

广交会开幕日，境外采购商到会人数创历史新高

本版图片羊城晚报记者 钟振彬 陈署名外
文羊城晚报记者 孙绮曼 杭室 严锦程

全球商界用订单投票 中国无可替代

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，“不确定性”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，中国产品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信息。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，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升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。两位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州夏洛特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——中国制造已从“低价不可替代”进阶为“技术难以取代”。这种“高性价比”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。

往欧洲和中东的业务是增长最快的。”李红告诉记者。

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源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，照见全球化的真实模样。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。

大陆市场+海外布局 双轮驱动无惧国际波动

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三成，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，每次参展他们都会全力以赴，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。



15日，广交会服务机器人专区内，一只机器狗与客商互动



服务机器人专区内，客商与“里掂”机器人互动

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，来自深圳的银链®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。

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。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创新发展若干政策措施》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“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、仿生陪伴机器人、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—五官—肢体”的智能机器人全产业链。其中，“大脑”方面，拥有华为盘古、腾讯混元等9个通用大模型，人工

智能产业区域创新能力连续7年位居全国第一；运动控制方面，库卡实现了多轴协同的实时运动控制，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，也在飞速变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。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创新发展若干政策措施》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“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。

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

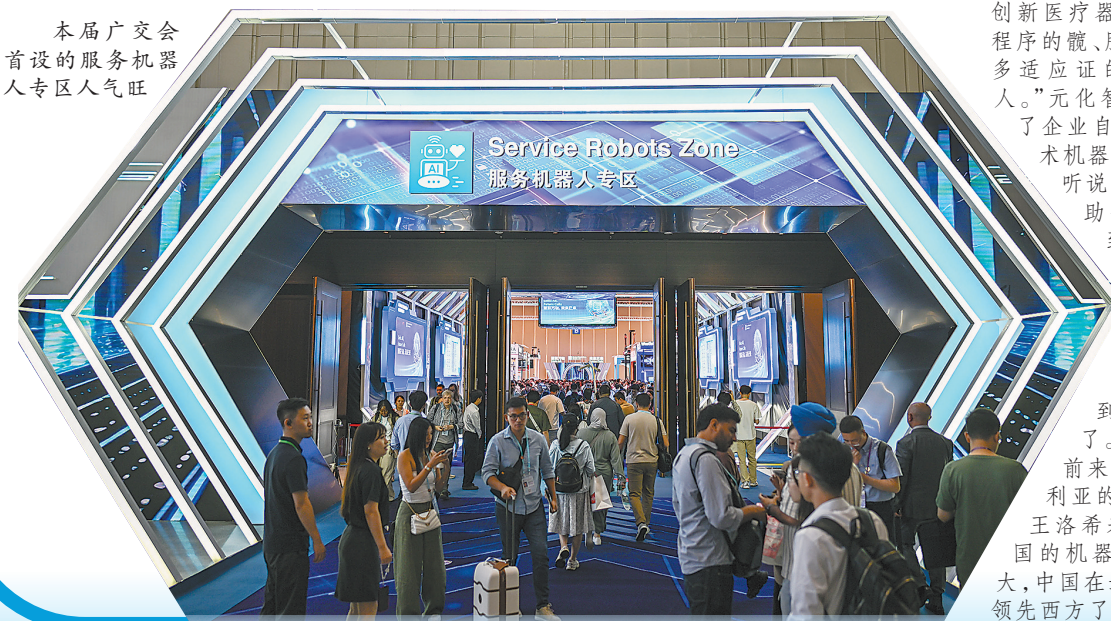
4月15日，第137届广交会开幕当日，广东外语外贸大学的波兰留学生王洛希（Anna）应羊城晚报iSeeChina栏目之邀，作为“中国探秘官”，走进展会首设的服务机器人专区。在这里，首次近距离接触机器人的王洛希真切感受到“未来已来”，不断感叹“amazing（太棒了）”。

步入服务机器人专区，机器猫、机器狗吸引王洛希驻足。在大家象机器人展区，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人，同样可根据用户的不同指令进行不同反馈。看着机器狗们活灵活现的表演，王洛希询问：“购买一只要多少钱？”展位负责人告诉她：“不到4000美元。”

在微意科技展区，王洛希体验了一把成为“钢铁侠”的感觉。穿戴上感应器后，她的手臂和手部动作会单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。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，“但我完全没有感受到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）特别审查程序的髌、膝、单髁三位一体，可进行多适应证的全关节骨科手术机器人。”元化智能展位负责人如是介绍了企业自主研发的银链®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人们。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庞大，中国在这一领域的发展速度已经领先西方了。”

本届广交会
首设的服务机器人专区人气旺