

首席评论

□李妹妍

以“广交世界”有力回应“关税大棒”

——从广交会看中国外贸无惧关税战的底层逻辑

处于关税战特殊节点上,备受关注的第137届中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)线下展出交出了一份亮眼的成绩单:截至5月4日,共有来自219个国家和地区的28.89万名境外采购商到会,较第135届广交会同比增长17.3%;新老采购商踊跃参会,到会人数分别增长14.6%、21.4%;企业现场展示产品超455万件;现场意向出口成交254.4亿美元,增长3%。

人聚财兴旺。采购商到会和出口成交双增长,是全球客商对广交会、对中国产品、对中国市场投下的“信心一票”,也是对美国乱挥“关税大棒”最有力的回应。

2018年,美国单方面挑起“关税战”,对全球经济秩序造成了前所未有的冲击。七年后,美国再次对外宣布实施所谓“对等关税”计划,妄图以违背经济规律和时代潮流的保护主义阻断全球产业链,令世界经济面临巨大的不确定性。

这一次,从广交会看关税战,中国的答案已非常清晰——

集中精力办好自己的事,以确定性锚定航向、以未来性突破重围、以机遇性拥抱世界。历史终将证明,筑墙者必将困守孤城,开路者方能联通天下。

(一)

“我们需要中国的制造业。如果我们需要某个电容器,可以在一天内拿到。”广交会上有很多供应商,这对我们来说非常有价值,我们也将持续和中国保持合作关系。”“当前国际贸易形势复杂多变,但我们不会放弃和中国的合作,不仅因为价格优势,更重要的是这里有庞大且稳定的供应链。”……这些都是来自广交会的声音。

当关税壁垒高筑、贸易保护主义抬头,全球供应链遭遇前所未有的震荡时,作为中国外贸的“晴雨表”和“风向标”,广交会正以完备的产业链供应链向世界传递着清晰的确定性。

这种确定性,源于产业根基的深厚积淀。

打开广交会官网,在参展展品的搜索栏中输入“汽车”后,从整车制造到发动机、散热器,从汽车清洁

潮流·数智先锋

粤港澳大湾区企业数字化深调研第四季

总策划:任天阳
总统筹:林海利
总执行:孙璇
策划执行:吴江
统筹执行:孙晶 刘佳宁



数字华夏创始人沈健

A 进场:

组装生产不出深圳

“离开计算行业之后,那时候选择未来发展方向,刚好有一个朋友是智元机器人现任董事长,他建议我往人形机器人方向考虑。”沈健告诉记者,在调研之后,他确实看到人形机器人产业有着巨大成长空间和发挥价值,就毅然决然进入人形机器人赛道,在2024年3月创办了数字华夏。

在深圳创业的这个选择,跟他在这座城待了快20年的体会密切相关。“一旦这个领域开始冒头,深圳一下子都会发展起来,因为产业链优势太明显,人才聚集效应很强。只要深圳有团队进入这些领域,很快就能够聚集很多人才,资本、政策也会快速起势了。”沈健说。

“我们也完全可以做到不出深圳,把一台人形机器人组装起来,有这样好的创新创业氛围,人才就会聚集。”在他看来,人形机器人是一个新领域,对人才的需求也是综合的,不是靠过去自动化人才、

数字华夏。

到座套、收纳……1900多家展商、15万多件展品映入眼帘,各类汽车配件应有尽有,一站式满足海内外采购商的采购需求。作为全球唯一拥有联合国产业分类中全部41个工业大类、207个中类、666个小类的国家,中国构建起一张无与伦比的产业网络,制造业总体规模连续15年居全球首位。这种“全链条覆盖”能力既是规模优势的体现,同时也意味着,无论外部如何震荡,中国都凭借强大的内生动力与韧性,提供从原材料到终端产品的“一站式解决方案”。

这种确定性,源于产业集群的高效协同。这种协同在珠三角地区表现得尤为显著。广东作为制造业大省,重点打造了新一代电子信息、现代轻工纺织、汽车、新能源等9个万亿级产业集群,形成了强大的产业集群效应。采购商们在广交会上发现感兴趣的产品后,还能直接奔赴企业生产车间进行更深入的探访和沟通,挖掘更多商机。以汽车产业为例,一块新能源电池,从深圳的电池管理系统研发、惠州的电解液生产到肇庆的电池组装,全流程可在150公里半径内完成。不仅如此,产业集群内部企业相互竞争又紧密合作,共同攻克技术难题,提升产品质量与生产效率,以“生态协同”确保了供应链的稳定、高效运转。

今天的中国,产业规模大、门类齐全,集群化特征明显,已成为全球产业链供应链的“关键一环”。当全球投资者都在寻找确定性时,作为“中国制造”全产业链的重要展示平台,广交会采购商到会和出口成交双增长再次表明:中国过去是、现在是、将来也必然是世界经济的重要确定性。

这种确定性,源于产业根基的深厚积淀。

打开广交会官网,在参展展品的搜索栏中输入“汽车”后,从整车制造

到座套、收纳……1900多家展商、15万多件展品映入眼帘,各类汽车配件应有尽有,一站式满足海内外采购商的采购需求。作为全球唯一拥有联合国产业分类中全部41个工业大类、207个中类、666个小类的国家,中国构建起一张无与伦比的产业网络,制造业总体规模连续15年居全球首位。这种“全链条覆盖”能力既是规模优势的体现,同时也意味着,无论外部如何震荡,中国都凭借强大的内生动力与韧性,提供从原材料到终端产品的“一站式解决方案”。

从广交会的产品变化中,我们更能清晰感受到这一点。

产品更“新”了。

谁在技术创新上占领制高点,谁就能牢牢把握发展的主动权。本届广交会拥有国家高新技术、专精特新“小巨人”、制造业单项冠军等称号的企业超过9700家,“新三样”、数字技术、智能制造等相关题材企业约3700家,现场展示智能产品32万件……一组组亮眼的数据,展现出中国制造在智能技术与产品领域的硬核实力。从服装、家电、家具等“老三样”,到新能源汽车、锂电池、光伏产品等“新三样”,再到AI、机器人等更前沿领域的展品,越来越多中国制造以技术创新为引领,展现出强大的市场韧性。而当全球客商的采购清单中找不到“平替”,高附加值的“中国制造”显然将重塑市场竞争新优势,开辟增长新蓝海。

展会现场,许多境外采购商高举手机,拍摄机器狗、工业外骨骼装备、自动巡航机器人、咖啡机器人等,不时发出惊叹。

产品更“绿”了。

推动制造业可持续发展,绿色环保不是一时之风,而是长久之计。本届广交会参展企业中,有56%的企业在绿色低碳领域拥有外观设计、实用新型、发明专利等,63.5%的企业通过了国内外绿色低碳认证,现场展示的绿色低碳产品达到88万件,小到家居摆件,大到环保建材,处处可见产品的创新和绿色化转型。广交会为更多企业开展绿色低碳转型提供参考和借鉴,而企业也通过绿色化、智能化、场景化的产品和解决方案,不断提升品牌形象和国际竞争力,向全球客商展现中国制造从“产品输出”向“技术引领”与“生态赋能”升级的全新形象。

产品更“潮”了。

作为代表中国外贸产品最高设计水平的奖项,广交会设计创新奖(CF奖)获奖展示厅成为采购商的热门打卡地,并不令人意外。从手柄设计外观时尚,符合人体工学的刀具,到充满黑科技的家具和建筑

材料,从精巧绝伦的便携式咖啡机,到带给人们独特体验的按摩机器人……中国企业正通过创新设计与品牌化运营,精准对接海外新兴消费需求,将产品从“能用”升级为“好用且好看”,开辟品牌全球化的新兴路径。源源不断的订单有力地证明,这场从“卖产品”到“卖美学”的转型,不仅提升了产品辨识度,更推动中国制造从“价格标签”向“品牌文化”跃进。

(三)

善弈者谋势,善谋者致远。

当下,美国再挥“关税大棒”,凌行径变本加厉。而中国应对更加沉稳坚韧,从消博会到广交会,吸引全球客商不远万里而来,更让“中国机遇”同“世界期待”双向奔赴。

历史是最好的教科书。就在本届广交会开幕前夕,广东省档案馆首次公布一批广交会创办初期档案,直观展示党的第一代中央领导集体以创办广交会为契机,打破封锁、广交天下朋友,发展对外贸易,独立探索中国式现代化道路的珍贵史实。

68年间,从第一届19个国家和地区的1223位采购商到会,到如今吸引全球219个国家和地区超20万名境外采购商到会,从历史深处走来的广交会无愧“中国第一展”的担当,广开大门,拥抱四方来客,打造连接全球商贸的“会客厅”。

中国机遇,世界分享。

这种机遇性,在广交会采购商的结构中清晰可见:共建“一带一路”国家采购商增长17.4%,占比达64.9%;金砖国家采购商增长24.1%。RCEP成员国采购商增长6.9%;欧美采购商增长3.4%。头部跨国采购企业达376家,创历史新高。在美国大幅加征关税的情况下,越来越多参展企业期待通过广交会开拓非美国市场,收获全球市场合作机遇。从广交会开幕首日展馆里麦当劳餐厅“一位难求”的火爆场面就可以看出,全球客商们的热情空前,有的甚至在麦当劳餐厅里谈起了生意。

中国发展,造福世界。

中国通过广交会向世界传递的不仅是商品与技术,更是开放共赢

的价值观。数据显示,中国已成为150多个国家和地区的主要贸易伙伴,与30个国家和地区签署23个自贸协定,近几年中国对全球经济发展的贡献率保持在30%左右,成为世界经济增长的重要引擎。

据媒体报道,5月4日,著名科学家顾宁在社交媒体发布声明,打假网传简历。顾宁在社交媒体表示:一份不知谁缺乏常识造出来的真真假假的简历从年前就开始流传,哪怕也许出于好心,也是不对的,已被我投诉掉了,不知道为啥现在又被翻出来。她表示,请微博辟谣尽快清理相关信息。

开放合作是历史潮流,互利共赢是人心所向。中国发展离不开世界,世界发展也需要中国。站在新的历史方位,广交会的“朋友圈”正从量的扩张迈向质的飞跃,也再次向世界证明,无论国际风云如何变幻,中国坚持高水平对外开放的决心不会变,同世界分享发展机遇的决心亦不会变。

(四)

不管风吹浪打,胜似闲庭信步。

据海关总署统计,今年一季度,我国货物贸易进出口10.3万亿元,增长1.3%,创历史新高,已经连续8个季度超10万亿元。人如织,货如轮转,正是中国经济蓬勃生命力的生动注脚。

尽管那美国挥舞“关税大棒”、全球贸易阴云密布,但这边“中国第一展”万商云集、一季度中国进出口增速上扬,中国外贸在开放中破局,在变革中突围,展现出强大的韧性与潜力。正如海关总署新闻发言人所说,当前我国出口确实面临复杂严峻的外部形势,但是“天塌不下来”。

也因此,尽管遭遇逆风和回头浪,世界经济不可避免要经历短期阵痛,但决不会退回到相互封闭、彼此分割的状态。当全球客商跨越风雨而来,不同的肤色、不同的语言、不同的文化在一次次握手、洽谈中加深了解和信任,汇聚成一个清晰的共识:只有广交世界,才能互利天下。

这是68载广交会最鲜明的特征,也是当下全球贸易“破局”最关键的逻辑。

于辟谣,是帮对方洗地吗?“有时间辟谣,还不如认真调查。”因为对方是负面新闻人物,就肆意编造虚假信息进行人身攻击,这折射出某些网友法治意识的淡薄。

另一种是对于“正面”公众人物,有的网友则走到另一个极端,对其简历进行无限拔高、美化。这貌似表达对自己偶像的崇拜,但说到底也是“低级红”“高级黑”。公众人物不需要这样的“美化”,夸大的简历会影响当事人的声誉。对于学者来说,如果在自己的简历里有不属于自己的研究成果,以及没有获得的学术头衔,这就是弄虚作假的学术不端行为。

这样的简历在网络上传播,危害很大。有的会将其作为贩卖“成功学”的案例,近年来一些宣扬“成功学”的自媒体博主,所列举的成功榜样,大都存在虚构成功经历的问题。违反常识虚构简历,也完全违背人才成长规律,会刺激部分家长对待子女的培养更加急功近利。对于简历被伪造的当事人来说,如此“逆天”的简历,可能会受到部分不明真相的网友的追捧,但在学术共同体中,则会受到同行的鄙视,还以为简历是其本人发布的。

就此来看,顾宁打假网传简历,是珍惜自己的羽毛,坚持实事求是。这也给其他学者维护自己的学术声誉作出示范:是自己的就是自己的,不是自己的必须在第一时间进行澄清。如对于网络虚构的本人简历、学术观点,要在发现后进行澄清,要求网站平台进行处理。还有自己的姓名被冒用发表文章,也要及时打假,不要等发表文章被曝存自己不知情。

(作者是知名教育研究学者)

今日论衡

之世相评弹

□熊丙奇

颜宁打假网传简历
是太较真吗?

2025年5月6日/星期二/经济新闻部主编/责编 周寿光 / 美编 温亮 / 校对 杜文杰

财经·深研 A5

成立仅一年多,这家深圳初创企业凭啥这么牛

“粤字号”机器人频创“全球首款”

文/羊城晚报记者 许张超

图/受访者提供

C 进击:
快速落地商用应用



“夏澜”参加走秀

A

B

锚定交互场景细分赛道



“夏澜”与网红奶奶胡晖相拥抱

C

进策:

锚定交互场景细分赛道

在人形机器人吸引全世界目光的当下,进入赛道的众多企业无疑都要直面行走不稳定、动作有限、操作复杂、续航短、定制周期长、无法跨楼层等难点。前浪叠加后浪,估值超200亿元的“前辈”达闼机器人已然濒死,创新企业如何活下去、冲起来?有招式、有打法是沈健的答案。

沈健回应说,高校院所的实验室创新可以天马行空,企业的产业创新必须考虑商业场景的闭环,“有温度”的交互就是数字华夏锁定的细分赛道。在成立的第一年,数字华夏的首款交互型人形机器人“夏澜”,就完成了数十台商业交付,进入了政务服务大厅、银行网点等场景。

“机器人的应用场景可以简单分成两大类:一类面向的是人,比如说养老、陪护、陪伴、展厅讲解、前台接待、商场导购,我们把它理解为交互场景;一类面向的不是人,比如说工业制造生产线的组装、分拣、搬运,它面对的是产品或者货物。”沈健的权衡颇为市场化。

沈健通过前期的产业调研发现,现有的自动化机械臂或者工业机器

随着人形机器人的各种出圈,无论是“昂贵玩具”的比喻,还是“只会翻跟头”的戏谑,质疑之声也是不绝于耳。在上个月,北京举办的全球首场人形机器人半程马拉松里,宇树科技的G1人形机器人“半路”摔倒,“新闻不实”的官方回应、全程直播的长跑正名也没有彻底打消质疑。

只会翻跟头的人形机器人,究竟算什么“本事”?“每个公司在做任何事情的时候,其实都有自己的目的,比如说翻跟头,就是要向别人展现运动控制的能力,让媒体、政府、资本关注到。”沈健回应说,企业进行适当的炫技或其他类型的表演是必要的,就像交互型人形机器人要先把客人或者把人的关注度吸引过来一样,再展现出其他的一些能力。

沈健在回忆中提到了去年8月在北京举办的世界杯机器人大会:“那个时候,很多企业的人形机器人连走都不能走,现在人形机器人的行走已经算不得稀奇了,今年上半年展现的翻跟头能力,到了下半年谁再继续展现,其实就不会得到别人的关注了,要赶紧转身到下一阶段。”

“目前,双足机器人面临的最大问题之一是稳定性与续航,这直接影响了其在复杂商业环境中的落地。”沈健说。数字华夏在4月28日正式发布的星行侠®P01,算是对人形机器人稳定性与续航的答题给出的最优解,也是交互场景技术路径在寻求商业落地的一个缩影。

在行业内首创本体、轮式相结合双形态设计的星行侠®P01,支持本体、飞艇模式自由切换,其中,“飞艇模式”结合分体式“风火轮”底盘,具备3D地图构建、路径规划、智能避障及引导跟随功能,轻松覆盖1万m²以上的区域,能够自主完成跨楼层任务,有望在商场、展馆、办公楼等高频应用场景铺开。

能站能走、还能搭乘“风火轮”,星行侠®P01续航时间超过10小时,内置的声源定位、精准拾音、语音唤醒、语音识别与声学扩展模块,能在对话中支持意图理解、多轮对话、打断与恢复等功能。为降低机器人使用门槛,还配备“巨号App”,用户可通过极简的操作界面,实时控制星行侠®的表情、语音、行走、动作等。

“我们造机器人的目的是什么?是协助人、能够帮助人干活。机器人造出来,就跟小孩刚生出来一样,我们不是要慢慢学会行走,学习小学、中学、大学的课程,走进社会开始实践,然后怎么度过基层岗位,机器人要模拟人也是这样一步步出来的。”与沈健发言对应的是,夏澜、夏起、星行侠的快速迭代。