

“中国创造”展现新风采

——第 136 届广交会观察



■客商在第 136 届广交会展馆内参观选购机电产品。新华社记者 卢汉欣 摄



■中外客商行走第 136 届广交会场馆内。新华社记者 刘大伟 摄

□新华社记者 丁乐 詹奕嘉 谢希瑶

超过 3 万家企业线下参展，百万多件新品展出，约 15 万名境外采购商预注册……作为中国外贸的“晴雨表”和“风向标”，正在举办的第 136 届广交会人气爆棚。

广交会上，创新产品层出不穷、新老客商纷至沓来，订单合作签约不断，折射出我国雄厚的制造业基础、多元的市场布局、灵活的业态模式以及不断加快的绿色化、数字化进程。

百万新品 创出新市场

在广交会的新能源汽车与智慧出行展区，不少采购商排队体验并连连感慨：“未来属于新能源汽车，而中国企业是世界领先的汽车制造商”“全世界对中国汽车的需求越来越大”“电动汽车比我见过的都好，中国发展得太快了”……

这是中国出口产品科技含量、品牌价值不断提升的缩影。第 136 届广交会从 10 月 15 日至 11 月 4 日分三期举办，现场展出新品 115 万件、绿色产品 104 万件、自主知识产权产品 111 万件，均比上届明显增多。

维持鲜花 20 多天不干瘪的全域养鲜冰箱，低温烘干不伤衣的新二代热泵洗烘护一体机，搭载恒暖除霜技术的家用空调……记者在珠海格力电器股份有限公司的展台看到，传统外贸优势品类的家电产品愈加智能，兼具多元化和定制化特色。

“我们坚定不移走自主品牌和自主创新发展道路，以向全球用户提供更优品质、更绿色低碳环保的产品为目标。”格力电器展台相关负责人说，公司自主品牌占出口销售总额的比例每年都在增长，如今已近 70%。

在隆鑫通用动力股份有限公司的展位，不少采购商被能底部收纳、快充快放、蓝牙控制的便携式户外储能电源吸引。隆鑫通用相关负责人介绍，公司在广交会的展品从最初的摩托车、四轮车到一系列新能源新品，背后是公司创新升级迭代不断加快。“全球新能源市场潜力大，我们积极布局智能电动出行产品，依靠产业规模、产品创新、自主品牌来获得竞争新优势。”

越来越多中国企业拥抱智能化、绿色化浪潮，依靠新产品、新技术斩获更多订单、开拓更多客源。记者看到，不少采购商在体验产品后深入询问，对适应不同市场环境的新品表达出浓厚兴趣。

“新品打消了我对热泵噪音的顾虑。中国品牌又一次刷新了我的认知！”一位欧洲采购商毫不犹豫地下单。

令这位采购商赞不绝口的热泵产品，来自广州万居隆电器有限公司。该企业已经参加了 15 届广交会，自主品牌远销 32 个国家和地区。“从空气能热泵、水源热泵到泳池热泵，我们提供一系列适应各种场景的新能源设备，最新推出的系列产品还升级了静音、节能、适应极端天气等性能。”该公司负责人说。

“没有性价比就没有竞争力，海外客商对‘中国造’的认可主要来自质美。”黄石东贝制冷有限公司总经理江志安告诉记者，公司自主研发的冰淇淋机、雪融机、冷饮机等商用设备今年出口额不断上升，前 9 月同比增长 46%。

中国机电产品进出口商会第三季度对业内企业的调研显示，75%的企业在手订单同比增加，77%的企业预计全年出口与上年基本持平或小幅增长。中国机电商会会长张钰晶说，我国在制成品、中间品、资本品等各细分行业的供应韧性和竞争力，将在全球经济转好与需求改善中进一步显现，预计 2024 年我国机电产品出口额同比增长 34% 左右。

业态更迭 创出新商机

1 小时、3000 家海外买家观看、近 100 个意向客户对接——深圳市希之望科技有限公司在广交会首次通过阿里巴巴国际站直播，收获远超预期。“通过线下布展、线上直播的融合方式，我们快速接触买家，就像开了一场全球发布会！”希之望总经理程墨说。

这是“云上”广交会上的一幕，也是我国外贸通过跨境电商等新业态实现新增量的案例之一。

顺应市场新趋势，本届广交会优化了跨境电商展示区，吸引了 40 多家大型跨境电商平台及物流、收结汇等优质配套服务商。

首次参展的京东物流迎来不少客商咨询。京东物流品牌传播部高级经理陈宝健介绍，公司在全球有近 100 个保税仓、直邮仓和海外仓，总面积近 100 万平方米，希望借广交会的平台助力中国品牌更好出海，为全球客户提供一体化供应链解决方案及定制化服务。

蚂蚁集团旗下品牌万里汇把其中一个“展位”开到了地铁口。万里汇相关负责人石文宣介绍：“除了提供服务实现‘一个账户、全球收付’，我们联合逾 130 家服务商，一起助力出口企业更好抓住瞬息万变的数字贸易商机。”

当下，中国跨境电商发展迅速，经营主体超过 12 万家。“跨境电商和数字化频道给中国企业、中国品牌的发展带来了全新的赛道。”商务部国际贸易经济合作研究院电子商务研究所所长杜国臣认为，随着互联网平台的迅猛发展，中国企业的品牌国际化过程会获得更大的机遇。

中国跨境电商的商品品类和服务功能进一步拓展，吸引了外资企业扩大布局。

美国电商平台亚马逊首次亮相广交会，提供店铺注册、选品运营、供应链管理等服务。“广交会聚集优秀的外贸厂商和品牌商，他们出海意愿强，我们提供出口服务，彼此需求契合。”亚马逊中国副总裁邱胜说，“我们加大相关布局，希望和更多卖家、服务商协同创新，探寻更新的业务模式，寻找更好的创新产品，满足不同市场的新需求。”

“中国跨境电商产品和全链条服务的出海，为全球更多跨境电商相关经营主体带来新机遇。”德勤中国科技行

业主管合伙人谢似君说，这不仅促进了全球资源的优化配置，也为电商领域的国际合作开辟了发展空间。各国企业得以在互利共赢的基础上，深化合作、共享机遇。

惠及全球 创出新动能

每一届广交会都是一场万商云集、精品荟萃的国际贸易盛会，为中外企业牵起一条“贸易的纽带”、架起一座“共赢的桥梁”。

“先进制造”“品质家居”“美好生活”——本届广交会三期主题顺应当前贸易投资新趋势，开幕前已吸引约 15 万名境外采购商预注册，全球零售巨头和其他大型企业参会数量比上届增加将近四分之一。

中国制造、中国创造不仅满足全球各地采购商和消费者需求，也为全球产业链供应链的发展注入新动能。

“老广交”海尔智家针对不同市场划分了不同展区。比如，针对东南亚及中东非专门推出搭载彩膜触控显示屏的 AI 洗衣机。目前，在泰国，海尔智家春武里空调工业园奠基；在埃及，海尔生态园一期竣工投产，二期项目奠基启动，辐射中东和非洲……全球创牌加速，海尔智家在“一带一路”共建国家的本土化合作愈加多元且紧密。

广交会期间举办的中国（广东）与海合会国家经贸对接活动吸引了超过 600 名中外企业代表参与。“我们公司受益于中国的高质量发展。”来自沙特阿拉伯的阿里法伊贸易公司总经理奥萨马·阿里法伊说，未来与中国企业在大健康产业、可再生能源等领域的合作机会非常丰富，希望能够借广交会平台实现更深度、更互利互惠、更有前景的合作。

许多境外采购商表示，在广交会上可以结识大量中国优质供应商，他们对中国产品充满信赖、对中国经济充满信心。

摩洛哥采购商拜尔巴沙再一次来到广交会。“我们急需购买真正与众不同的新产品，如高端感应机器设备。”他说，广交会上的中国机械设备种类多，安全环保且高效。“我迫切期待与中国企业合作成立合资企业，扩大商业规模。”

来自亚美尼亚的采购商德格说，亚美尼亚不少公司有购入商用运输车的需求。在亚美尼亚，中国重型汽车集团有限公司的品牌已经广为人知，他所在的公司正在计划成为中国重汽的代理商，将中国生产制造的新能源载货车销往西亚多国。

面向未来，中国创造将释放更多开放红利，为贸易伙伴带来更加广阔的市场机遇，共同促进全球经济的繁荣发展。

“从广交会看，中国产品、中国品牌已经迈上了高质量发展发展的新台阶。”商务部中国对外贸易中心主任储士家说，中国有信心、有能力为世界提供更多更好的中国制造和中国创造。

（新华社广州 10 月 21 日电）