

广交会上的“中国智造” 凭毫米级创新锻造全球竞争力

羊城晚报记者 严锦程 杭莹 孙绮曼 王丹阳

4月16日,第137届广交会迎来第二个会展日,汇聚全球3.1万家参展企业,展位总数达7.4万个,其中出口参展企业首次突破3万家。在这场全球规模的贸易盛会上,“中国智造”正以毫米级创新展现锋芒,彰显中国前沿企业拥抱全球化市场的信心与底气。

“中国第一展”持续圈粉全球客商。从新能源汽车带来的智能豪华出行体验到AI驱动的智慧家居互联,从精密至毫米级的机床加工到场景丰富的服务机器人集群,中国制造业正以“技术+标准”的双轮驱动,向全球市场铺展一幅智能化、绿色化、高端化的产业升级图景,彰显着从“制造”向“智造”跃迁的全球竞争力。

▶客商在广交会
上参观了解一款智能
冰箱 新华社发



服务机器人
人专区,客商
与机械手握手
羊城晚报记者
钟振彬 摄

A 未来已来,服务机器人诠释“赛博中国”

位于广交会展馆D区21.2友谊大厅的服务机器人专区,无疑是本届广交会的“明星专区”,46家行业代表性企业带来具身机器人、农业植保机器人、医疗手术机器人、物流仓储机器人、教育娱乐机器人等尖端产品,不仅展现了中国制造的硬核实力,更揭示了智能制造的未来图景。

作为低空经济农业无人机领域的冠军级企业,极飞科技首次在广交会亮相,带来了农业无人机、农业无人驾驶车、农机辅助系统与智能水肥管理系统等产品。其中,极飞农业无人机依托高精度航测功能与智能飞行路径算法,可实现农田边界的毫米级识别与航线自动生成。用户仅需动动手指标记好农田边界,无人机就能实现一键起飞、全自主作业,颠覆了传统人工操作模式,简直是一款“会自己上班”的农业服务空中机器人。

“极飞”的智慧农业产品目前已经应用于全球70多个国家和地区,我们也期待以广交会为支点,向世界上更多地方输出来自中国的农业解决方案。”极飞科技总经理孟李艾丽介绍。

巴西留学生孙华与多国参会客商交流

关税高压下 西方不亮东方亮

羊城晚报记者 古司祺 曾潇

4月16日,第137届广交会进入第二天,太平洋彼岸的美国白宫最新声明表示,由于中国采取报复性措施,美对华关税加征至245%。这是否会影响广交会境外采购商的信心?广东外语外贸大学的巴西留学生孙华(Raphael)应羊城晚报“iSeeChina”(中国探秘官)栏目之邀,走进广交会展馆,寻找问题的答案。

在广交会,孙华遇到了老朋友Artuhr——同样来自巴西的Artuhr,也是广交会的“老友”。他表示,自己从2017年开始参加广交会,参展证件挂绳上的多彩徽章就是最直接的见证。此行作为巴西中国商会的代表,Artuhr依旧致力于帮助两国企业开展合作:“中国是巴西最大的进出口合作伙伴。我相信眼下是巴西与中国紧密合作的重要时刻,在美国加征关税带来的不稳定形势下,巴中两国更应相互支持。”

Arthur提到的关键词“关税”,在孙华随后的广交会之行中频频出现。意大利采购商Ecaterina告诉孙华,她期望在广交会看到新事物。在她看来,如今很多创新都是自中国走向世界,欧美众多商品都由中国制造,美国加征关税难免令人感到忧虑,“不知道这个政策将走向何方”。

“看来广交会不仅是一个交易的平台,也是交流的平台,可以听到很多不同的声音!”孙华展望美国的关税政策能为巴西带来机会,“中国等亚洲国家可能会寻求新的市场,这对于我们来说是一大机遇。当然,我最希望的还是全球合作。就像广交会的宗旨,‘广交世界,互利天下’。”

See
iChina



现场

50秒一杯咖啡, “蒙娜丽莎”一键拉花 全智能咖啡机器人速揽千万元订单

文/图 羊城晚报记者 杭莹

个场馆亮相。

韩非子告诉记者,作为全球领先品牌,氮豚COFE+不仅能够现磨咖啡,还能现制包括奶茶、抹茶、巧克力饮品、风味乳饮、混调特饮在内的五大类50多种饮品,全球独有;不仅能用两种咖啡豆,还能选配动物奶和植物奶,行业领先;不仅能制作冰饮、冷饮、温饮、热饮,还能个性化调配浓度、甜度、温度、风味、浇头,选择搭配不同容量杯型,选择不同饮品工艺制作口味。

记者走近发现,该展区是上海氮豚机器人科技有限公司(以下简称“氮豚”)的COFE+第5.5代全智能+机器人现磨咖啡机。氮豚创始人韩非子向记者表示,这是氮豚首次参加广交会,“一个月前我们就在海外网站上向5万多个海外客户发布了广交会邀请,有3000多个客户应邀来到现场”。本次氮豚的机器人咖啡吧、机器人咖啡馆等产品分别在服务机器人专区、CF大奖展示厅等5



万元的签约订单。韩非子预计,本届广交会将实现5000万元的合作订单。

广交会期间,氮豚接待了来自南美、东南亚、非洲等多个国家的客商。韩非子表示,公司此前在这些地区的布局尚有不足,借助广交会平台,氮豚能够更好地开拓新兴市场。他进一步提到,2025年全年预计公司出口将超过100个国家。面对“关税战”,他颇为自信地表示:“如果你的技术领先到让产品全世界都需要,那么关税都是无惧的。我认为中国的人工智能、机器人发展就是如此。”

广交会观察

美式汉堡里的“中国基因”

关税冲击无损“金拱门”全球化商机

广交会期间,位于展馆负一楼的麦当劳餐厅意外走红。无论是操着十余种语言的参展商挤满餐厅的场面,还是那位吐槽美国麦当劳汉堡里没有辣味的国际友人,都让这个来自美国并走向世界的国际餐饮品牌收获了一大波流量。

其实,很多人不知道的是,多年前,麦当劳中国就进入了“金拱门时代”,幕后有了“中国操盘手”。2017年,中信成为麦当劳中国业务的控股股东。在中信的加持下,麦当劳中国一跃进入发展快车道,餐厅数量从2017年的2400家猛增至2025年3月的7000多家。

如今,中国已是麦当劳的全球第二大市场。麦当劳公司亦对中国市场充满信心,其2024年度报告显示,已斥资18亿美元增持“金拱门”,持股比例增至48%。

中国有句老话“名声发大财”,讲的是低调内敛、长期务实。正像万千在中国坚持长期主义的外资品牌一样,麦当劳也遵循市场发展规律,不断本土化。

1990年,作为改革开放初期的商业旺区,深圳罗湖区东门商业步行街开设了内地第一家麦当劳餐厅(现麦当劳深圳光华餐厅)。其后,在中国,麦当劳餐厅逐步由南向北越开越多。在业内,麦当劳享有餐饮界“黄埔军校”之誉,除了专业化的操作流程、标准化的管理方式,其“绝活儿”是门店选址。公司内部还设有专门的“地产部”,并配有一整套评估流程。店址选得好,生意通常不会差。这也使得不少餐厅喜欢跟着麦当劳去开店。

因此,麦当劳与“中国第一展”结缘并不意外,在广交会开店的意义远远超越一家门店本身。早在1996年,麦当劳就把餐厅开在了广交会旧址流花展馆的对面。当时,凭借几分钟即可出餐的高效节奏,麦当劳成为参展商争相打卡的就餐点。其时,改革开放正酣,麦当劳餐厅的亮相,也展示了中国对外开放的姿态。

2008年广交会整体迁至琶洲展馆,这座超大规模的“会展航母”,对商业配套提出全新要求。麦当劳同步启动升级计划:将餐厅数量升级为两家并增设一个取餐点,设置双语菜单,更创新推出“展会限定模式”——仅在每届广交

会期间运营,高峰期单店配置员工高达数百名,每天可服务六七千人次。这种弹性运营机制,恰如中国经济应对贸易冲击的缩影,既保持全球化内核,又具备本土化灵活应变的能力。

预计今年春交会,这两家麦当劳餐厅将接待超10万人次的中外展客商。

记者留意到,两家餐厅的菜单十分丰富。为满足不同国家和地区展客商的需求,餐厅除了提供汉堡、薯条、派等全球经典产品之外,还提供中国本土研发的麦辣鸡翅、麦麦脆鸡等美味。今年,麦咖啡小黄车再次进驻广交会展馆,为展客商带来更多选择。

此外,广交会两家麦当劳餐厅还新增了外卖服务。只要触动手指在手机上下单,配送员就会快速将餐食送达展位。正像无数中国餐厅,服务不可谓不贴心,效率不可谓不高。

令人惊叹的还有麦当劳中国供应链超高本土化的程度。从餐厅任意挑选一款食品,你会发现几乎所有原材料都来自中国本土。内蒙古的土豆、广东的生菜、河北的番茄、福建的鸡肉等已构建起麦当劳中国约90%的食材网络。

“在中国,为中国,链全球”已然融入麦当劳中国的基因。这也说明诠释着全球化产业链的韧性——当美方挥舞“关税大棒”时,中国市场正以无形之手将企业紧紧链接。

麦当劳中国透露,下一个开店目标是10000家。

羊城晚报记者 吴珊



广交会旧址流花展馆对面的麦当劳餐厅(资料图)

受访记者供图

来广交会看看,就知道中国应对“关税战”底气何来

在美国政府发起全球“关税战”的背景下,中国历史最悠久的以进出口为主题的展会于4月15日开幕。在本届广交会开幕前,一些人担心,“关税战”会不会阻碍全球客商参会的脚步?连日来,看到展馆内熙熙攘攘的各国采购商,这样担心烟消云散。

在这里,记者看到68年从未间断的广交会,越来越有吸引力。

记者在采访中遇到多位首次参加广交会的客商。印度客商瑞尼丝(Srinithi)第一次随父亲莫斯(Murthy)前来参会。身为广交会常客的莫斯感慨:“年轻一代需要学习,广交会有很多商品,这么多国家的客商参加,是他们学习的好机会。”

来自澳大利亚的史蒂芬·威尔逊(Stephen Wilson)是机器人迷,此前在网上被中国机器人“圈粉”,今年特意来到“中国第一展”寻找源头厂家。位于广交会展馆A区负一层的麦当劳餐厅,每到饭点都“一位难求”。可以说,广交会期间,全球最忙的麦当劳餐厅就在这里。这家来自美国的连锁餐厅未受到“关税战”影响,继续在中国赚得盆满钵满。

记者在这里采访到一位来自美国加州的客商。他说,“关税战”确实对业务造成了影响,但广交会成为他寻求突破的方式之一。“我这次来广交会正当其时。因为关税问题,货物的价格更高了,所以我来广交会寻找更多元的货源。我们的工作就是为客户找到更多解决方案。”

广交会就是这样一个地方,在这里,你会接触到几乎全球每一个国家的商人。广交会不仅是撮合交易的平台,新产品的秀场、新科技的舞台,更是全球商人打破隔阂、建立信任、增进友谊的“大Party”。

美国政府发起的“关税战”是本届广交会上记者和客商们聊得最多的话题,大家都想在不确定性中找到一些确定性。关于“关税战”,有两个回答给记者留下最深的印象——

“关税战”对你的生意有没有影响?当记者抛出疑问,美国客商、CAT全球品牌许可商OFC国际销售负责人克里斯·阿山(Chris Arthan)斩钉截铁地回答道:“NO!”

“世界需要全球化,让经济正常运行。”来自哈萨克斯坦的客商伯克努(Beknur)则谈道,“中国政府反击美国关税政策的做法是正确的。”

中国的硬实力,吸引了千千万万用行动投下信任票的各国民众,这正是中国坚决反击美国“关税战”的底气所在。

羊城晚报记者 付怡 赵鹏