们全年营收的50%来自美国。不少美国客户联系我们，希望能有价格上的优惠。”王海叶坦言，“（加征关税）一点影响没有是不可能的。但是通过优化成本、加大对国内市场和新兴市场的开拓，我们对破局也是很有信心的。”

王海叶提到，浪木电器将着力开拓中东市场，所以对本次广交会非常重视。“我们做的是传统外贸，广交会这个窗口对我们来说有很高的价值，大部分新兴市场的客户都是通过广交会获得的。相比之前，今年国际环境更为特殊，我们也更加重视了。”

全球供应链重构，中国在消费电子、新能源等领域的中心地位不降反升。根据中国美国商会的调查，有50%的受访美国企业将中国列为全球首选或前三位的投资目的地。

千年商都与广交会是一面镜子，照见全球化的真模真样。从千年前的茶叶丝绸，到1957年广交会创办时的手工艺品和土特产，再到今天的智能家居、AI机器人——变化的是展品，不变的是市场规律。

珠江潮涌，万商云集。3.1万家参展企业、220个国家和地区的采购商用订单表达共识：中国市场，无法替代。



15日，广交会服务机器人专区，一只机器狗与客商互动

闪耀服务机器人专区 粤字号机器人显“神通”

羊城晚报记者 许张超

4月15日，第137届广交会拉开帷幕，最受客商瞩目的莫过于首次增设的服务机器人专区。记者在现场看到，在专区内的凌度智能展位，一批来自海内外的采购商正在咨询高空幕墙清洁机器人。广东凌度智能科技发展有限公司董事长张志忠告诉记者，今年的境外采购商很多，尤其是来自东南亚、中东市场的客户，企业在广交会首日已跟多家采购商达成了合作意向，“这几天就要到黄埔区总部去看厂”。

凌度智能展位的不远处，来自深圳的银锯®全骨科手术机器人也吸引了不少采购商驻足。“我们从2022年开始进行商业化落地，在四川大学华西医院、深圳的一些三甲医院都有装机使用，手术已经做了5000多例，患者术后康复也会更快。”元化智能科技（深圳）有限公司相关负责人王奕超说。

“今天过来参观的人非常多，我们也希望能够跟同行好好交流一下发展状况。”广州里工业实业有限公司市场经理卢秋映正忙着给采购商介绍里掂人形机器人。卢秋映告诉记者，今年刚推出的第二款全尺寸人形机器人“里掂F1”预计在二季度启动小批量生产交付。

记者注意到，服务机器人专区遴选的46家机器人参展企业当中，有16家来自广东。人形机器人、手术机器人、清洗机器人、仿生陪伴机器宠物、物流机器人、送餐机器人、导引机器人、工业检测机器人等，彰显“粤字号”机器人加速赋能千行百业的非凡实力。

“粤字号”机器人有多炫？来自广东省工业和信息化厅的数据显示，全省智能机器人产业主要布局于珠三角，初步建立涵盖“大脑一五官一肢体”的智能机器人全产业链。其中，“大脑”方面，拥有华为

智能产业园创新能力连续7年位居全国第一；运动控制方面，库卡实现了多轴协调的实时运动控制，众擎机器人的前空翻特技展现出极佳的运动性能；“肢体”方面，帕西尼推出集成多维触觉与AI视觉双模态人形机器人的灵巧手……

“粤字号”机器人的先进科创力，也在飞速实现为千行百业的生产力。过去一年，全省工业机器人产量达24.68万台（套），占全国44%，连续5年居全国第一。

库卡的重载工业机器人系列产品，在焊接、码垛、装配等环节最大负载可达800公斤，广泛用于汽车制造、金属加工、航空航天、电子等行业。

与此同时，人形机器人、多模态四足机器人、轮腿式机器人、庭院机器人等也组成一支场景多样的“粤字号”机器人“天团”，加速走向世界各地。今年1月，乐聚交付了100台人形机器人，3月交付量又翻了一番，应用于工业制造、商业服务、科研教育三大场景。

不久前，广东更是拿出“真金白银”，推动“粤字号”机器人抢占全球高地。《广东省推动人工智能与机器人产业发展若干政策措施》提出，对创建国家级、省级人工智能与机器人领域制造业创新中心，省财政将分别给予最高5000万元、1000万元的资金支持。对人工智能与机器人领域获评国家级单项冠军企业、专精特新“小巨人”企业的企业在省级支持的基础上再“加码”，鼓励地市给予奖励，省财政进一步按照地市奖励资金1:1予以激励；设立人工智能与机器人产业基金，引导社会资本围绕产业链关键核心领域加强投融资支持。

在懂产业、懂创新、懂企业的政策加持下，“粤字号”机器人“天团”正一路狂飙。记者注意到，服务机器人专区遴选的46家机器人参展企业当中，有16家来自广东。人形机器人、手术机器人、清洗机器人、仿生陪伴机器宠物、物流机器人、送餐机器人、导引机器人、工业检测机器人等，彰显“粤字号”机器人加速赋能千行百业的非凡实力。

“粤字号”机器人有多炫？来自广东省工业和信息化厅的数据显示，全省智能

iSeeChina 探秘服务机器人专区 波兰留学生直呼“太震撼”

文/羊城晚报记者 付怡 曾潇 赵鹏
图/羊城晚报记者 汤铭明



王洛希体验机器人产业前沿科技

4月15日，第137届广交会开幕当日，广东外语外贸大学的波兰留学生王洛希（Anna）应羊城晚报iSeeChina栏目之邀，作为“中国探秘官”，走进展会首设的服务机器人专区。在这里，首次近距离接触机器人的王洛希真切感受到“未来已来”，不断感叹“amazing（太棒了）”。

步入服务机器人专区，机器猫、机器狗吸引王洛希驻足。在大象机器人展区，参展商向王洛希介绍了一款“猫咪机器人”。这款名为“米塔猫”的机器人，外形是猫咪毛茸茸的形象，可根据指令做出不同反应。王洛希试着喊出它的名字，“米塔猫”便喵叫了起来，令王洛希直呼：“好可爱！”参展商介绍，这款产品主要用于陪伴，针对孤独症等有特殊需求的人群有较好的陪伴效果。魔法原子展区展出的机器狗，同样可根据用户的不同指令进行不同反馈。看着机器狗们灵活有趣的表演，王洛希询问：“购买一只多少钱？”展位负责人告诉她：“不到4000美元。”

在傲意科技展区，王洛希体验了一把成为“钢铁侠”的感觉。穿戴上传感器后，她的手臂和手部动作会单向同步给现场的机械手。参展商介绍，这一过程意在训练机械手收集更多动作指令的数据，进一步完善算法，成熟的机械手可应用在工厂流水线、仓库分拣和搬运等工作上。随后，参展商将一个重达5公斤的哑铃放在机械手上，王洛希通过抓握控制机械手抓住哑铃，“但我完全没感觉到5公斤的重量！”

王洛希还留意到一家医疗手术机器人企业。“这是国内首个通过NMPA创新医疗器械（绿色通道）特别审查程序的髋、膝、单髁三位一体、可进行多适应症的全关节骨科手术机器人。”多元化智能展位负责人如是介绍。

企业自主研发的银锯®全骨科手术机器人。王洛希说：“我之前就听说一些医院会使用机器人协助手术，没想到今天真的见到了。”

“每个都非常酷。”一番体验下来，王洛希感慨，“之前我经常在社交媒体上看这些机器人的视频，但亲眼看到、亲身感受，还是太震撼了。”和她有同样感受的还有前来参展的客商们。来自澳大利亚的采购商Stephen Wilson对王洛希表示：“未来五到十年，中国的机器人产业肯定会越来越大，中国在这一领域的速度已经领先西方了。”

