

开放逐新

广交会以“确定性”
作答世界之问

羊城晚报记者 孙琦曼

当美国所谓的“对等关税”影响全球贸易版图，熙熙攘攘的广交会展馆内，上万家企业与220多个国家和地区的参展商、采购商穿梭洽谈的声浪，汇成中国对外开放最坚定的回答——在不确定性时代，这里始终是全球化稳定的坐标。

当前，全球经济不确定性加大，贸易领域供应链稳定性承压。经济合作与发展组织(OECD)最新研判显示，贸易壁垒加剧或致2025年全球经济增长预期下调0.2个百分点至3.1%，但中国逆势获0.1个百分点的增速上调，其经济政策效能获国际机构认可。

“一升一降”之间，新质生产力正重塑世界经济天平。在广交会开幕这一天，这一信号也不断显现。

第137届广交会第一期，汇集专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、国家级高新技术企业等优质特色参展企业超5100家。

在这里，新质生产力重塑着供应链的确定性——本届广交会首次在第一期增设服务机器人专区，集中展示我国人工智能发展最新成果，带来包括具身机器人、商用服务机器人、教育娱乐机器人等在内的各类型产品。

在这里，采访者们找到全球产业链的“稳定锚”——第一期企业在智能制造、人工智能等方面表现突出，一批代表新质生产力的高技术含量、高附加值产品吸引了全球采购商的目光，覆盖了工业生产、日常生活的方方面面。

今天，世界的目光再次凝聚于此——

中外记者看到的是广交会展馆19个展区中，人潮依旧涌动。

万商云集羊城，广交会以“确定性”回应世界。

珠江奔涌千年不改入海之志。这场持续68年的“东方之约”，依然以春天的温度，温暖着全球化进程中的每一次邂逅。



第137届广交会首日，客商在服务机器人专区内体验减负产品 羊城晚报记者 钟振彬 摄

“天塌不下来”，珠江之畔贸易正忙

4月15日，当第137届广交会如约于珠江之畔拉开帷幕时，这场持续68年的全球贸易盛会正以“先进制造”“品质家居”“美好生活”为主题，悄然完成从“中国窗口”到“全球引擎”的蜕变。

这场被誉为中国外贸“晴雨表”的盛会，在中美经贸摩擦持续升级、单边主义阴云未散的关键节点上走来了。68岁的广交会，依旧稳重地张开怀抱迎接来自全世界各地的参展商们。

诚信与开放，是广交会自1957年创办以来长久之不变的底色。不久前，广交会“出生证”首次公布。回看，不仅是回溯初心，更是坚持规则导向、维护多边体系的决心。

截至4月8日，本届广交会参展企业约3.1万家，有近17万名境外采购商

预注册，其中72%来自共建“一带一路”国家，金砖国家占27.4%。“忙坏了”的国际航班、四方商贸云集，可见一斑。

纵然外部环境瞬息万变，但天塌不下来，中国人有自己的事要忙。智能化与绿色化新动能交织，提升产品附加值，是我国外贸以技术突围的手段之一。本届广交会首次设立服务机器人专区，46家企业展示具身机器人、商用服务机器人等前沿产品，智能化展区参展企业超1100家，智能产品达32万件。同时，56%的参展企业拥有绿色低碳专利，88万件绿色产品亮相。

一个个数字背后，藏着的是全球产业链向绿色、智能转型的趋势，“中国智造”的魅力，亲眼见过才知道。数字化深度赋能，重构全球贸易链条。通过整合跨境电商支付、物流、营

销等30多家数字化服务商，本届广交会推动贸易全链条数字化转型。数据显示，58.8%的参展企业采用大数据、人工智能、工业互联网等技术工具改造提升产业链供应链相关环节；61.4%的参展企业已通过数字化手段获取订单，以“线上+线下”的双轨模式，让中小企业得以尝试更低成本的全球化路径。

商务部对外贸易司副司长肖露表示，今年以来，中国外贸发展面临的风险挑战明显增多，但中国外贸韧性不减，进出口已经实现了平稳开局。

68年风雨，广交会展馆的大门常打开，珠江之畔商人往来不断。这个久负盛名的“中国第一展”，不仅是商品展销的窗口，更是中国外贸从“规模扩张”向“质量变革”跃升的缩影。

羊城晚报记者 杭莹

超1800亿元综合金融服务
撑粤企出海

羊城晚报讯 4月15日，第137届广交会开幕。当天举办的《2025珠江国际贸易论坛——金融赋能 稳外贸拓新局》上，中国银行发布了《支持外贸稳定增长行动方案》，从强化金融供给、深化金融创新、优化贸易促进、细化专业服务四方面推出15条具体措施，加大对外贸企业支持力度，实实在在解决外贸企业的发展难题。

根据《行动方案》，中国银行将向广东外贸企业提供超过1800亿元贸易融资、中长期贷款、跨境融资等表内外、本外币综合金融服务，为广东企业提供不少于1万亿元的跨境人民币结算服务支持，助力稳慎扎实推进人民币国际化，为外贸新业态提供超过2000亿元的跨境资金结算等服务支持。

金融赋能对传统企业出海起到了良好的助推作用。近三年六届广交会期间，中国银行累计为广交会展商提供国际结算、金融授信支持约2000亿元、900亿元。

在论坛现场，多位来自外贸企业和金融机构的代表，就当前关税背景下，如何稳外贸、拓新局进行了讨论。海信国际营销副总裁毕强表示，2024年，海信集团售价1000美元以上的电视和冰箱2024年销量同比增长了94%和80%，这意味

着海外消费者对中国产品的质量和体验是充分认可的，对产品的数字化、智能化需求近年来有很大提升。

目前，海信集团海外业务发展最快的区域是新兴市场。相比于欧美市场，新兴市场存在应收账款风险大、汇率波动风险大的特点，这意味着企业对跨境支付的效率和成本诉求更高。毕强表示，企业在出海的过程中，需要进行本地化布局，亟需金融公司能够提供更多元化、更有效的金融工具，帮助企业快速拓展海外市场。

广东凌度智能科技发展有限公司副总经理黄健表示，很多中小企业资金实力不够雄厚，难以应对外汇汇率的波动问题，希望金融机构能够针对远期外汇汇率给出一个保障性的产品；此外，中国出口金融保险的信用额度为15万美元，他希望金融机构能够给到出口企业更多的出口信用保险，“这也是我们现在最需要的东西。”

中国出口信用保险公司广东分公司副总经理蒋昭华表示：“在外贸环境不稳定的当下，公司已经提出了一些特别的帮扶措施，针对微观上企业的需要进行解决，比如强化订单取消环节的保障，比如开发对企业外贸转内销的相关帮扶等。”

(沈沁 戴曼曼)

护航广交会
知识产权专家队伍全程进驻

羊城晚报讯 作为“中国第一展”，广交会也是观察中国知识产权保护窗口。4月14日，广东省市场监督管理局(知识产权局)召开专题会议，部署第137届广交会知识产权保护工作，并对驻会人员进行系统培训，国家知识产权局派出专家现场予以指导。本届广交会期间，省市场监管局(知识产权局)组织的专家队伍将全程进驻各展区，现场开展知识产权保护工作，为大会提供专利、商标、地理标志等知识产权侵权判定意见。

自第133届广交会(2023年)以来，大会启用了线上线下

融合知识产权投诉处理系统，权利人可对线上线下发现的侵权情况，均可通过系统提交投诉申请。需要提醒的是，线下投诉可以提前在系统上填报好申请材料，再携带少量必要材料到现场核对确认，省去了现场填写纸质申请表的麻烦，更加高效、快捷。

投诉受理后，权利人还可通过系统随时跟踪投诉处理结果，提出申诉、撤诉等。对于被投诉企业，不需要到大会投诉现场，就可以通过系统实时了解企业知识产权被投诉的情况，并可远程安排知识产权专业人士进行答辩。

(吴珊 粤市监)

口岸入境外商数量不断攀升
边检全方位优化通关流程

羊城晚报讯 4月15日至5月5日，第137届广交会分三期在广州召开。连日来，从香港中经深圳皇岗、福田口岸入境的外国客商不断攀升。据深圳出入境边防检查总站统计，自4月12日至4月16日，共查验经这两个口岸出入境人员逾55万人次，其中，入境外国旅客近5000人次。

为确保展会期间口岸安全高效顺畅，深圳出入境边防检查总站皇岗边检站聚焦各国参展客商核心需求，全方位优化通关流程，多措并举提升服务能力，以更高标准、更优服务助力广交会的顺利举办。

4月14日上午，来自斯里兰

卡的MOHAMED先生经福田口岸入境前往广州。他向当值的移民管理警察表明身份后，民警迅速将其引导至外国人专用通道办理查验手续。“这是我第一次来参加广交会，体验感非常棒！”他赞赏。

来自巴西的广交会参展代表团一行十多人当天经皇岗口岸入境中国。执勤民警安排专人在外国入境卡填写台提供咨询服务，并增开通道为该团办理入境手续。“中国的出入境通关服务太高效便捷了！”临走前，代表团成员ANDRADE DE OLIVEIRA ROGER专门通过翻译表达感谢。

(张璐瑶 黄俊生)

微信支付:4月首周——
境外旅客在粤日均消费
金额同比翻番

羊城晚报讯 广交会万商云集。来自全球200多个国家和地区的超20万境外采购商来华“买买买”，带动消费热潮。微信支付的数据显示，4月首周，外籍来华旅客用微信支付消费的笔数和金额增长明显。4月1日-7日，来华用户日均用微信支付在全国的消费笔数相比2024年同期增长了136%，其中，境外旅客在粤日均消费金额同比增长1.2倍，翻了一番。

在去年的第135届广交会上，境外采购商可直接开通微信支付。本届广交会，广州以全新升级的“3E”(Efficient Biz“高效商务”、Easy Go“便捷出行”、Enjoy Life“愉悦生活”)城市服务体系，迎接全球展客商。微信支付还在广交会展馆设有“畅行广交会”支付便利服务台，便于参展客商了解与咨询入境支付的相关问题。

(王丹阳)



现场的微信支付“入境支付便利服务台”迎来外籍客商的驻足 受访者供图

美国的关税大棒 压不住“用脚投票”的贸易热情

“风向标”，广交会历来受到全球瞩目。

当西方大谈“脱钩”之时，广交会却在不断修炼内功，创下了“永不落幕”的神话。

2024年，广交会以全年500多亿美元的出口成交额，展现“中国制造”之于全球的强大吸引力。

本届广交会再次亮出过硬实力：出口参展企业首次突破3万家，首设服务机器人专区，新参展企业超过4200家，拥有国家高新技术、专精

特新“小巨人”、制造业单项冠军等称号的参展企业超过9700家，预注册境外采购商逾20万名……

4月15日，本届广交会开幕首日，来自美国、巴西等地的客商就云集广交会展馆，甚至带火了展馆内的麦当劳。首设的服务机器人专区更是挤满各国客商，功能多样的机器人成为人群中“C位”，展示着我国人工智能发展最新成果。

来自美国的关税大棒，压不住全球客商和消费者“用脚投

票”的贸易热情。贸易自由流动的火场热情，本就是经济全球化的必然趋势。

广交世界、互利天下，这是广交会向全球客商发出的善意邀请，也蕴含着“朋友来了有好酒”的中国智慧。

从“世界工厂”到“全球市场”、从“中国制造”到“中国智造”，68年来，我们透过广交会这个窗口，看到了中国经济的稳健底气、十足信心。我们相信，真正的全球化，是让世界看见共赢的可能。

广交会会场的麦当劳餐厅
想不到你是这样的全球化舞台

羊城晚报记者 威耀琪

今天，广交会会场的麦当劳餐厅热遍全网，这个经济文化现象的确令人深思。麦当劳的火爆，是广交会的客流与会展经济带来的，背后是全球物流、信息产业和文化的一致性协同。广交会，恰恰是这种高度协同的超级节点。麦当劳从1990年进入中国，至今35年不衰。它是参与全球化与海纳百川的跨国资本一个缩影，也是影响大众生活的跨文化消费景观。如今它更是关税战中保持长期定力的一个经济符号。

麦当劳化是什么，是高效。在广交会这种几天都逛不完的超级大会展里，“一份快速、标准、安全、经济、合口味的食品”，这是麦当劳的活，也是客商的赞。麦当劳的选择没有传统中餐那么丰富博大，但是每个单品都是热卖款。麦当劳的食材也并非高级海鲜，但是每个套餐恰到好处地给食客快速补能。消费者无须担心口味或等待时间。来自美式文化中的高效率与低成本基因，与中国的广交会高流量与高频率需求形成了完美匹配。

麦当劳化是什么，是协作。从经济运行来看，源于美国的麦当劳在广交会的热销，带来的是全球供应链的高效整合，这种模式至今长盛不衰。比如原料(如牛肉、薯条、包装材料)可能来自国内外。通过广交会这类平台完成采购，达成购买协议，通过加工分装配送流程，最后现场制作。转了一大圈，变成一个汉堡包，呈现在参展商的面前。麦当劳如此，商业也当如此。一个麦当劳餐厅，凸显出全球生产网络的高度协作和依赖性。

麦当劳化是什么，是文化。没错，麦当劳不只是一种

在中国购买这些商品还能享受离境退税政策，算下来比在美国本土购买便宜太多。

实际上，从1957年广交会创办开始，这个被誉为“中国第一展”的盛会就肩负了打破西方封锁、与世界对话的“破冰”使命。历经68年风雨，广交会已经成为中国迄今历史最长、规模最大、商品最全、采购商最多且来源最广、成交效果最好、信誉最佳的综合性国际贸易盛会。

作为中国外贸的“晴雨表”

作为中国外贸的“晴雨表”



参展企业展会现场制作美食

城市美食文化板块首次融入广交会

“食在广州”嘉年华飨八方客商

羊城晚报讯 记者杭莹摄影报道:15日下午，第137届广交会音乐美食节——“食在广州”嘉年华正式亮相，集美食、音乐和文化于一体的15天沉浸式体验，将为全球客商带来“舌尖上的广交会”盛宴。

据了解，本次“食在广州”嘉年华活动，吸引了陶陶居、点都德、惠如楼、御珍轩、拉丁3餐厅、椰林海鲜码头、荔银肠粉、温祈福餐饮、王老吉、珠江啤酒等40家餐饮企业参与。广州老字号、粤菜名店、非遗美食、星级餐厅、新锐潮饮品牌等，为中外客商呈现一场“南北风味并举，中西美食荟萃”的美食盛会。

除了美食，嘉年华现场精心安排了丰富的文化表演和非遗

体验活动。国家级非遗传承人饶宝莲现场展示了精湛的剪纸技艺，吸引不少客商驻足欣赏。掐丝珐琅、中国结编织等传统技艺则通过互动体验，让观众更加直观地感受到岭南文化的独特魅力。广东银联、广东农业银行、美团、抖音等平台单位也为本次活动提供了领用消费券、支付便利化、品牌宣传等服务，既激活本地消费活力，也为品牌全球化赋能。

据活动主办方新大地会展公司副总经理刘群介绍，这是广交会历史上首次融入城市美食文化板块，希望通过国际化、年轻化的方式，让“食在广州”成为全球客商了解中国和广州魅力的新窗口。

活动期间还将同步举办“品牌出海”主题论坛，为广州餐饮企业和国际采购商搭建对接平台，助力广州餐饮品牌开拓国际市场，特别是共建“一带一路”国家市场。

广州市商务局一级调研员王小华表示，“食在广州”不仅是广州的城市名片，更是千年商都饮食文化的积淀。本次活动，是广交会创办68年以来，首次将“食在广州”金字招牌纳入广交会核心场景，同时将会展经济、旅游经济、夜间经济有机串联起来，推动会展经济的多元升级。借助广交会这扇全球贸易之窗，“食在广州”的品牌文化将走向更宽广的世界舞台。