

第138届广交会 广交世界 互利天下

“我与广交会”故事分享会举行 “没有广交会,就没有我今天的事业”



国内展商代表分享“我与广交会”的故事。

68年来,广交会始终是连接中国与世界的重要桥梁,人们在这里遇见商机、结交朋友,成就事业。10月25日,“我与广交会”故事分享会在广交会堂举行,来自美国、阿联酋、突尼斯、智利的采购商,与乡村振兴、服务机器人等领域的中国企业代表齐聚一堂,共同讲述了他们的广交会故事。

■采写:新快报记者 程羽 陆妍思 金瑜 刘奕娴 涂波

外商声音

从生产标准到技术水平 中国企业的提升令人惊叹

来自突尼斯的Bliidi Taoufik已连续参加33届广交会,是名副其实的“老广交”。Bliidi精通阿拉伯语、法语、英语、汉语等多种语言,在和记者的交流中,他全程使用一口流利的汉语。问及缘由,他笑着告诉记者,1987年他就赴中国留学,从1995年起开始参加广交会至今,和中国有着近40年的深厚情缘。在他眼里,中国就是他的第二故乡。

“那么多价优物美的产品,在其他国家很难一次性集中找到,这是初次参加广交会带给我的感受和惊喜。”Bliidi说,在广交会上,语言技能帮了他大忙,他直接使用汉语和展会上的外贸人员交谈,一下就拉近了彼此的距离。这让Bliidi的采购计划完成得颇为顺利,此后每届广交会他都来参加。为了方便处理外贸业务,他还在香港和深圳设立了办事处。“中国人不仅是我的合作伙伴,更像家人。如果没有广交会,我不会遇见他们,也不会有今天的事业。”

个人的情感经过长时间沉淀,已升华至国家情感层面。2024年5月,中突两国建立战略伙伴关系。Bliidi期待两国进一步加强全面合作,给两国人民带来实

在的好处。“中国的发展速度令人瞩目,我希望这种发展能够更多地惠及到突尼斯及其他国家。”Bliidi讲述了自己的期许,“比如在广交会上,如今已经见不到以前那种小作坊式的企业,越来越多规模大、品质优、品牌化的企业参展,能否促成这类企业去突尼斯进行贸易投资呢?再比如,能否推动广交会与VIP采购商建立更常态化的联系,实现近距离精准采购呢?”

Bliidi还提到,今年在中国驻突尼斯大使万黎先生的大力支持下,突中双方在突尼斯联合举办了一场“文明互鉴·创新启航”中国主题图书展。这场图书展为深化突中文明对话和文化交流互鉴提供了宝贵机遇,为阿拉伯世界的读者提供了深入了解中国发展进程的窗口,帮助他们更好理解中国的发展模式与智慧经验。

全球经贸格局加速演变,广交会的平台价值越发凸显。亚美商会执行会长Leo Chan表示,商会已连续二十年帮助美国会员企业在广交会寻找合作伙伴、对接供应链。即便面对中美经贸摩擦,美国企业依然将广交会视为“必选项”。“许多美国企业

仍与亚洲企业保持紧密合作,部分甚至在广东设有工厂。对他们来说,广交会是开拓市场、寻找优质供应商的综合性基础平台。”Leo Chan坦言,“贸易的本质是连接,而广交会正是这种连接最可靠的载体。”

拉美地区最大零售集团之一——智利Falabella集团的成长,也与广交会紧密交织。该集团旗下Sodimac Group上海办公室总经理Patricia Barreiro回忆,1998年她第一次参加广交会时,内心充满期待,“是贸易把我们世界的另一端带到了这里。”她说,“20多年来,从生产标准到技术水平,中国企业的提升令人惊叹。如今,他们不仅能满足全球需求,更在细节中展现出专业与匠心。”

数字化浪潮下,广交会也吸引着越来越多的新面孔。来自阿联酋的年轻企业家Hussain·S·Galadari是第二次参加广交会。他创办了一家奢侈品电商平台,重塑当地的时尚消费格局。在他看来,创新与技术是这一代年轻创业者面临的巨大挑战,也正是他希望深耕的方向。“当我今年四月第一次来到广交会时,我看到的是非凡的科技与创新。”他说。



突尼斯的境外采购商Bliidi Taoufik



亚美商会执行会长Leo Chan



智利Falabella集团旗下Sodimac Group上海办公室总经理Patricia Barreiro

展商视角

从“制造”到“创造” 广交会是跃迁发生的土壤

安徽阜南县金源柳木工艺品有限公司董事长孙传金带来了乡村振兴的鲜活案例,“过去,我们的柳编产品很难直接触达国际客户。通过广交会,我们第一次对面展示了柳编的独特工艺。”如今,阜南柳编已远销欧盟、中东、日韩等50多个国家和地区,年出口额达4亿美元,带动当地12万余人实现居家就业与稳定增收。“广交会就像一张‘名片’,向世界展示了一幅突破传统、充满活力的中国乡村振兴新图景。”孙传金说。

自第137届起,广交会连续两年设立服务机器人专区,深圳市鸿绪锦科技有限公司两度入驻设展。总经理高彬发现,广交会早已超越“买卖”的功能,成为与全球客户“共创解决方案”的平台。他分享了一个典型案例:一位中东客户提出,希望开发一款专门

清洁中央空调管道的机器人,以应对当地风沙大、人工清洁困难的问题。“接到需求后,我们立即组建团队研发,最终推出的产品精准解决了客户痛点。”高彬说,“这样的互动还有很多——它让我们更精准地把握国际市场多元需求,也推动中国机器人产业向更精细化、实用化方向升级。”

广东万事泰集团有限公司的成长轨迹,则是“东道主”企业转型升级的缩影。自1996年首次参展以来,该企业的展位从最初的小摊位扩展至如今涵盖二十二个品牌的大展位,成功实现从代工生产到自主设计研发的华丽转身。执行总裁刘炳耀认为,这一转变源于“几十年如一日与国内外商人交流,吸收先进技术与管理经验,持续提升竞争力”。“作为东道主,我们特别珍惜与客户的每一次见面。展位上对接的新客

户,我们会邀请他们直接去线下工厂,亲眼感受产品的品质与工艺。”刘炳耀说。

创新的力量同样在广西福美新材料有限公司的故事里展现。该公司研发的“双面显像光显云石幕”斩获广交会CF金奖,董事兼常务总经理韩建华回忆,这一创意源自一次与国际采购商的偶然交流:“当时有客户提出,能否让石材表面像LED屏一样显像?起初我们觉得几乎不可思议,但团队很快意识到,这正是解决市场痛点的机会。”经过技术攻关,概念变为现实,这种石材墙既能呈现普通装饰效果,又能在需要时播放企业宣传片或广告。“市场反馈超出预期,目前已在广州白云国际机场T3航站楼的部分石柱上应用。”韩建华说。创新往往始于一个“敢想”的问题,而广交会提供了将问题转化为答案的土壤。