广交会银发经济蓬勃 APEC市场成广东适老企业增量所在

一名体重近100公斤的美国采购商径直坐上电动旋转翻身床,测试承重与稳定性后,当即与企业相约次日赴肇庆工厂考察生产线;在一款碳纤维电动轮椅展位前,多国客商现场签约,新伙伴正排队预约佛山南海工厂的参观行程;加拿大客户敲定了20台AI心肺复苏教学机器人的采购意向,墨西哥等十余国采购商把黄埔工厂列进了行程表……

第140届广交会第三期上,银发经济展区展出智能轮椅、适老家居、健康监测设备等产品,是其中最聚人气的板块之一。广交会与APEC市场的交汇,在适老产品这条赛道上格外具体:广东企业把护理床、轮椅、急救教具和数据服务升级成一套能在亚太养老院、医学院和社区康养中心实际场景中运转起来的"适老方案"。

■统筹:新快报记者 陆妍思
■采写:新快报记者 金瑜 沈汶芸 陆妍思 刘奕娴

●产品进阶

从"辅具"变成"智能终端"

广东适老产品出海的第一层变化,发生在产品上。

康神医疗董事长胡春梅介绍,本次参展的电动旋转翻身床,把"左右翻身"和"电动旋转下床"两个核心功能合在一张床上。"翻身功能预防压疮,电动旋转下床让体型高大的长者自主平移到轮椅上,不用护理人员费力搬动。"市面上多数护理床只有旋转下床功能,缺少一键翻身设计,这正是这款产品的差异化所在。今年企业出口订单中,30%来自APEC成员经济体,一名韩国新客户已敲定300多张床的采购意向。

大洋医疗外销部经理王伟表示,公司早年只做简单康复辅具,如今碳纤维电动轮椅、电动移位车成了产品主力,聚焦防撞预判的AI功能产品预计明年年初量产。企业产品已出口130多个国家,98%的业务为出口,亚太市场占比超过四成。广交会现场,多位来自APEC市场的客商签约后,相约赴佛山南海工厂访问。王伟说,企业不能只满足于产品出海,"更要品牌出海、中国制造出海"。

产品进阶的底层支撑,是广东的"银发制造"已经形成产业纵深。广东轮椅、助行器等康复辅具的国内市场占有率达50%至60%,出口份额占全国同类型产品的70%;康复机器人产业规模占全国42%,佛山轮椅、助行器产能占全国30%。规上老年用品企业超过6800家,营收规模超6500亿元。有了产能和技术积累,加上APEC市场的需求,产品形态的升级就不再是个案,而是产业带的整体位移。

●服务进阶

"方案"比"设备"更值钱

另一个值得注意的变化是成交逻辑本身。康神医疗展位上那位体验翻身床的客商,问得最多的是售后质保、配件供应和响应时间,明确希望建立长期合作。企业的承诺涵盖研发、制造、销售及售后全链条服务,成为促成合作的关键。企业现场负责人接受采访时表示:"海外客商考察越来越严谨,不只看企业是不是源头工厂,更看重能否提供完整的产业链配套服务。"

"看工厂、看链条、看响应"的趋势,在锐星信息身上同样显现。本届广交会,加拿大客户敲定20台AI心肺复苏教学机器人采购意向,墨西哥等十余个国家的采购商预约前往广州黄埔工厂实地核验。锐星信息董事长舒华俊说,海外市场今年4月才正式启动,但产品已经落地美国、印度、英国、法国的多家医学院与医院。支撑这种速度的,不是单台设备的参数,而是"AI视觉自主教学、无人值守考核"背后的一整套教学流程改造能力。他透露,在广交会上接洽的一位采购商旗下拥有3000多个应急培训中心,也有客户要求驾照考取人员必须完成心肺复苏技能考核。这些市场缺的不是一台机器人,而是一套能够标准化复制、不依赖师资密度的培训体系。

一张床卖出去,交付的是一条服务链;一台扫描仪落地,交付的是一套能在本地跑起来的筛查流程。中国适老与智慧医疗企业的竞争力,正在制造端之外,向交付端延伸。客户下单之前要先看工厂,签约之后要把售后响应时间写进合同,这本身就在筛选真正具备全链条能力的企业。

●市场进阶

"银发制造"出海的"结构性增量"

服务能力提升之后,市场结构也在发生变化。APEC成员经济体正在成为广东适老产品出口中增速最确定的板块之一。广东健奥科技创始人石荣告诉记者,企业产品出口超过117个国家,其中对APEC成员经济体的出口规模同比增速达到10%至20%。"过去是买硬件,现在还买软件、买数据、买服务。"健奥的"物联网+医疗器械"产品主打生命体征连续测量和数据服务,现场已有海外客户签下总代理意向订单。康神医疗的APEC市场订单占比达到三成,大洋医疗亚太市场占比超过四成,锐星信息把APEC成员经济体定位为出海核心布局板块。维塑智能APEC市场营收占比接近六成,其判断是未来3至5年或把这一比例升到70%。这些数字指向同一个判断:APEC市场不是广东适老产品出口的"补充项",而是增量最大的方向之一。

支撑这种判断的,除了需求,还有贸易条件的改善。康神医疗产品发往韩国仅需10至15天,发往新加坡则是一周到货,门到门物流已经成熟。锐星信息董事长舒华俊提到,APEC框架下关税、物流进出口便利化程度逐年提升,作为高科技企业,后续将把亚太市场作为出海重点。

而更深一层的变化则在规则层面。广东正在推进银发经济产业园建设,实施"人工智能+养老"行动,"十五五"期间计划建设省级银发经济产业园3个。产业政策与APEC贸易便利化同向发力,广东"银发制造"的产能优势,正在转化为亚太市场的交付优势。

11月3日,广州国际灯光节(下称"灯光节")组委会召开新闻发布会,宣布2026年广州国际灯光节将于12月4日至12月14日举办,展期11天。

本届活动以"向光而行 花城新韵"为内容主题,秉持"开放办节、全球共创"办节理念。作为与法国里昂、澳大利亚悉尼齐名的"世界三大灯光节"盛事,本届灯光节联动法国里昂、澳大利亚悉尼灯光节,并对接全球市长论坛等重要国际平台,让世界的光汇聚广州、让广州的光照向世界。

■新快报记者 王彤 通讯员 祝建轩

专属主题曲上线,"大湾鸡"担任"传播大使"

第十五届广州国际灯光节 12月4日启幕


■《艺术之光》效果图。

"1+2+N"格局实现多点绽放

本届灯光节创新采用"1+2+N"空间布局:"1"个核心岛即海心沙亚运公园,"2"条主题展示轴即新中轴、一江两岸,"N"个分会场覆盖流花中心、黄埔扶胥古运河、海珠广场等一批特色点位,广州塔、东塔、西塔将联动打造三塔光影秀,实现多点绽放、全域联动、全城赏光。

据悉,灯光节设置灯光艺术、灯光装置、城市楼宇影像、城市幻光森林、建筑3D Mapping五大赛道,通过大师定向邀约、首次创办的创意青年营、全球公开征集三大渠道广纳创意,累计征集作品上百份。

其中,《岭南华章》以光影长卷串联岭南山水、城市发展变迁与现代城市地标;《五脉生光》呈现山、水、文、城、商五大城市脉络;《竹檐流光》萃取镬耳屋、粤剧等岭南非遗符号,生动再现广府烟火和民俗风貌;《冚冚转》选取鸡公榄、红胶凳、葵扇等广府市井记忆符号,用灯光投射和动态机械装置将童谣真正"转"起来。

传统粤韵与时代旋律交融碰撞

发布会上,组委会正式对外公布灯光节永久口号"广州之光·点亮世界"。本届活动深挖广府本土文化内核,量身打造灯光节专属主题曲《广州之光》,由创作《嘉禾望岗》的知名音乐人吴欢进行词曲创作。歌曲以粤语童谣《月光光》童声开篇,融合国语、粤语、英语以及童谣、说唱等演唱元素,让传统粤韵与时代旋律交融碰撞,让光影之美可观可听、可感可传。

此外,深受湾区群众喜爱的全运会"大湾鸡"将担任灯光节"传播大使",推出灯光节版限定形象、AI创意短片以及主会场的光影打卡装置。


■《冚冚转》效果图。

本届灯光节还创新推出"策划、设计、制作一体化"品牌合伙人制度,汇聚30余位知名艺术家和青年创作者,联动20余家头部企业及广东本地制造企业共同参与作品落地,形成"国企出资源、艺术家出创意、制作商出技术"的合作模式。

预约方式

本届灯光节海心沙主会场免费对外开放,实行实名预约制,入场须提前完成预约。12月1日12时起,市民游客可通过关注"广州国际灯光节""广州海心沙"官方微信公众号,或进入"穗好办""城享慧"小程序预约服务板块,凭居民二代身份证、港澳居民来往内地通行证、台湾居民来往大陆通行证、护照等有效证照号进行预约登记。成功预约的观众,需携带预约时所登记的有效证照原件,按照预约确认的具体日期与场次,于指定时间、地点完成入场验证,入场权限仅限于预约当日当场有效。

花城广场、一江两岸以及各分会场户外公共区域无需预约,市民游客可直接前往自由观赏。