

当全球客商云集于此,通过移动支付享用巨无霸和叉烧包

“舌尖上的广交会” 展示贸易全球化不可逆



■麦当劳广交会A区展馆餐厅内一座难求。
新快报记者 郭思杰/摄

4月16日,第137届广交会进入第二天,展会人气更旺。记者在展会走访中发现有趣一幕:当美国对华挥舞关税大棒时,作为广交会展馆里最显眼的“美国符号”——麦当劳、星巴克两家连锁餐饮店里,从早到晚座无虚席,各国客商在此通过数字点单、移动支付购买巨无霸与冰美式。与此同时,展会的“食在广州”嘉年华,全球客商对虾饺、蛋挞、叉烧包等广式点心赞不绝口,中国餐饮品牌借着广交会这扇窗口香飘全球。“舌尖上的广交会”成为展现贸易全球化不可逆最鲜活的场景。

■统筹:新快报记者 陆妍思
■采写:新快报记者 陆妍思 林广豪 高镛舒



“外卡内绑”+“外包内用” 跨境支付创新服务

4月15日,广交会开幕首日,位于A区展馆负一层的麦当劳座无虚席。虽然人流量庞大,但多台自助点单机和十多个取餐口的配置,让顾客只需花几分钟就能拿到餐食。一位美国采购商在自助大屏前点了巨无霸套餐,丝滑地掏出手机打开支付宝付款,“在美国,我们买麦当劳只能去柜台用现金结账,在这里可方便多了!”他对记者说。

“没到中午饭点,餐厅就‘爆满’了。广交会期间,门店的销量经常能达到一年的峰值。”据中国对外贸易中心有关负责人介绍,广交会展馆A区的麦当劳是全球瞬时销量最高的麦当劳门店之一。“It's fast and delicious.”一位来自

欧洲的采购商如此评价广交会展馆麦当劳的服务和食物。

位于广交会B区展馆的星巴克也人气十足。“今年是我第一次参加广交会,一进馆就学会了用钱包扫码买咖啡,志愿者教了我三分钟,帮了我很大的忙。”首次参展的马来西亚采购商Jason表示。

广交会展馆内78个餐饮点、28家便利店、25台自动咖啡机、86台自动售卖机,都能用支付宝或Alipay+钱包便捷消费。

全球采购商们在广交会用餐的便利背后,是跨境支付的创新服务。据了解,Alipay+跨境服务进一步延续了此前大受好评的全天候志愿者服务,常驻的10名中英双语“蓝马甲”向境外客商介

绍用支付宝“外卡内绑”或Alipay+境外钱包“外包内用”这两种办法,如何“一个App轻松游中国”。

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去年同期增长了136%,其中,境外旅客在广东日均消费金额同比增长1.2倍,翻了一番。据介绍,自2024年12月开始,拥有中国香港地区八达通、中国澳门地区的中银澳门、泰国K plus、韩国NAVER Pay、马来西亚ICBC Pay等10个境外钱包App的用户,可在入境后扫微信支付收款码完成付款。

完备的本土供应链 让国际品牌“欲罢不能”

近来,美国单方面挑起的“关税大战”破坏国际贸易秩序,使得中美“脱钩断链”的声音再起。多位参加广交会的外商认为,高效、创新的中国供应链已深度融入全球产业链供应链,是全球制造业的核心枢纽,所谓的“脱钩断链”不可能实现。

事实上,无论是炸鸡汉堡,还是美式咖啡,都离不开企业完备的本土供应链体系。如今,中国内地已是麦当劳全球第二大市场、全球发展最快的市场以及美国以外全球最大的特许经营市场,截至2024年9月,中国内地有超6500家麦当劳餐厅,员工人数超过20万。据了解,麦当劳中国超过90%的食材都在本土采购、生产。

星巴克同样在中国“开疆拓土”。

星巴克有关负责人向记者表示,目前星巴克中国门店总数达到7596家,覆盖近1000个县级市场。2024财年,星巴克中国净新增790家门店,同比增长12%,创下历史新高。对星巴克来说,中国已成为其发展速度最快、最大的海外市场。在供应链本土化方面,2023年9月星巴克中国咖啡创新产业园落成投产,标志着中国在星巴克全球各市场内率先实现“从生豆到咖啡”垂直产业链的规模化整合。去年10月,星巴克宣布将云南咖啡豆加入到中国内地所有门店的经典浓缩咖啡中。

即便在关税壁垒下,中国成熟的商品加工体系、高效的物流网络,让这些企业难以彻底转移产业链。据中国连锁经营协会数据,外资餐饮品牌在中国

市场的供应链成本较东南亚低15%-20%,响应速度快2-3天。

“我们参加广交会已经超过25年了。”土耳其霍梅特拉兹贸易公司总经理达武特·塔舍坦言,虽然公司主打“土耳其制造”的品牌理念,但许多核心零部件来自中国,这种互补性合作,正是全球产业链的生动写照。在他看来,广交会不仅是一个商贸平台,更是一座连接东西方的桥梁,让全球产业链上的每一个环节都能在其间找到属于自己的位置。

当各国客商在广交会麦当劳、星巴克门店通过数字点单、移动支付购买巨无霸与冰美式时,他们参与的是一场无声的全球化宣言——供应链的本土化、消费的全球化、技术的无界化,共同构成了贸易全球化不可逆的三角支柱。

全球客商现场点赞 广式美味香飘世界

师傅们捏起面皮,出神入化地捏出十余道褶子……陶陶居展位演示的广式点心四大天王之首——虾饺的手工制作过程引得现场的嘉宾连连赞叹。国际餐饮品牌在中国赚大钱的同时,中国餐饮品牌也借着广交会这扇窗口走向世界。4月15日,第137届广交会音乐美食节——“食在广州”嘉年华在广交会展馆D区广交会堂西侧中心广场亮相,点都德、陶陶居、半岛御珍轩等40家餐饮企业参与,集美食、音乐和文化于一体的沉浸式体验,让全球客商感受一

把“舌尖上的广交会”。

“来中国,当然要试一下饺子。”三位来自南非的采购商围坐在乐队演出的看台前,边听粤曲,边品味饺子。

除了美食,嘉年华现场还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,吸引了大量中外客商驻足欣赏。

广州市商务局一级调研员(市管)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。本届广交会首次将“食在广州”金

字招牌纳入广交会核心场景,将会展经济、旅游经济、夜间经济有机串联起来,推动了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。

近年来,中国餐饮企业出海进入了新一轮快速发展期。《中国餐饮出海发展报告2024》显示,目前海外中国餐饮门店已经发展到近70万家,市场规模近3万亿元。中国出海餐饮品类更加多元化,新茶饮、火锅、地方菜、特色小吃等众多品类香飘海外。



■“食在广州”嘉年华让全球客商感受一把“舌尖上的广交会”。
新快报记者 毕志毅/摄