



▲华帝股份的展位在外观设计
和产品陈列上都下了功夫。

4月17日,作为中国外贸“晴雨表”和“风向标”的第137届中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)进行到第三天,本报记者跟随市商务局工作人员前往现场采访,寻找“中山造”在展会上的新元素、新气象。据悉,本届广交会,中山分团有269家企业参展、累计获得905个展位,均创历史新高。其中,第一期共有195家企业参展,主要为家用电器、照明产品、五金等优势出口企业,以创新技术和绿色理念圈粉全球客商,全面展示“中山造”的丰硕成果。

统筹/徐世球
采写/记者 杨健 黄靖怡 徐世球 通讯员 卢忆
摄影/记者 文波 刘万杰

第137届广交会一期,“中山造”持续收获客商关注和信赖 “智能化”成为圈粉秘诀 “多元化”助企破局出海

用“形象”提升“中山造”知名度

明星企业展品圈粉无数

此次广交会上,市商务局设计了统一的“中山造”品牌标识,旨在持续提升中山制造在全球产业链中的辨识度。参展的中山企业也在摊位设计上“八仙过海、各显神通”。

记者注意到,奥马冰箱展区以“欧洲美学设计+技术创新”为主题,采用双层镂空结构,一楼为核心产品展示区,展示面向全球市场的大容量高端产品阵容;二楼设有VIP洽谈区,为客户营造沉浸式、舒适化场景。此外,还设有距离主展位40米的副展位,专门展示针对日本和北美市场的特色产品,进一步满足不同区域客户的个性化需求。

奥马冰箱相关负责人黄国斌介绍,奥马有信心、有能力在新一轮关税调整中稳住出货、保障客户利益。与此同时,奥马也在加快海外产能的布局,以增强应对复杂政策环境的能力。2025年一季度,奥马

冰箱销售数量370万台,出口销量占比近九成,同比增长10%,显示出强劲的海外市场韧性。

华帝股份展位位于家电展区门口要道,灰色的外形设计搭配白色灯光线条,现代简约、科技时尚的展示空间里,新款烤箱、抽油烟机、电子炉灶、燃气灶、热水器等产品亮相,吸引了不少客商。

同样位于家电展区主通道的中山市越好电器有限公司展位,门前摆放着“中山造(ALWAYS BELIEVE ZHONGSHAN MANUFACTURE)”标志,多种款式的电磁炉等厨房器具整齐排列,公司负责人与来自北欧、东南亚的老客户交谈甚欢。越好电器成立于1999年,是一家全球化电磁炉制造企业,80%的产品畅销美国、加拿大、德国、法国、英国等80多个国家和地区。

中山家电产业明星企业——奥马冰箱可谓做足准备、有备而来,参展的全新Combi系列冰箱大容量、零平嵌,功能与美感兼具,为未来奥马冰箱开拓欧洲市场提供高端潜力爆款。在奥马展区,采购商康斯坦丁正在向工作人员了解各种新款冰箱的特点、亮点。作为希腊排名第二的渠道商,他表示,每次参加广交会,他都可以在这里找到行业最先进、最前沿的技术和产品。“中山许多产品无论是制造技术、产品设计,还是质量等方面,都是走在世界前沿的。跟奥马合作,我们非常有信心!”康斯坦丁说。

“这次我们带来了最新推出的人工智能产品,比如带有自动机械手的产品等。”中山市越好电器有限公司销售总监罗会娟说,现在产品款式层出不穷,想要突围,加入新技术、融入AI非常关键。“比如这款新的电磁炉,不仅外观升级更精致、防刮花,还增加了智能屏显,比普通的按键操作、旋钮操作更智能、时尚。”罗会娟对今年的市场形势依然保持着一定信心。“刚刚有一位荷兰客户看完产品后,约好要来我们工厂考察。而且除了老客户,也有来自南美、共建‘一带一路’国家市场的新客户,远比往届广交会多得多,甚至有首次走进我们展

位的客户就有了订购意向。”

在华帝股份展区,来自日本东京的采购商佐濑贤司在陪同翻译的帮助下,向工作人员了解新款抽油烟机的功能和特点,时不时点头或咨询细节。“我们是做整体厨房开发的,这次特意来广交会采购华帝抽油烟机,华帝产品的品质让人很放心。”已经参加过20多届广交会的佐濑贤司说,他们也到中山拜访过很多厨房类的相关企业,看了抽油烟机、水槽等许多产品,认为中山制造总体来说非常不错。

“针对市场需求以及人们生活品质的提升,目前推出的产品基本都会带有智能化元素。比如这款最新的电磁炉灶,带有Wi-Fi功能和旋钮设计,可以分区域驱动,并与抽油烟机进行智能化联动。”华帝集团百得厨卫海外事业部业务总监陈珊珊说,欧洲对能耗要求较为严格,正逐步淘汰燃气产品,电磁炉市场潜力巨大。

陈珊珊表示,尽管欧美客户相对以往有所减少,一些新兴市场的客户很活跃,如东南亚、中东、非洲、拉美等国家和地区。“广交会作为全球展会、对外窗口,对供应商来说是很重要的一个展示机会。接下来,我们也会积极参与展会活动,扩大外销市场空间。”

中山企业亮相广交会首设展区

以多元化布局应对市场新形势

位于广交会展馆D区的服务机器人专区,是广交会今年新设立的展区。在这个展区中,中山企业联合光电科技股份有限公司(简称“中山联合光电”)与杭州宇树科技、深圳大象机器人等头部企业同台竞技,成为广东16家人入围企业中唯一的中山代表。

广交会现场,中山联合光电携带具有就近召唤、实时监测进度等功能的智能物流机器人,以及具有人脸识别、语音识别等功能的智能服务机器人亮相,前来咨询机器人产品的采购商络绎不绝。

该公司展位负责人吕玉菱介绍,公司研发的智能物流机器人是针对医院等场所配送任务繁重、时效性低、易交叉感染等痛点推出的产品,具备远程召唤、多机调度、多

任务并行、自主乘梯、自动充电、录像留证等功能,可通过后台系统进行统一调度,实现应用场所物流效益最大化。智能服务机器人则集成大语言模型,可实现趣味互动、咨询问答、导览引领、迎宾接待等功能。目前这两款产品已在医院、博物馆、机场等多个场所落地应用。“在人工智能这条产业的新赛道上,我们一直在努力奔跑,正积极拓展具身智能领域的业务。”

“公司将持续创新,苦练内功,夯实高质量发展的根基,筑牢外贸发展信心。”在吕玉菱看来,参加广交会不仅是企业对外展示自身技术积累和开拓海外市场的良机,更是一次技术和思想的碰撞,在与全球客商、同行的交流中,企业能够不断提升服务和质量水平。

在全球贸易格局变化的背景下,中山企业积极调整市场策略,加大对共建“一带一路”国家市场的开拓力度,以多元化布局降低单一市场风险,以创新产品、抢抓订单、开拓市场的积极行动,想方设法应对挑战、化解风险。

成立于2001年的安铂尔电器,是一家以经营精品小家电为主,集研发、生产、销售为一体的港资企业,记者看到,该公司的展位上主要展出了电水壶、养生壶、上水壶、煮茶器、咖啡壶、多士炉等产品。“广交会第一天,我们就接到了大单,一个阿根廷客户下了两个高柜的产品,采购电水壶和电饭煲,大约40万元人民币。”安铂尔电器销售总监郑亚平介绍道,公司产品出口到欧洲、北美、澳大利亚、日韩等全球多个国家和地区,新产品广受客商青睐,一些在洽谈当中的老客户也来到展位,希望能把更多订单谈下来。

为应对美国高关税对外贸的冲击,安铂尔

电器也做足了准备。“我们希望通过产品创新,进一步压缩成本,提升产品核心竞争力。同时,深耕欧洲市场,积极开拓东盟、共建‘一带一路’国家等市场,努力完成今年的业绩目标。”郑亚平说道。

面对美国加征高额关税,梁锐基表示,将把目光投向东盟、拉美、非洲、共建“一带一路”国家和地区,努力发掘更多“蓝海”市场。同时,坚持国际、国内市场“两条腿”走路,主动把握国内扩内需、促消费机遇,合理布局国内市场,寻求新的更大突破。“我们有信心通过共建‘一带一路’国家,加速驶入海外市场。”梁锐基说道。

“美国加征关税势必会对行业整体成本结构产生影响,但我们已采取多方面措施应对,努力抵御冲击。”伊莱特电器公司营销事业部总经理马岚说。这家成立于2006年的公司,是中山市小家电链主企业,2024年营业收入近25亿元。