

广交会外场变身“食在广州”嘉年华

机器人40秒递甜筒,姜葱鸡牛奶成为网红,超19万外商体验“舌尖上的广州”

“Free Coffee,糯米糍”“Hey Brother,饮凉茶”……第139届广交会正如火如荼进行中,全球超19万名境外采购商汇聚羊城。展馆内,制造业硬核产品争奇斗艳;展馆外,一场名为“食在广州·广交老友”的音乐美食嘉年华,正用舌尖连接世界。

当冰淇淋机器人40秒递出一支甜筒、当“可以喝的姜葱鸡”牛奶成为网红——广东制造与岭南饮食文化,正在这场“万商云集”的盛会上完成双重出海,让全球客商在品鉴中读懂广州,在体验中爱上“广货”。

■本版统筹:新快报记者 陆妍思 ■本版采写:新快报记者 陆妍思 林广豪 程羽 金瑜 刘奕娴 ■本版图片:由受访者提供

广交会办起美食节, 虾饺烧卖、牛腩肠轮番上阵

虾饺烧卖、牛腩肠、鸡仔饼、糯米糍……在琶洲展馆D区西侧中心广场,音乐声与美食香气交织。“食在广州·广交老友”音乐美食节嘉年华活动将贯穿整个展期。此次活动汇聚超40家餐饮品牌,涵盖精品粤菜、老字号、国际品牌、非遗美食与地方特色。

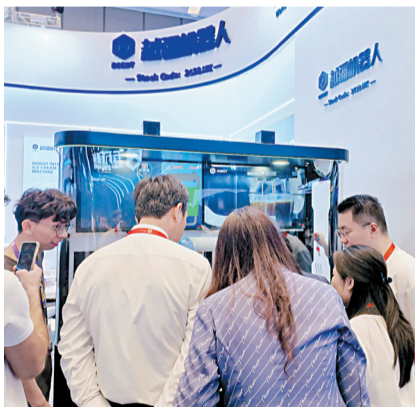
来自英国的采购商汤姆左手一只虾饺、右手一个叉烧包,用不太标准的中文对新快报记者说:“广东点心,好好味!”他表示,这是他第一次参加广交会,“没想到展会现场还有这么地道的美食体验”。

“Free Coffee,糯米糍”“Hey Brother,饮凉茶”……一位来自马来西亚的采购商则在粤语挑战环节学起了押韵粤语。“这种互动特别有意思,让我对广州的文化产生了更深的兴趣。”他说。

“这次我们展出了传统的和味牛腩肠粉。”不远处,荔银肠粉的展位前排起了队。作为广式肠粉技艺非遗代表性传承人,荔银肠粉创始人何应斌亲自上阵,向全球客商介绍现制肠粉的工艺。

在林里手打柠檬茶的摊位前,几名金发碧眼的采购商正举着手机拍摄店员“暴打”香水柠檬的全过程。那股浓郁的广东柠檬香气,在空气中弥漫开来。

诞生于广东湛江的林里,将香水柠檬带入新茶饮领域,如今已成为承载广东烟火气的本土茶饮品牌。“对于一家准备出海的企业来说,这次活动是一个与海外消费者交流沟通的好机会,让我们了解他们的饮食习惯及消费喜好。”林里公关媒介负责人陈文俊如是说。



■广交会展馆内的越疆咖啡机。

▼“食在广州·广交老友”音乐美食节嘉年华上,一位采购商玩押韵粤语游戏。



■广交会上的越疆冰淇淋机吸引境外采购商排队体验。

“可以喝的姜葱鸡”走红,广州好礼创意出圈

在嘉年华现场诸多摊位中,一个以行李传送带为造型的展位格外吸睛。这不是机场行李提取处,而是越秀商管为广交会精心打造的“广州好礼”展示空间。

姜葱鸡风味牛奶、五指毛桃牛奶、玫瑰豉油鸡风味牛奶……这些将广府名菜“装进牛奶盒”的创意产品,近期在社交网络迅速走红,如今又来到广交会现场。采购商们举着一瓶瓶“可以喝的姜葱鸡”,脸上写满好奇与惊喜。

“这次把广州好礼带到广交会,除了好吃的,还有好逛的、好看的。”越秀

商管品牌营销部总监庄贤告诉新快报记者,展位上不仅有美食,还有优衣库定制的广州文化UT、香云纱等本土特色产品。他们特意制作了一本CITY-WALK(城市漫步)手册,罗列了景点、商圈以及采购商优惠信息,“一本册子行天下,让采购商找到他们想要的东西,让服务业与制造业在这里活灵活现地融合”。

新快报记者了解到,为提升消费体验,广州市商务局联合中国银联推出广交会专场“食在广州”餐饮消费券。市民及客商定位在广交会堂2公



■“广州好礼”展示空间展示的姜葱白切鸡风味牛奶。

里范围内及Fair2City活动打卡点,通过云闪付App扫码即可领取满1000减200元、满500减100元、满200减50元等专场消费券,可在全市超2000家餐饮门店使用。

广州市商务局负责人表示:“本届活动将地道岭南风味、国际多元美食与科技互动体验深度融合,让世界透过‘食在广州’这扇窗,看见一个更加开放、更具活力、更有温度的千年商都。”

首推文创雪糕、巧克力,售货机器人24小时不打烊

在逛展之余,广交会客商还可以品尝到属于广州的另一种“独家记忆”。本届广交会首次推出广交会文创食品系列——带有广交会标识的雪糕、巧克力、曲奇、面包等,并首次引入售货机器人和文创花车,让“广交会文创”成为触手可及、还能带回家的回忆。

“这盒巧克力上印着广交会的标志,非常特别。”来自阿联酋的采购商Ahmed Ali告诉新快报记者,他已经连续五届参加广交会,这是第一次看到官方推出的文创食品。“我买了3盒曲奇和1盒

巧克力,准备送给客户。这种有纪念意义的食品,比普通的礼物更有温度。”

据现场工作人员介绍,文创食品系列从设计到生产历时半年,力求在口味与颜值上都体现广交会的开放与包容。例如,广交会雪糕有香草、草莓、抹茶三种口味,每支雪糕棒上还刻有不同的“广交祝福语”;曲奇礼盒则融入了广州塔、木棉花、五羊雕像等城市元素。售货机器人24小时不打烊,文创花车则流动穿梭于各展馆之间,为采购商带来“偶遇式”的惊喜。

数据显示,本届广交会境外采购商预登记人数已超21万,同比增长20%，“一带一路”共建国家面孔超过六成。他们带着订单,也带着对这座城市的无限好奇,来到广州。而美食,正是他们打开广州之门的“钥匙”。马提尼克参展商Daniel对广东美食赞不绝口。他翻开手机相册,向新快报记者展示自己在广州这几天品尝的宵夜照片——生蚝、皮蛋瘦肉粥、奶茶、鸡爪,以及各式各样的烧烤。“我已经完全习惯了广东饮食。”Daniel笑着说。

快速出甜筒、咖啡拉花,机器人炫技引来外商排队体验

如果说“食在广州”嘉年华是采购商们补充能量的“加油站”,那么展馆内的咖啡机、冰淇淋制造商,则是广东智造的硬核输出。

本届广交会,越疆携商业机器人“天团”重磅亮相,凭借越疆的Nova系列协作机械臂,这些机器人能像一位训练有素的店员一样“边看边做”,无需预设复杂代码。在咖啡区,机器人以人手般的柔顺动作完成一杯又一杯咖啡拉

花;新零售展台前,扫码下单、机械臂抓取、冰淇淋递出,全程仅需40秒,支持12款特色冰淇淋自由组合,占地面积不足1.5平方米。境外采购商们排着队,亲身体验“机器人点单”的便捷。

“越疆从2015年成立之初就开始全球化布局,目前海外业务营收已超过公司总营收的50%,产品销往全球100多个国家和地区,连续8年位居中国协作机器人出口量榜首。”越疆机器人市场总监谢凯旋在广交会现场接受采访时透露,2025年公司收入同比增长31.7%,协作机器人出货量跃居全

球第一。

越疆机器人远销全球是绿色智能“广货”出口的缩影。作为全国外贸“四十连冠”的省份,广东2025年进出口总值达9.49万亿元,其中,工业机器人出口同比增长33.9%,与无人机(40.9%)、3D打印机(37.1%)等产品一同领跑,成为外贸新动能。

正如谢凯旋所言,广东制造正从产品出口向方案输出、全链服务升级。而在这场升级中,美食既是连接世界的柔软桥梁,也是广东智造最富温度的展示窗口。

