

第137届中国进出口商品交易会： 中国“智造”走向全球

第137届中国进出口商品交易会(简称“广交会”)线下展于5月5日在广州圆满落幕。本届广交会多项指标刷新历史纪录,为全球贸易发展注入了新动能。

自1957年创办以来,广交会走过68个春秋从未间断。无论外部环境发生怎样的改变,广交会始终吸引着一批又一批来自五湖四海的新老朋友赴约。本届广交会汇聚3.1万家参展企业,展品覆盖55个展区、172个产品专区,展位总数约7.4万个,其中出口展参展企业首次突破3万家;三期分别以“先进制造”“品质家居”“美好生活”为主题,首次新设服务机器人专区和集成房屋专区。从AI驱动的智能制造创新成果,到智能绿色并进的大家居产业,再到更趋精细化、个性化的生活用品……包罗万象的展品、一个个“首次”展示了中国开放合作的诚意,也见证着中国制造向中国“智造”的跃迁。

本届广交会上,新产品、新技术、新设计、新材料、新工艺大量涌现,绿色低碳、智能化产品广受关注,成为撬动订单和开拓市场的有力支点。企业现场展示产品超455万件,其中新产品102万件、绿色低碳产品88万件、智能产品32万件。首次设立的服务机器人专区火爆“出圈”,46家国内领先的机器人企业展出500多种机器人,覆盖工业制造、医疗康复、家庭服务等60个细分领域。广交会设计创新奖(CF奖)展示厅集中展示147件获奖产品,吸引超4万人次到访。



机器狗亮相广交会



今年增设服务机器人专区

>> 新展区折射产业“新意”

从去年首设跨境电商和海外仓展示区,到今年增设服务机器人专区,走过68年的广交会,之所以能在风雨磨砺中依然广受中外客商欢迎,其中一个重要原因,就是每一届广交会都紧跟时代潮流,展出当下最具市场活力又兼具技术创新性的新产品。

与以往展会中,以静态展示为主不同,在广交会现场,多种类型服务机器人几乎都在以“工作态”向不断聚集于此的中外客商展示。不少人笑称,这是机器人参加的“最累”的一次展会。

热闹之外更有“门道”。参会的46家来自全国各地的机器人企业,大多是近年来初创、刚

刚在相关领域崭露头角的企业。而参与以贸易为主题的广交会,接受海内外客商的现场检验,在不少业内人士看来颇为“大胆”——这说明,中国的机器人企业正在从“仅展示”推出试验性产品,快速成长为深度耦合市场需要、可量产的市场化企业,背后更折射出中国智造的供应链快速反应、快速变现的优势。

在机器人惊艳首秀的另一端,正是来自世界对中国新兴产业旺盛的市场需求。在广交会现场,甚至有欧美采购商一次性求购上千台机器狗,机器人企业现场负责人的名片在开展当天上午被分发一空,这都是海外采

购商对中国新兴产业投下的“赞成票”“信心票”。在市场里起步,在市场里检验,在实践中奔跑。新兴产业以广交会为“试金石”,广交会托举新兴产业加速推向世界。

今年广交会第一期以“先进制造”为主题,拥有国家级高新技术企业、制造业单项冠军、专精特新“小巨人”等称号的优质特色企业超5100家,比上届同期增加约900家。这是中国制造向全球产业链、价值链中高端攀升的缩影,背后更折射着贸易全球化日渐清晰的主线:世界也需要中国市场,中国能回应世界需求。

>> 全运元素“抢镜” 科技助力智慧全运

当广交会的国际商贸盛会与十五运会的体育激情相遇,会碰撞出怎样的精彩?是志愿者们的青春活力,是科技与体育的完美结合,是广东体育产业带来的创新成果……让我们一同探寻广交会上那些令人瞩目的全运亮点。

本届广交会上亮相的智能清扫、无人配送的“机器人”、六足导盲机器人、数字人服务的“智慧新伙伴”,吸引了不少中外客商的注意。这些科技产品将赋能十五运会,为运动员和观众带来全新体验,展现大湾区在智能科技领域的硬实力,见证科技与体育的完美融合。

5月1日,以“广交新科技,共享十五运”为主题的广交会行业趋势论坛——2025体育产业创新发展圆桌对话暨超级品牌互动日在广交会举行。数字科技与体育融合的创新成果,彰显了广交会作为中国对外开放的重要平台,为十五运会的举办汇聚全球资源,推动体育产业高质量发展,向世界展现中国体育与科

技融合的新未来。

4个“志愿全运·微笑广州”主题志愿服务站作为十五运会和残特奥会宣传预热的靓丽载体,在外观设计上融合了十五运会和残特奥会吉祥物“喜洋洋”“乐融融”及体育元素,传递全运会的激情活力,留下“活力广州”的生动剪影。

在广州文化集团展位上,广州城市品牌“广州礼物”的一系列特色产品,承载着广州的历史记忆与现代创意,每一件都蕴含着这座城市的独特韵味。“十五运会特许商品”则洋溢着蓬勃的运动活力,展现出广州积极向上的城市风貌。

毛绒玩具、冰箱贴、钥匙扣……在广州塔、广东迎宾馆等处,大批广交会客商及游客前往十五运会特许商品零售店选购商品。这些承载着十五运会办赛理念和粤港澳大湾区的人文风情的十五运会特许商品,让来自四海的宾朋触摸到湾区文化的脉动,也为文旅消费注入新动能。

>> 服务机器人为何“高人气”

其一,足够“聪明”。“聪明”并非单纯指制造机器人的技术门槛有多高,而是机器人是否有能力理解人的需求,并将自身技能用于解决实际问题、改善人们生活。

以此次展出的产品为例,有轮胎造型的侦查救援机器人,能在熊熊烈焰中替代消防员现场侦察,探测生命迹象并实时传回数据;有高空幕墙清洗机器人,能在百米高空稳稳“行走”,高效完成清洁任务;有仿真宠物机器人,能满足老年人的情感与社交需求……从极端场景下的无人化替代到家用清洁,再到情感陪伴,一系列兼具智能化与人性化的产品不仅展现出巨大创新力,还将技术之箭直击需求之靶,做

到了“眼里有人”。

从这个角度来说,强调其功能的称呼,如导购机器人、清洁机器人、巡检机器人、陪伴机器人等,更能彰显其魅力所在,也更加契合服务机器人中“服务”二字的深层内核。

其二,足够“坚强”。即无论外部环境如何风云变幻,都能“生生不息”“拔节生长”。提及“出海”的底气,有企业介绍,“我们的供应链90%本地化,芯片逐步国产化,让我们能从容应对贸易波动。”有企业强调,产品100%国产的供应链设计,确保了在全球贸易波动中的稳定性。总而言之,我国机器人产业链较完整的体系,为机器人企业注入了持续发展动能,也提高了

其国际竞争力。

放眼粤港澳大湾区,这里兼具机电技术和数智技术两大优势,具备完整的人工智能与机器人产业链,配套全、反应快、品质高、服务好、生态优,是全球人才、技术、资本聚集的高地。展会上就有相关负责人表示,身处粤港澳大湾区,企业享有从硬件制造到软件开发的全链条资源,得以用更低成本打造高品质产品。这,就是底气,也是产品力与竞争力。

在服务机器人专区,前来咨询的采购商络绎不绝,他们说最多的词是“Amazing”和“Interesting”。让他们频频惊叹的,不只是服务机器人的“聪明”与“坚强”,更是“中国智造”的强劲实力与无限潜力。