

从量到质

产业根基托举传统“广货”全球蜕变

展期进入下半程,天气从暴雨到放晴,第139届广交会二期热度较前两天更为火热。琶洲展馆内人流如织,境外采购商穿梭于各大展区之间,洽谈声此起彼伏。

本期聚焦的“品质家居”正是广东的传统优势产业。而广东的底气,从来不只在于单个企业的出彩,更在于背后一条条深耕数十年、从原料到终端环环相扣的完整产业链。从广州定制家居到番禺珠宝,从潮州瓷都到深圳设计——家具、陶瓷、饰品等传统优势产业,正以深厚的根基托举“广货”完成从“量”到“质”的全球蜕变。

■统筹:新快报记者 陆妍思 ■采写:新快报记者 陆妍思 金瑜 程羽 刘奕娴



▲建材家具展区里,新款家具吸引了众多参展商。
▶采购商在挑选饰品。 新快报记者 毕志毅/摄

家具 | 凭借成熟技术成为海外采购商焦点

在建材及家具展区,来自大湾区的龙头企业展现了过硬的设计及产能。索菲亚家居股份有限公司带来睿界、非凡逸境两大系列新品,均以天然木皮为主,搭配烤漆工艺,围绕大型岛台打造西厨空间,涵盖洗、切、炒到简餐的科学动线设计。选材与世界级豪车内饰同源的进口天然木皮,每一片经手工逐纹筛选,“见木不见漆”的质感兼具自然温润与石材般的坚固耐用,背后则是一套工业4.0标准的智能工厂和缩短至7-12天的交付周期。

“采购商反馈觉得中国的产品越来越好,设计、质量和环保级别都达到了较高水准。”索菲亚现场负责人告诉新快报记者。作为整家定制领域的头部企业,索菲亚业务已覆盖全球70多个国家和地区。

饰品 | 跨境电商为东方美学“出海”破局

在最新一届广交会,文化叙事是“广货”脱颖而出的另一把钥匙。

作为广东非遗手工艺出海的突出样本——广州悦时光文化传播有限公司格外引人注目。“中国的手工艺一旦被挖掘,有很大的商业空间,是文化出海很好的风口。”公司运营管理黄晨在新快报现场采访中表示,悦时光依托广州、天津四座自有工厂与成熟的全案落地体系,可实现竹编、纸艺、布艺等多元中式非遗工艺的灵活搭配,出口覆盖全球各地,并通过TikTok、Instagram等海外平台实现千万级曝光。

在时尚饰品专区,来自番禺的珠宝企业以“广州

陶瓷 | 千年窑火淬炼“瓷都”品牌

新快报记者发现,本届广交会的显著信号是,越来越多广东企业正从埋头做生产转向系统化地讲品牌故事。

在陶瓷领域,潮州作为中国“瓷都”和最大陶瓷出口基地,2025年日用瓷产量达27.6亿件,占全国总产量14.8%,全年产值突破387.2亿元,产品出口货值突破百亿元,产品远销全球150多个国家和地区。“我们用陶瓷讲好中国故事。”斯达高瓷艺董事总经理王欢畅告诉新快报记者。这家扎根深圳37年的

在本届广交会上,“出圈”的大湾区家具企业不只索菲亚。广东金意陶陶瓷集团携莱姆石系列室内外防滑地砖亮相,公司已在生产基地建设多个光伏项目,获评工信部“国家级绿色工厂”;佛山欧思丹热能科技已是第五次参展,其三联储变频热泵系统、工业省电空调等绿色产品凭借成熟技术成为海外采购商焦点。

采购商端详产品时或许不会想到,一片天然木皮的背后,是大湾区完善的家居产业链——从五金、板材到智能装备,上下游密布,协同效率全球领先。2025年,广东家具行业规模以上企业营收1844亿元,全省家具出口1174亿元,占全国24.6%。广州定制家居展已集结800多家品牌,全面展示大定制产业的先进生产力。

美学”走向全球。番禺制造的珠宝首饰占港澳转口贸易约70%,占全球市场份额约30%,全区珠宝行业市场主体超1.3万家,从业人员超10万人。2024年中国珠宝出口额逆势增长14.7%,达358.3亿美元。

力创珠宝创新将佛道教传统文化元素与现代珠宝相结合,既保留东方美学温婉,又契合现代审美需求。晋艺珠宝复刻契拉提提勾丝工艺,尽显匠心功夫。广州致好则聚焦不锈钢、环保铜、纯银三大经典材质,借力番禺成熟的跨境电商生态深耕全球。当前,番禺借助跨境电商平台SHEIN等渠道,诞生了一批年销千万级的珠宝卖家,其自主设计产品已销往全球100多个国家和地区。

企业,产品入藏国家博物馆,亮相“一带一路”峰会与冬奥会,成为人民大会堂指定礼品瓷,本届广交会开展两日便接待了20多国的采购商,有老客户当场签下订单。

在广交会展馆内,“广东优品”四个大字吸引了大量外商驻足。一位来自俄罗斯的采购商告诉新快报记者:“中国的瓷器是闻名世界的名片,广东瓷器更是如此。潮州瓷器样式多、产能大、价格优,每次来都能看到上万款新品。”

链接

聪明的展品

四个小创新 藏着中国智造的新通道

第139届广交会上,一群“聪明”又“绿色”的展品悄然走红。它们不拼低价、不搞噱头,而是用巧思解决真实痛点:眼镜腿坏了不用换整副、废弃餐具能“重生”成精美碗碟、建筑墙面悄悄发电、水龙头靠设计拿下国际大奖……这些看似不起眼的创新,正为中国制造打开高附加值出海的新通道。

镜腿快拆眼镜 不到10美元实现“一镜三配”



■镜腿快拆眼镜。 新快报记者 金瑜/摄

温州百鹿国际贸易有限公司的展位前人头攒动,主角是一款镜腿可快速拆卸的老花镜。“一插一转,两秒钟就能换好。”总经理谢明明介绍,一副眼镜配三对不同颜色镜腿,女性可根据服装随意搭配,让老花镜从功能工具变身时尚配饰。镜腿损坏也无需更换整镜,大大降低维护成本。更绿色的是,材质采用回收矿泉水瓶、海洋垃圾再造,每副眼镜框减少约30%碳排放。而这一切不到10美元,真正实现“一镜当三镜”。凭借高性价比,公司2025年出口眼镜达2000万副,海外销售额同比增长10%。谢明明感慨:“中国供应链很强,加上设计创新,传统行业机会还很大。”

密胺再生餐具 化学解聚实现“永生循环”

福州悦腾家庭用品有限公司展位上,一排色彩鲜艳、质感细腻的餐具酷似陶瓷,实则由废弃密胺餐具再生而成。创始人刘威介绍,传统密胺是热固性材料,难以高值回收。公司自主研发R-MELAMINE化学再生技术,通过化学解聚将废弃餐具还原为高纯度单体,再重新合成食品级密胺树脂,实现了“使用—回收—化学再生—再制造”全闭环。产品耐摔耐热,



■色彩鲜艳的密胺再生餐具。 新快报记者 金瑜/摄

可进洗碗机,花色造型比陶瓷更丰富。一款融入敦煌飞天元素的餐具更斩获多项设计奖。公司90%产品出口欧美、中东,刘威说:“国外采购商特别认可我们的再生技术,很多客商就是奔着这个来的。”

光伏云石幕 让建筑墙面变“隐形发电站”

“全球95%的建筑墙面没有被利用起来。”广西福美新材料有限公司国际营销部高级总监冯良成指着一块天然石纹装饰板材说,这看似普通的幕布,实则是一面“隐形发电站”。其明星产品“光伏云石幕”采用岩萃技术,约100℃中温成型,大幅降低能耗。随着欧盟《建筑物能源性能指令》落地,2026年起欧洲新建公共建筑强制安装光伏,福美的产品正好填补“既满足发电又保留建筑美学”的市场空白。目前该产品已在意大利、韩国实现商业化销售。未来还将结合AI技术,打造集发电、显示、交互于一体的智能化人居空间。

“三节棍”龙头 以红点奖敲开高端市场

在卫浴展区,温州鼎固科技有限公司一款造型独特的“三节棍”系列厨房龙头吸引了众多采购商驻足。这款产品已斩获德国红点奖,正冲击金奖。销售经理钱俊新说:“老板一开始就定了调子,要靠设计赢得市场。”公司170名员工中研发占17人,每两三个月推一个全新系列,所有自主设计产品均申请专利。“价格由我们自己定,这是我们的底气。”凭借差异化的设计品牌战略,尽管铜价波动导致部分客户观望,公司今年一季度销售额仍保持上升趋势。从代工到自有品牌,鼎固正用设计摆脱廉价标签,代表中国力量闯进中高端卫浴市场。