

“新、绿、智”闪耀第140届广交会

中国“智造”加速“技术出海、生态出海”

广交世界,互利天下。10月15日,第140届中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)在广州开幕,从10月15日至11月4日分三期举办。本届广交会展品紧扣“新、绿、智”发展趋势。新能源汽车、绿色能源装备、智能机电等中国“智造”产品吸引着来自世界各地的采购商拍照打卡、驻足挑选、洽谈合作。本届广交会有哪些新变化、新亮点?

>> 刷新多项纪录,呈现全新变化

本届广交会有3.2万家企业带着近488万件展品参展。整个展馆分A、B、C、D四个展区,总展览面积155万平方米,共设置7.5万个展位,与上届基本持平,但多项数据都创下了历史新高。

在3.2万家参展企业当中,专精特新、单项冠军等优质企业超过1.1万家。64%的参展企业应用工业互联网、人工智能等新技术。展出的新产品和绿色产品占比分别达到23.2%、

26%,都创下历史新高。展会还持续加大新品首发力度。新品首发活动超过700场,首发数量较上届增长15%,众多创新产品在这里面向全球市场亮相。

除了亮眼的数据,本届广交会还实现了多项“首次”突破:首次设立“中华老字号专区”,首次实现十大类生产性服务业全覆盖,首次成立采购商联盟,创新推出了“展览+海外直播”的新模式。同时,全新上线22个智慧应用场景、16项AI

特色应用,精度可达1米的全实景展位级导航首次实现全馆覆盖,让每个展位都“尽在掌握”。

广交会开幕当天,已有近200个国家和地区的采购商预登记,其中专业采购商占比近八成,266家头部采购企业和141家全球合作伙伴组团参会。广交会的热度还延伸到展馆之外,越来越多境外采购商不再只停留在展馆看样品,还流行“探厂”,把展会意向转化为真实订单。

>> 新能源汽车:从产品出海迈向生态出海

在本届广交会,新能源汽车及智慧出行展区人潮汹涌。中汽协日前发布的数据显示,今年中国汽车出口有望突破1000万辆,新能源汽车正成为出口增长的重要引擎。2026年前三季度,中国新能源汽车出口400.6万辆,同比增长1.3倍,增速远超汽车出口整体水平;新能源汽车出口占全部汽车出口量比重连续四个月超过50%。

在新能源汽车展区,启境GX7等三款车型及直流超级快充桩等展品亮相。配备L3级智驾架构、拥有1500公里超长续航里程的启境GX7在广交会上完成首秀。企业拥有“53秒下

线一台车”的新能源整车灯塔工厂,从动力到车身、从座舱到架构、从芯片到整车,构建形成了覆盖智能汽车全价值链的技术底座。此外,企业还拥有全固态电池、弹匣电池、夸克电驱等领先技术,同时前瞻布局飞行汽车、机器人等尖端科技。

除了新能源乘用车,用于货物运输等领域的新能源重型卡车也迎来市场快速增长期。2026年5月,交通运输部等11部门联合印发《推动新能源重卡规模化应用实施方案》,首次以国家级文件形式明确量化目标:到2030年,新能源重卡渗透率达到40%,保有量突破160万辆。在政策东风下,2026年前

三季度,中国新能源商用车(包括新能源重卡)出口9.3万辆,同比增长45.5%。在中国重汽集团国际公司展位,香港采购商向相关工作人员了解新能源重卡的续航里程和安全性能。过去,他采购的是螺丝、建材等商品,如今却瞄准新能源重卡,计划销往英国、加拿大等欧美国家。

当前,中国新能源车企正从“产品出海”走向“产业链出海、技术出海、生态出海”。2026年以来,中国主流车企纷纷通过自建、代工、合资等多种模式,加速在欧洲布局实体产能。

>> 绿色能源装备:从单品销售到方案输出

在绿色能源装备展区,海外客户的需求正在发生变化:他们不再单纯采购光伏板、逆变器等单一的绿色能源装备,而是更看重适配本土场景的整体解决方案。中国海关总署数据显示,今年前三季度中国电力设备出口保持增长:光伏产品出口同比增长10.3%,风力发电机组及其零部件增长22.4%;各类蓄电池增长34.8%,远销200多个国家和地区。

从产品形态看,中国绿色能源装备正从标准化向场景化、定制化升级。面向海外工厂、农场、商超等场景,新型储能可缓解柴油发电成本高、电网不稳等问题;面向工商业客户,按需定制、避免容量浪费成

为重要卖点;面向家庭用户,轻量化、易安装、可灵活扩容的系统更受欢迎。

一家深耕光伏行业约20年的企业,在本届展会推出依托新一代BC组件(背接触电池组件)打造的轻量化光伏光伏系统,1.5平方米的组件仅重2千克,降低海外运输与安装难度,且支架倾角可调,适配全球不同纬度光照。企业相关负责人介绍,受国际局势影响,海外不少国家燃油发电成本居高不下,光伏发电度电成本优势突出,分布式光伏出海长期增长空间广阔。还有企业展示了新一代智能逆变器、家庭储能系统及工商业储能解决方案,多个海外项目验证其降本价值。

AI也在为储能领域的应用前景注入新智慧。相关企业负责人介绍,AI可依托历史发电数据、气象预报,智能调度多路电能流向,最大化提升用电收益,将成为下一代储能产品的重要升级方向。

与此同时,有企业主打按需定制,订单呈现“小批量、多品种、高附加值”的特征,并已在海外布局自有海外仓,提高交付效率,海外业务同比增长超过40%。旺盛的需求背后,海外采购商也关注认证、价格和后续服务。海外市场的竞争,正从单纯产品比拼转向本地化服务与合规能力的综合较量。



采购商体验AI眼镜

图源新华社



工业机器人手臂

图源新华社

>> AI智能产品:前沿技术落地真实场景

在本届广交会,智能教育装备、智慧农机、智能家电等多款中国智能机电产品集中亮相。

在产业端,人工智能正深度嵌入千行百业。在展区里,具身机器人一脑多机的协同作业场景引人注目,该产品是直径仅0.05毫米的超精密加工样件,相当于头发丝的三分之一,直观展现中国数控机床的超精密制造水平。整杆式甘蔗收割机、玉米收获机等智能农业机械产品吸引不少采购商围观。相关负责人介绍,公司根据不同国家消费者的需求生产不同的农业机械产品。一款农业无人机也吸引众多采购商驻足。它集喷洒、播撒、吊运三大功能于一体,搭配全域智能感知系统,适用于大田种植、经济作物管护等多种农事场景。采购商纷纷前来洽谈订单,甚至相约到工厂实地探访。

在消费端,AI技术正走进普通人生活。一款AI眼镜不仅能听歌拍照、翻译,还实现了“所见即所得”,通过与AI眼镜对话、用眼镜给香蕉拍照,它能识别眼前物品并给出详细的饮食方案。参展商还带来了更轻

的无屏手环、更小的智能戒指。这些产品把传感器和芯片藏在小小体积里,能生成涵盖体重、睡眠乃至情绪情况的AI健康报告。在一家企业的AI教育平板现场演示中,工作人员随手画出一个立方体图形,点击按键后即变成可旋转、可拆解的3D模型。

连续设立了4届的服务机器人专区成为关注焦点,从搭载AI算法的人形机械臂、自主避障擦窗机器人,到能自主规划路线的割草智能机器人、泳池清洁机器人,再到帮助行动不便人士成功起身并缓步行走的外骨骼机器人,参展企业不再局限于硬件单品输出,而是将AI技术深度融入众多生活场景,深入解决人们的实际需求。

中国AI产品出海正从“卖产品”走向“交方案”。有企业将行业经验封装成“工艺包”,海外客户不再需要自己编程、调试;有企业在多个国家和地区布局本地化运营及服务体系,服务超过140个国家和地区。中国科技产品出海,已经推动“商品输出”向“交付服务”乃至“生活方式输出”进阶。

综合报道:王琳

素材来源:中国新闻网、新闻联播、央视网、南方日报