

# 风浪中搭建全球贸易“稳定器” 第139届广交会一期 到会境外采购商数量创历届新高

4月19日,第139届广交会第一期线下展在广州落下帷幕。据中国对外贸易中心统计,截至当日,共有来自216个国家和地区的16.7万名境外采购商到会,比上届同期增长5.9%,到会人数超往届水平,创历届新高。同期,123家境外工商机构组团参会,197家头部企业组团参会,分别增长4.2%和6.5%。

当霍尔木兹海峡的风浪持续搅动全球贸易版图,当运费飙升与原材料价格波动成为展馆内最真切的谈资。世界动荡,生意还能不能照做?第139届广交会第一期这组创纪录的数字,或许是对此最有力的回应:生意照做,且做得更加稳健、更具韧性。

■统筹:新快报记者 陆妍思

■采写:新快报记者 陆妍思 金瑜 程羽 林广豪 刘奕娴 ■摄影:新快报记者 郭思杰

## 应变谋远

### 中东变局下的“危”与“机”

中东局势无疑是本届广交会绕不开的关键词。从霍尔木兹海峡航运受阻,到运费飙升、货柜难求,再到交付周期大幅拉长,这场地缘变局对中国外贸企业形成了一场集中的压力测试。而中国企业给出的回答是“应变”。

第139届广交会第一期,以“应变谋远,机遇中东”为主题的国际商务资源(中东)对接日在广交会堂举行。政产学研各界专家汇聚一堂,为中国企业出海中东搭建政策导航与资源对接平台。

商务部国际贸易经济合作研究院研究员王诚指出,中国与阿拉伯国家的合作正在从“能源贸易关系”走向“全产业链协同关系”。他提出,中阿合作具有五大新空间——能源转型、战后重建、制造业转移、数字经济以及双向资本配置。

在王诚看来,中东有望成为“新工业前沿”,石化、建材、装备、新能源四大产业是中东制造业转移的核心布局方向。他建议采用“中国技术+中东能源”模式,助力中东培育新的产业增长极。

专家的研判,在一线企业的实践中得到了验证。面对中东局势带来的通信及物流周期延长,逻辑(杭州)科技有限公司副总经理段田野坦言订单处理时间被迫拉长,企业却捕捉到一个关键变化——安防与巡检类无人机的需求大增。

“持续跟进中东客商询价,待局势稳定后快速推进订单交付。”段田野说。为了应对不确定性,公司采取了“东南亚+新加坡”双备份策略,今年一季度已提前布局东南亚市场。他补充道:“公司产品主要应用于安防、机场驱鸟、油田管道巡检三大场景,且大部分供应链都在国内,相对来说还没有受到太大影响。”

深圳市鸿绪锦科技有限公司总经理高彬则提供了另一种破局思路。面对中东客户的观望情绪,该公司采取了“国家代理”模式——在沙特、西班牙、葡萄牙等市场与实力雄厚的国家总代理深度绑定,签有五年长期协议。代理商在当地拥有强大的渠道网络和物流能力,即便面临短期物流或政策波动,依然能维持销售。“我们的中东订单依然能够正常发货。”高彬透露。

该公司今年的明星产品——售价达3万美元的四足消防机器狗,搭载了AI自主决策系统,能在检测到火情时自主寻火、喷射灭火,还具备80至100公斤的载重能力,能在火灾中背负成年人撤离。这款产品已在深圳微型消防站及俄罗斯森林巡防项目中投入实战测试。

## 金融底座

### 打通新兴市场“资金动脉”

贸易的齿轮能否顺畅转动,金融支付



是不可或缺的一环。在跨境结算长期被视为“卡脖子”环节的背景下,中国跨境支付平台的崛起,正在为外贸企业出海中东、非洲、拉美等新兴市场铺平道路。

4月17日,在第139届广交会上,全球领先的B2B跨境贸易支付平台XTransfer发布了《全国中小微企业B2B货物出口贸易“采购经理人指数”》(XTransfer PMI)。报告显示,2026年3月XTransfer PMI指数为51.56%,表明中小微外贸企业出口形势基本向好,在国际市场上的定价权稳步提升。

一组对比鲜明的数据尤为值得关注:在局部地缘冲突导致海运受阻、交期大幅拉长的情况下,出口产品物流时间PMI指数跌至37.50,但同期的销售回款指数却逆势冲高至68.59。

这种“货走得慢、钱回得快”的反差现象,揭示了一个深层逻辑:海外采购方对中国高质量供应链具有较强黏性,愿意通过提高预付款比例或缩短账期来“锁定”国内产能。这正是中国制造业核心竞争力在金融层面的映射。

与此同时,另一家跨境支付平台PingPong携全新升级的一站式全球支付解决方案亮相广交会,该方案全面覆盖东南亚、非洲、中东、拉美等新兴市场,支持货物贸易、服务贸易等多类交易场景,可办理新加坡元、泰铢、奈拉、迪拉姆、比索等多种本地币种的收付款与换汇业务。

PingPong产品运营总监彭钟向新快报记者介绍,截至2025年底,PingPong累计服务外贸企业出口“一带一路”沿线国家的交易规模环比去年底增长110%。其中,出口非洲市场的交易规模环比增长近200%,出口中东及拉美地区交易规模环比增长180%。

一位在广交会现场使用PingPong

本地收款账户的外贸从业者说:“海外买家可以用当地货币付款,最快几分钟就能到账,我们直接以人民币结汇提现,资金周转比以前顺畅多了。”

跨境支付基础设施的完善,正在从底层逻辑上降低企业出海新兴市场的门槛和风险。当“收得到钱、回得了款”不再成为焦虑,中国企业开拓多元市场的信心和底气自然水涨船高。这既是金融科技赋能实体经济的有力印证,也是广交会“稳定器”功能在金融维度的重要延伸。

## 量价齐升

### 加速摆脱“低价内卷”模式

本届广交会第一期以“先进制造”为主题,展览面积达52万平方米,设有电子家电、工业制造等五大板块19个展区,参展企业超1.2万家。其中,拥有高新技术、专精特新、单项冠军等称号的优质特色企业超5900家,较上届增长6.1%。

从消费级无人机、智能穿戴到服务机器人,从精密加工机床到AI智能家电,中国企业展示的已不仅是单一产品,更是“硬件+软件+服务”的系统解决方案。初步调研显示,已有超过7%的参展企业能够向合作伙伴提供整体解决方案,近30%的企业也正在向这个方向转型。

这种转型背后,是中国外贸从“低价竞争”向“价值竞争”的深刻跃迁。XTransfer PMI报告显示,出口订单指数(53.85)和出口价格指数(56.15)均呈现明显扩张趋势,出口“量价齐升”表明中国中小外贸企业正在加速摆脱“低价内卷”模式,凭借技术升级和过硬的质量,在国际市场上正掌握越来越大的定价权。

企业层面的实践,为这一跃迁提供了生动注脚。广州化工进出口有限公司以绿色高端为突破口,聚焦高端钛材、绿色环保水处理、日化洗涤化学品等高附加值



■境外采购商们往来于各个展馆之间,寻找自己心仪的产品。



产品,紧扣全球可持续发展趋势,打造核心竞争力。展会期间,公司展位人气火爆,现场洽谈成果丰硕,首日即达成实质性成交与多项意向订单。广州市塑料工业集团有限公司则依托广交会精准对接,与南欧知名综合集团达成深度合作,敲定百万美元级塑料原料订单,并正式签署覆盖塑料原料、新能源、金属及矿产等多领域的全方位战略合作意向协议。

两家企业的“量价齐升”并非孤例。广东星鹏实业有限公司副总经理谢伟冰告诉新快报记者:“以前可能到访每一百位客商中,最终成交的有三四十人;今年五六百人到访就能达到三四十单,客户转化率显著提高。”佛山天斯五金有限公司总经理助理张楠楠对此也有同感:“今年组委会对专业观众的审核更加严格,虽然展馆内人流量看似不大,但到访客户几乎都是实际采购方,目标非常精准。”

“筛选”出来的客商,意味着更高的成交效率。这种“以质取胜”的变化,恰恰彰显了广交会作为全球贸易“稳定器”的核心价值——在信息纷杂、渠道受阻的动荡时期,提供一个可信、高效、稳定的供需对接枢纽,降低交易成本,对冲不确定性。在这样的背景下,广交会用创纪录的境外采购商到会人数、显著提升的成交转化率、日益完善的跨境金融服务,向世界传递了一个明确的信号:在风浪中,总有一个平台值得信赖,总有一种确定性可以依赖。

4月23日,第139届广交会第二期“品质家居”主题展即将接续登场。这场跨越春天的外贸盛会,还在继续书写中国与世界的合作新篇章。