

# 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 孙琦曼 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,其中出口展参展企业首次突破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



## B AI赋能,智慧家居“质”上加“智”

中国家居品牌一向以产品质量可靠享誉全球。本届广交会现场,中国各大家居领军企业纷纷主打“AI+场景”,将AI深度融入家居生态,向世界展示从“品质制造”向“智慧创造”的跨越式升级。

海信展位以“AI Your Life”为核心理念,向客商描绘了全场景智慧的生活图景。根据不同使用场景,展位进一步细分为“AI Your Picture”“AI Your Audio”等展览单元,演绎AI如何赋能观影、游戏、洗衣、做饭等日常生活。以观影体验为例,通过搭载“信芯”AI画质芯片,电视可实时分析画面内

容,动态调整对应分区的背光强度,使画面色彩过渡更自然。

粤企TCL已连续参加广交会多年,今年更作为广东首家“奥林匹克全球合作伙伴”亮相展会,一口气带来近百款创新产品,包括雷鸟眼镜、AI空调、智慧大屏电视等。在冰洗领域,伏羲大模型驱动的洗衣机通过超净泡精华洗技术,将洗净比提升至1.31,而零下40℃深冷锁鲜冰箱则依托创新算法,将保鲜周期延长至180天。数据显示,TCL2024年AI技术应用创造经济效益达5.4亿元,截至目前累计申请专利11.4万件。

海尔带来了20多款新产

品,AI科技、绿色节能是两大亮点,如东南亚热带气候专用的烘干一体机、中东极热环境适配的空调等“爆款”。“因地制宜”的创新逻辑,助力海尔依托广交会,收获50余个国家的百余名客商前来洽谈合作,预计全年订单将实现两位数增长。其海外副总裁张庆福强调:“从自主创新到高端突围,AI不是炫技工具,而是解决用户痛点的钥匙。”无论是通过AI算法优化耗电的绿色科技,还是以智能物联构建的生态网络,海尔始终将“用户需求”置于创新坐标系原点,让中国智造的温度跨越地域与文化边界。

## C 精度为王,工业制造销量口碑双丰收

凭借着国产硬核科技的机器人、数控机床、工业自动化系统及设备、智能物流与仓储设备等展品,本届广交会的工业自动化及智能制造展区也是当之无愧的“人气王”。

在浙江金澳兰机床有限公司(以下简称“金澳兰”)的展位前,不少客商正沉浸式观看金澳兰的机床运作。金澳兰海外事业部负责人黄春连告诉记者,这次广交会,他们把一整套生产线都搬了过来。“这是我们自主研发的一款专用于新能源电池壳制造的高性能机型,冲压每分钟可以冲压80个产品,产品误差可以控制在0.05毫

米,进一步提升了行业的生产效率和技术竞争力。”黄春连说,他们这两天接待了不少来自东南亚、非洲等地的客商,大家普遍关注设备占地情况、如何和不同产品相结合等。“事实上,冲压技术作为传统制造与现代创新的结合点,正以全新活力推动汽车制造的变革。”

除了冲压技术,工业生产中不得不提的另一项技术便是压铸。在摩托车展区,客商们同样举着手机拍个不停,广东大冶摩托车技术有限公司(以下简称“大冶摩托”)受到不少客商关注。去年,大冶摩托升仕品牌703RR摩托车摘得广交会设计

创新奖金奖,其核心组件——车架,采用铝合金高真空一体式压铸,不仅显著提升结构性能,使车辆更加轻量化,还大幅提高生产与装配效率。而这样的压铸方式对精度要求更高,因此,大冶摩托专门使用了3D扫描技术对车架进行精度把控。

“我们专门把升仕的研发中心设置在工厂里,就是为了让研发人员对生产全流程有熟练的掌握。”大冶摩托展位负责人介绍道,企业拥有设计、研发、生产、销售的全链条体系,并且能实现约70%零件的自主生产,“一季度,升仕品牌的整体销售业绩增长超过70%。”



服务机器人专区内,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

技公关总经理钱姝婷表示。

城市才刚苏醒的清晨,无人驾驶清扫车能早早“上岗”,扫去各处尘霾。赛特智能展位展出的“智赛洁”无人驾驶清扫车,能满足公园、街道、景区等城市各场景的智能保洁需求。展位工作人员向记者介绍,“智赛洁”仅需通过后台系统统一调度和任务规划,便能进行自动作业,集自主清扫、多模式作业、垃圾溢满识别、自主倾倒垃圾、自主充电加水等功能于一体,清扫效率达每小时1万平方米,一次充电可满足8小时以上连续作业。

走进元化智能科技的展位,这里正在演示一场精准的膝关节置换手术,“主刀医生”竟是一台机器人。在场客商注视着机械臂的每个动作,但很显然,这位“医生”不会有“颤抖的手”。“机器人做膝关节置换、微创关节置换手术会非常精准,误差能控制在0.5毫米以内,大大地减少了病人的出血量,创伤小、恢复快,降低了术后后遗症风险。”元化智能科技(深圳)董事长兼总经理孟文炯介绍。



## 现场

## 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”。

与之抱有类似想法的印度采



购商Sahil说:“中国的技术越来越先进,很高兴能在这里看到中国的发展,期待能从广交会引进新技术。我个人认为‘关税战’不是一个明智的决定。举例来说,如果我是从中国进口商品的美国商人,关税加码对我的业务是一个非常大的打击。”

“美国只是一个市场。全球市场仍然有很多机会,可以保持增长。所以我不觉得有很大的风险。”荷兰采购商Jelle Bos持乐观态度,“美国这么做是孤立了自己,这其实是欧洲的机会,可以和中国更好地合作。我们可以让美国看看,他们已不像从前那样强大了,不需要美国人来教我们怎么做事。我甚至很期待看看未来会发生什么。”

“看来广交会不仅是一个交易的平台,也是交流的平台,可以看到很多不同的声音!”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’。”

## 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。

“通过学习,这款5.5代的全智能咖啡机器人,能够100%复刻人类咖啡冠军的精湛手艺,而且可以5杯并行制作,日产千杯。相比传统咖啡馆,成本大幅节约95%。”韩非子说。

在和记者交流的过程中,韩非子的手机一直响个不停,订单络绎不绝。他表示,本届广交会开幕前一天,氮豚就有近千万元的签约订单,实际已收到款项300多万元;广交会开幕两天内,氮豚实现了近千



咖啡上的“哪吒”“蒙娜丽莎”拉花

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年全年预计公司将出口超过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,那什么关税都是无惧的。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“闷声发大财”,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,还提供中国本地研发的麦辣鸡翅、麦脆汁鸡等美味。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。只需动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。这也生动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日开幕了。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?连日里,看到展馆内熙熙攘攘的各国采购商,这样的担心烟消云散。

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(Srinith)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,广交会有这么多商品,这么多国家的客商参加,是他学习的好机会。”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,每到饭点都会“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。

记者在这家麦当劳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,但广交会会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资源。我们的工作就是为客户找到更多解决方案。”

本届广交会,逾20万名境外采购商预注册参会,全球零售企业250强来了223家。广交会开幕首日,境外采购商累计线下参会人数达到64530人,同比增长8.9%,创下历史同期新高。

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。”

关于“关税战”对生意的影响,客商们的感知不尽相同。但他们的态度是一致的:明确反对美国政府滥施的关税霸凌。

中国的硬实力,吸引了千千万万用行动投下信任票的各国进出口商,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 付何 赵鹏