

广交会上看青企：以“新”提质链全球

新产品、新技术、新解决方案集中亮相释放企业“出海”活力，新质生产力对产业带来的巨大变革助力企业将客商“流量”转化为市场“增量”

□青岛日报/观海新闻记者 刘兰星 文/图

4月15日9时许，广州琶洲国际会展中心的广交会展馆内锣鼓喧天，“中华战舞”——广东非遗潮汕英歌舞热闹巡游，第135届中国进出口商品交易会（简称“广交会”）在阵阵喝彩声中拉开序幕。

第135届广交会以“服务高质量发展、推进高水平开放”为主题，展览面积155万平方米，共有7.4万个展位，2.86万家企业参展，数量创历史新高。展会一期以“先进制造”为主题，突出先进产业和科技支撑。脑机接口智能仿生手、国内自主研发智造的新能源超跑、自动驾驶运输设备……近9万件智能产品的展出，涌动着发展新质生产力的热潮。

根据展前统计，本届广交会共收到来自215个国家和地区的14.9万名境外采购商预注册，较上届同期增长17.4%。开展仅1个小时，超两万名境外采购商进馆，其中40%是新采购商。截至当天17时，境外采购商线下到会已超6万人，到会人数比上届同期增长18.5%。

广交会被誉为中国外贸的“晴雨表”和“风向标”，也是以开放立市的青岛助力企业抓订单、寻商机、拓市场的重要窗口。市商务局数据显示，本届广交会青岛交易团参展企业837家，共有展位1269个。携程数智酒店数据显示，广交会一期举办期间，预订广州酒店的客源地中，青岛位居国内城市第九位。这几天，青岛众多外贸企业负责人陆续赶赴广州一线“督战”，在与老友新朋的互动中，寻找走向世界的新机遇，筑牢外贸高质量发展的“切实实力”。



姿态越开放，合作越紧密

赴“广交之约”，中国与世界共享机遇。本届广交会于4月15日至5月5日分三期举行，分别以“先进制造”“品质家居”“美好生活”为主题，同时加强培育新能源汽车及智慧出行、工业自动化及智能制造、新能源等新材料，展期主题更鲜明、题材协同更紧密。

本届广交会，“新”是关键词。新活力涌动。参展企业中，国家级高新技术企业、制造业单项冠军、专精特新“小巨人”企业数量比上届增长20%。

新科技无限。数字技术、智能制造相关参展企业将近3600家，智能产品超9万件。

新品首秀多。举办315场新品首发首展首秀活动，涵盖工业制造、电子家电、车辆、时尚等13个行业的新产品、新技术、新工艺、新材料，首次设立跨境电商和海外展示区，展示我国新质生产力发展的最新成果。

企业越创新，品牌越增值

国家统计局最新数据显示，3月我国PMI指数环比上升1.7个百分点，达到50.8%，时隔5个月重返扩张区间；新出口订单指数达到51.3%，优于过去三年同期水平。在中国制造业整体回暖大潮中，全球规模稳居首位的家电制造业无疑贡献了重要力量。

本届广交会一期，智能家电展区占据核心位置，这一青岛的优势产业颇受关注，新产品、新技术、新解决方案的集中亮相释放出企业“出海”活力，而新质生产力给产业带来的巨大变革也通过广交会传递出“冰山一角”。

在海尔智家展区，X11系列洗衣机成为“明星产品”，吸引了诸多海内外客商驻足。其搭载了独创新风功能，可实现两分钟全面置换筒内空气，最长可12小时持续换风，忘记晾晒也不会产生霉味；在能耗方面更引领欧洲节能新标杆，比欧洲A级能效标准还节能50%。一位来自欧洲的采购商在现场表示出极大兴趣：“这款洗衣机非常符合我们的需求！”

“X11系列洗干组合是海尔智家全球协同研发体系的结晶。”在海尔海外电器有限公司副总裁张庆福看来，这款产品充分体现了海尔全球化布局形成的高端品牌势能。“中国研发中心负责软硬件设计，澳洲研发中心负责电机升级，欧洲研发中心解决节能问题，美国研发中心提供新风技术解决方案，生产制造则是在中国。这款产品正是海尔智家全球高端创牌的一个缩影。目前，海尔智家已经能够通过差异化创新产品为品牌带来高溢价与高销量。”张庆福表示，本届广交会海尔定向邀请的欧美发达国家主渠道商悉数到场，这是对海尔智家在高端市场引领优势的认可和印证。

海信旗下激光显示、110UX旗舰款电视、智能家电、Toshiba品牌产品等亮相，通过场景展示的方式，向来自全球的客商展示了高端、绿色、智能的先进制造实力。海信集团对外公布的数据显示，海外市场已成为其重点发力方向，在2023年海信集团

本届广交会青岛交易团也派出了豪华阵容。除海尔、海信、澳柯玛、即发、新华锦等龙头企业参展外，拥有国家级高新技术、专精特新“小巨人”、中华老字号等称号的优质特色企业达到48家，参展企业质量进一步提升。

依托广交会平台，不少境外采购商既能买到中国优质价的产品，也打通了本国特色产品在中国的销售渠道，实现了互利共赢。对参展商而言，更看重广交会持续释放的产业集聚效应和溢出带动效应，大家摩拳擦掌、展现十八般武艺，力求将客商“流量”转化为市场“增量”。

商务部调研显示，80%以上的参展商通过广交会结识了更多供应商，64%的参展商找到了更合适的配套服务商，62%的参展商获得了更高效的生产替代方案。同时，94%的参展商表示他们通过广交会开拓了新的国际市场，93%的参展商与国际同行加强了交流，掌握了国际市场的发展趋势和动向。

2017亿元的营收中，海外收入贡献858.4亿元，占比42.6%，2024年一季度，海信实现海外收入223亿元，同比增长15.6%。“本届广交会，海信重点突出行业领先的场景化显示技术和家电智能化解决方案。作为2024德国欧洲杯全球官方合作伙伴，海信还设置了欧洲杯打卡区，向全球客商进一步传递出海信今年焕新升级的‘人本科技，至臻品质’品牌形象。”青岛海信国际营销股份有限公司总裁方雪玉认为，海信参与广交会，不再单纯为产品交易，而是将其视为品牌实力、技术实力的场景展示平台。

近年来，海信智能化家电在全球消费市场中赢得了口碑，尤其海信ULED电视在海外突破500美元关口，海信激光电视更是进入3000美元至5000美元价格段，成为中国高端家电“出海”的名片。“当前，全球经济增长仍显动力不足，但海信以技术创新和突破，抢抓高端化、智能化产业转型机遇，在传统家电领域加快形成新质生产力，实现稳定增长。”方雪玉说。

“去年以来，澳柯玛参加了大约8场国际类展会。通过与参展商面对面沟通交流，进一步坚定了积极‘走出去’的战略。”青岛澳柯玛进出口有限公司总经理韩兴再介绍，本届广交会，澳柯玛展台主题为“智享新鲜生活”，主打玲珑高端套系。针对北美等市场设计的TMF系列风冷冰箱、针对东亚市场开发的立式小冷柜以及行业首创的二段式立式冷冻展示柜集中亮相，向全球客商传递“温度科技专家”的全新品牌定位，为用户提供数字化的全冷链解决方案。韩兴再认为，从制造业的角度来看，新质生产力既是产业发展的内生动力，又是未来产业的策源地。澳柯玛正在探索一条以发展新质生产力来促进产业发展的新路径。通过加强关键核心技术攻关，向以全冷链产品为基础的冷链物联网企业转型，实现“产品—场景—生态”的升级，进而带动澳柯玛在国内国际两个市场的拓展布局。

青岛企业抓订单拓市场



海尔：X11系列洗衣机成为本届广交会“明星产品”，充分体现了海尔全球化布局形成的高端品牌势能。海尔智家已经能够通过差异化创新产品为品牌带来高溢价与高销量。

海信：品牌产品集中亮相，通过场景展示的方式，向来自全球的客商展示了高端、绿色、智能的先进制造实力。本届广交会，海信重点突出行业领先的场景化显示技术和家电智能化解决方案。



澳柯玛：本届广交会，澳柯玛展台主题为“智享新鲜生活”，主打玲珑高端套系。向全球客商传递“温度科技专家”的全新品牌定位，为用户提供数字化的全冷链解决方案。

产品越专业，市场越稳定

4月11日，世界贸易组织发布新一期《全球贸易展望与统计》报告。报告显示，2023年全球商品贸易量下降1.2%，预计今年将增长2.6%，2025年将增长3.3%。这为中国企业的“出海”发展创造了机遇。

参展企业怀揣怎样的新期待“入局”？部分本届广交会参展青企表示，更具性价比的产品成为境外客商首选，与此同时，不断提高产品技术和做好售后服务也成为企业开拓海外市场的一大“法宝”。

“Hi! My friend!”这是青岛市琴岛电器有限公司外贸部业务员王文霞最近最常用的开场白。本届广交会前，她邀约了近50组境外老客户。“这是一个难得与客户集中见面交流的机会，能够全面了解不同地区客户的采购需求和期望。”王文霞说，琴岛电器一直专注于做好电热毯这一产品，抓住近年来欧美市场对绿色低碳消费需求增长的趋势，公司加大产品创新力度，从新材料、新工艺、新功能入手，生产出一系列贴近市场需求的产品，去年营收增长了30%。“今年公司正在优化生产线，对车间升级改造，投产后产能将提升50%以上。这次我们将同时参展广交会一期和二期，希望在这个细分市场找到更多海外新客户。”王文霞说。

如何做专做细分市场，青岛三链锁业有限公司董事长王宇辉有更多心得。他说，锁具市场进入门槛低，行业特别“卷”。要在这样的环境中抢占市场先机，需时刻保持创新的冲动。“这次我们一共有12个展位，根据北美、欧洲、中东、拉美、非洲不同市场的需求，间隔成5个区域。开展第一天美国沃尔玛的采购商就来了，下半年的订单稳了！”他兴奋地告诉记者，凭借对一把锁的执着创新、精准定位，今年一季度公司出口额增长20%以上，利润增长近50%。

去年中国汽车出口跃升全球第一，让本届广交会汽车及汽车配件展区也备受关注。在新能源汽车及智慧出行、汽车配件两个展区，青岛参展企业共有37家。各参展企业纷纷拿出看家本领，为海内外订单涌入创造机遇。

在青岛国赫通供应链有限公司董事长孙赫宏看来，汽车出口量快速增长的背后，是中国汽车设计制造、质量控制、供应链管理综合能力的不断提升。青岛东西互济、陆海联动的区位优势突出，为汽车出口提供了便利的物流通道。孙赫宏说，国赫通已构建起集“国际通道+海外枢纽+末端分拨”于一体的全程“门到门”物流供应链体系，可有效为车辆和装备类制造业企业提供广泛的汽车供应链融合服务。

“3月1日，二手车出口资质全面放开，我们预计今年中国二手车出口竞争将更加激烈。”新华锦集团总裁助理、青岛新华锦汽车贸易有限公司总经理董盛表示，作为全国二手车出口首批试点企业，公司多年汽车出口实践积累了丰富的行业经验，形成了完整的汽车贸易金融服务体系，效益在国内二手车出口试点企业中名列前茅。目前，公司以共建“一带一路”国家及上合组织国家为主要目的地，集中力量打通海外销售渠道，逐步建立国际二手车跨境电商平台、出口综合基地，争取在海外市场叫响新华锦二手车出口品牌。董盛说，目前公司正在筹建青岛汽车行业联合会二手车出口工作委员会，将整合更多国内外汽车出口上下游资源，助力中国二手车更顺利“出海”。

全球采购商踊跃参加广交会，表明了对中国制造的信心，对中国经济发展的信心。以开放为帆，通过展会捕捉机遇，产业优势明显的青岛企业必将迎来新的“出海”空间。

- 图①：青岛华天车辆有限公司展台现场。
- 图②：青岛三链锁业展台全景。
- 图③：海尔智家展台迎来海外采购商。
- 图④：澳柯玛展台现场。
- 图⑤：作为2024德国欧洲杯全球官方合作伙伴，海信展台设置了欧洲杯打卡区。



■本届广交会上的新能源汽车及智慧出行展区备受关注。