

183家高新企业组成“中山智造”中坚力量亮相广交会 以多元化策略打开增长新空间

能语音分析营养的智能秤、为新能源汽车量身定制的高精度电机、美工刀割不穿的手套……第138届广交会上，中山多家“国家级专精特新‘小巨人’”“制造业单项冠军”及“隐形冠军”企业亮相，带着突破行业瓶颈的硬核技术、贴合全球需求的创新产品，在展会现场尽显技术攻坚的实力，吸引全球客商的目光。

近日，记者采访中山参展企业了解到，面对国际经贸波动，“中山智造”正以新质生产力夯实竞争基底，以多元化市场策略打开增长新空间。正如一位土耳其采购商所言：“中山供应商的质量与服务让我们坚信，合作永无止境。”



奥马冰箱以12个特装展位打造沉浸式体验空间。

本报记者 文波 摄

“中山智造”以新质生产力打造竞争优势

第138届广交会上，中山183家高新技术、专精特新及单项冠军企业组成“中山智造”的中坚力量，占全市315家参展企业的近六成。惠利普、太力科技、沃莱科技等一批掌握行业关键技术的企业，以自主研发的核心产品，通过广交会进一步拓展市场。

■惠利普：智能电机“小巨人”撬动大市场

记者看到，位于广交会D区的广东惠利普智能科技有限公司（以下简称“惠利普”）展位上，展示着搭载自研芯片的智能电机、超静音冰箱风门电机、防燃烧超静音步进电机、爪极式伺服电机等核心产品，吸引着来自法国、德国、阿尔及利亚等地的客商驻足咨询。

该公司海外销售经理米茂林介绍，爪极式伺服电机通过技术创新实现精确步距控制，停电后仍能保障设备运转，噪音低于20分贝，精度达0.1度。“一辆新能源车至少需20多个此类电机，系统总成本降低30%以上。”据了解，该产品已成为新能源汽车和人形机器人领域的“香饽饽”。

成立于1992年的惠利普，是中山火炬高新区的一家国家级专精特新“小巨人”企业，中山市中小企业数字化转型城市试点、家电行业数字化牵引单位。“这是我们第三次参加广交会，首日上午就收到了十余张客户名片，虽未现场签约，但通过广交会平台持续积累潜在客户。”米茂林举例，“印度哈维斯经过数年跟踪后，首单即采购1万多台电机。”

据介绍，惠利普采取“内外销并举”策略，服务于空调、安防监控、智能厨卫、风扇等领域，目前外销占比超40%，客户涵盖LG、松下等国际品牌，国内则与美的、格力、TCL、金莱特等头部企业长期合作。依托中山总部、海特园区和合肥基地三大生产基地，年产步进电机超1亿台、直流无刷电机700万台、风机系列300万台。

■太力科技：纳米防刺割技术填补市场空白

展会现场让人目不暇接的产品中，广东太力科技集团股份有限公司（以下简称“太力科技”）的防刺割手套和柔性防刺服成为采购商关注的焦点。

太力科技BTOB事业部总经理杨宏生介绍，该产品采用柔性纳米流体防刺割技术，核心技术全球领先，填补了市面上同类柔性防护产品的空白，在欧美、日本等市场获得广泛好评。目前，该系列产品内外销同步推进，外销占比六七成。“借助广交会平台，公司近年来开拓了日韩、东南亚、非洲、南美等市场，新兴市场的客户数量迅速增长。”杨宏生说。

创新产品背后，是企业多年来坚持在新材料领域创新研发的成果。太力科技扎根中山20多年来，凭借“新材料研发+应用场景创新”双轮驱动，构建起覆盖家居生活、安全防护、户外装备、工业制造、空间站保障等领域的多元化产业生态。目前在全球获得专利技术超800项，发明专利40多项，产品远销全球160多个国家和地区。

■沃莱科技：以算法突破打开全球市场

中山市沃莱科技有限公司（以下简称“沃莱科技”）的展位上，智能八电极体脂秤、AI语音厨房营养秤、智能围度尺等创新产品，搭载AI智能语音功能，能自

动生成专业的身体数据报告与趋势分析，赢得采购商“品质值得信赖”的评价。

作为中山石岐街道培育的国家级专精特新“小巨人”，沃莱科技11年来取得专利超600项，年产量达1500万台，产品销往202个国家和地区，外销占比超60%。

销售总监黄文舒指着一款AI智能语音厨房营养秤介绍道：“它不仅能精准称重，还能通过语音识别分析食物营养成分，支持蓝牙/Wi-Fi连接，帮助用户科学管理膳食。”

展位上的另一拳头产品——智能维度尺同样吸睛。“这款智能维度尺轻巧便携，可卷曲收纳，使用高韧性环保材料，可精准测量身体维度，误差小于0.1厘米。”黄文舒表示，产品内置高精度传感器，能运用智能算法精确测量身体各部位围度。通过蓝牙与手机APP连接，自动生成身体围度变化曲线，方便用户直观洞悉体型动态变化。

为降低对欧美市场的依赖，沃莱科技积极发展国内电商自有品牌，并为国内龙头企业代工生产，并在全球供应链方面进行低成本高质量、安全交互布局。

内外贸一体化，彰显中山制造韧性

面对今年复杂严峻的国际形势，记者走访发现，中山企业正以多元化策略积极应对：一方面通过海外建厂优化供应链，另一方面加快内外贸一体化步伐，实现“两条腿”走路。

■威力电器：超薄滚筒洗衣机成亮点，海外订单逆势增长

连续30多年参加广交会的广东威力电器有限公司（以下简称“威力电器”），本次以12个特装展位亮相，展出超薄滚筒洗衣机、三合一微波炉等200余款绿色健康家电产品，让前来体验的境外采购商连连竖起大拇指。

此次参展，威力电器的超薄滚筒洗衣机成为焦点。洗衣机事业部副总经理

刘凯介绍，该产品突破行业技术难点，将滚筒孔径做到530毫米的行业最大规格，不仅增大洗衣空间，更强化衣物摔打力度，使洗净比与能耗两项核心指标显著提升。此外，三合一微波炉、爆款冰沙机等新品也广受客商热捧，成为拉动销售增长的关键动力。

为抢占市场先机，广交会开幕前一周，威力电器已邀约客户前往工厂考察，日均接待超10组客户，并提供接机、翻译、问卷反馈等全流程服务。生产端则通过二期厂房投入、产线自动化升级，提升效率与产品稳定性。“我们希望通过技术赋能，让全球用户享受到更智能、更便捷的生活体验。”刘凯说，除了传统市场之外，公司近年来加大对拉美、东南亚、非洲

等“一带一路”共建国家市场的开拓力度，“本届广交会采购商数量比上届有大幅增长，我们对拓展新市场充满信心”。

刘凯表示，公司今年销售额同比增长30%，外销占比超七成，其中发展中国家订单增长显著。内销方面，威力电器计划将外销爆款产品通过专利优势引入国内，挖掘差异化市场机会。

■广隆燃具：咖啡机成内销突破口，两个市场协同发力

本届广交会首次举办外贸优品拓内销对接活动，设置约3000平方米对接专区，积极助力内外贸一体化，服务国内国际双循环。

记者看到，中山广隆燃具公司（以下

简称“广隆燃具”）在展位醒目位置悬挂着“可内销”的标识，一款造型独特的意式浓缩咖啡机吸引大批客商询价。副总经理梁锐基笑着说，“这是我们本届广交会重点推荐产品，外销单价超100美元，开幕首日便收获好评，南美客户特别感兴趣。”

今年广隆燃具的烤箱业务受美国市场影响有所下滑，但咖啡机、高端衣服护理机业务，有望成为内销新的突破口。梁锐基表示，广交会上，不少国内采购商也对公司的产品感兴趣，公司后续会推动代理合作等内销渠道的建设。“不管出口还是内销，最终都要往产品创新和品牌化方向走。”他表示，将充分利用国内国际两个市场、两种资源，合理进行资源配置。

本报记者 杨健 陈雪琴