

外需回暖疊加供應鏈優勢 廣東家具首兩月出口增45% 海外採購商增多 粵企外銷訂單飽滿

中國外貿開門紅① 今年前兩個月，中國外貿延續較快增長態勢。作為中國家具出口大省的廣東，今年前兩個月家具出口額達242億元（人民幣，下同），按年增長45%，在全省重點出口商品中僅次於蓄電池與集成電路，成為外貿穩增長的重要支撐。

在正在舉行的第57屆中國家博會（廣州）二期上，《大公報》記者走訪發現，企業外銷訂單普遍飽滿，對全年出口信心充足。參展企業普遍反映，本屆展會海外採購商質量顯著提升，攜帶項目與實單洽談、當場敲定合作的情況明顯增多，海外需求回暖與中國供應鏈優勢疊加，正推動廣東家具及家居用品出口進入新一輪增長周期。

大公報記者 敖敏輝（文、圖）

中國家博會作為亞洲最大家居展會，第57屆中國家博會（廣州）二期於本月28日至31日在廣州廣交會展館舉辦。場內設辦公商開展、設備配料展，展出面積達24萬平方米，全景展示中國辦公商用家居空間及其上游智能製造成果。和往屆家博會相比，本屆「洋面孔」採購商明顯增多。多家企業負責人表示，今年海外採購商「不僅來得多，而且質量高」，多數帶著明確需求與預算而來，下單意願顯著增強。

「去年客戶，今年基本都返單」

佛山捷聯傢俱有限公司深耕辦公椅15年，是廣東高端人體工學辦公椅的第一陣營。[我們基本全年全球跑，就是為了精準對接海外客戶。去年展會對接的客戶，今年基本都返單，紛紛來到展會現場對接我們的新款產品。]公司負責人朱建華介紹，公司2024年全面發力外貿，去年外銷規模達2000萬元（人民幣，下同），亞馬遜線上銷售200萬元。保守估計，今年外銷增幅可達30%。

鶴山忠民傢俱外貿負責人李小姐同樣感受到海外需求的熱度。她透露，本次展會除了老客戶，也對接了大量新客戶。總體上，今年展會上的客戶數量小幅增長，但質量明顯更高，多是帶著項目和實單來談。她續表示，目前公司外銷佔比高達90%，今年西歐、東歐市場需求旺盛，前兩月出口已實現20%左右增長。

面對地緣衝突，廣東鴻基傢俱及佛山市豐冠傢俱均表示未對業務造成大影響。廣東鴻基傢俱外貿主管麥穎弟表示，儘管人民幣升值、地緣衝突等因素帶來一定壓力，但公司今年首季出口延續了去年出口同比實現翻倍增長的漲勢。麥穎弟說去年公司在印度市場已實

現增長翻倍，非洲、中東也有較快增長，她對今年全年外貿前景保持樂觀。主營產品為皮椅的豐冠傢俱負責人帥石勇表示，中東、韓國、歐洲等是主要的銷售市場。隨著中東多國推出「2030年願景」戰略，以及戰後重建需求釋放，未來將成為重要的增量市場。他說公司去年外銷的增長達30%至50%，今年保守估計將有30%的增長。

油價升無礙競爭力

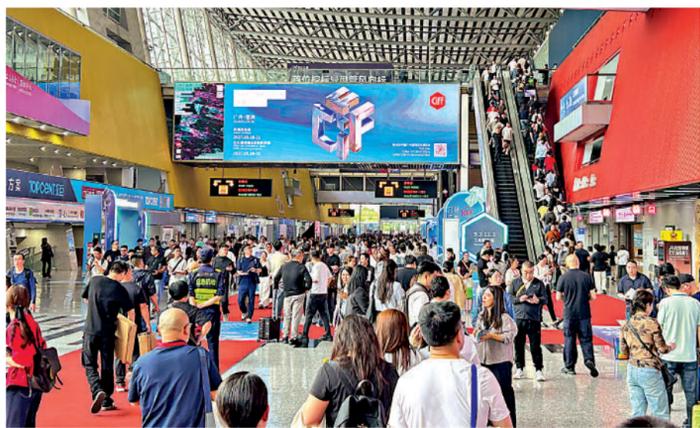
地緣局勢緊張令油價上漲，一方面推高了傢俱的原材料成本。麥穎弟坦言，與石油相關的原材料漲幅超30%，企業生產成本上漲10%左右。

另一方面，也越發突顯中國家居產業的供應鏈優勢。「歐美日韓廠家競爭力下降，好多年才出一款新品，我們創新速度快，加上完整供應鏈支撐，即便成本上升，依然能保持競爭力。」朱建華指出，國家鼓勵企業「走出去」，展會補貼、市場對接等政策支持，讓企業更便捷開拓海外市場，進一步放大供應鏈優勢。「從零部件到成品，從設計到物流，我們能實現高效協同，這是其他國家難以複製的。」帥石勇說。

業內人士表示，隨著全球經濟逐步復甦，疊加中國供應鏈、創新力雙重優勢，廣東傢俱出口有望延續高增長，持續鞏固在全球家居產業的領先地位。



▲廣東今年前兩個月傢俱出口額達242億元，按年增長45%。



▲第57屆中國家博會（廣州）二期展會在廣州火爆舉行，本屆「洋面孔」採購商明顯增多。



前兩月廣東外貿數據亮點 (單位：人民幣)

進出口總額：1.64萬億元，規模創歷史同期新高，比去年同期（下同）增長22.1%
 ●出口：1.04萬億元，增長22.6% ●進口：5920.1億元，增長21.3%
 ●東盟進出口增長18% ●中國香港進出口增長36.9% ●歐盟進出口增長23.1%

數據來源：海關總署廣東分署

堅持原創設計 中高端產品受捧

品質取勝

廣東家居企業持續加碼創新設計與技術研發，推動產品向中高端升級，備受海外客戶青睞。

「我們堅持原創設計，絕不抄襲。」佛山捷聯傢俱有限公司負責人朱建華強調，捷聯選用優質材料，聚焦坐感與舒適度優化，針對不同市場推出定製化設計，精準匹配海外客戶需求。「我們不打價格戰，人工成本方面可能拼不過越南，但我們靠產品創新和品質取勝。」豐冠傢俱負責人帥石勇介紹，公司在色彩搭配、功能設計上持續創新，推出健康按摩、腰部支撐等貼合辦公人群需求的功能，產品時尚新穎、附加值高，深受中高端客戶青睞。

「今年推出的新品，只要設計新穎、功能實用，歐洲客戶都很認可，下單速度很快。」鶴山忠民傢俱李小姐表示，海外客戶對中高端產品需求旺盛，企業只要在外觀、功能上實現創新，就能快速獲得訂單。

定製化設計提升競爭力

鴻基傢俱聚焦工程市場，主打學校、銀行等場景桌椅，通過定製化設計提升競爭力。「我們在色彩、款式、空間利用、堆疊功能等方面持續優化，滿足不同場景的專業化需求，產品定位中高端，契合海外工程採購標準。」鴻基傢俱外貿主管麥穎弟說。

此外，專注靜音艙研發的芸室靜音

艙，憑藉出色隔音效果與場景化設計，打開美國市場，單批次訂單達3萬多個。企業堅持長期研發投入，以技術壁壘形成優勢，進一步凸顯中國產品的性價比。



▲在家博會上，中國企業推出大量創新產品。圖為一家企業展出的靜音艙。

從產品出海到技術出海 中國數控裝備吃香

性價比高

在本屆家博會上，廣東豪德數控裝備股份有限公司發布全球首發的鑽王·MAX6智能高速連續鑽孔中心，吸引150家境外採購商對接洽談，兩天內意向客戶數量翻倍。

本次首發的鑽王·MAX6，歷經3年研發，融入AI算法優化，效率提升10%，兼具節能、省空間優勢。「以往木工機械領域被德國、日本等國家壟斷，我們去年正式進入歐洲市場，打入德國、意大利、西班牙等一線市場，與國際巨頭同台競爭。」豪德數控銷售總監覃兆翠介紹，公司專注木工數控裝備，去年外銷額達1.4億元（人民幣，下同），同比激增80%，今年目標突破2億元，出口覆蓋南美、歐洲、東南亞

等地區。

性能接近國際品牌 價格僅一半

豪德數控裝備的核心競爭力來自超高性能。覃兆翠透露，公司產品性能接近國際一線品牌，價格僅為其一半左右。公司也憑藉這一優勢，快速得到歐



▲一家外國採購商對廣東一家家居企業的生產設備感興趣，擬批量採購。

洲客戶認可。覃兆翠估計，今年歐洲市場增幅為30%至40%。

覃兆翠說，公司不僅服務海外本土企業，還為大量中國出海家居企業提供配套方案，實現「中國裝備+中國家居」協同出海。「國際形勢不穩定，反而讓海外客戶更認可中國裝備的穩定性與性價比。」如今，海外採購商主動學習中國數控裝備的技術理念，覃兆翠相信中國家居生產技術和裝備的出口，將成為家居行業外貿的重要增長點。

多位受訪企業也表示，憑藉技術創新與供應鏈優勢，推動家居產業從「產品出海」升級為「技術出海、方案出海」，不僅提升自身附加值，更助力全球家居製造業提質升級，成為中國製造走向世界的新名片。

中國低空經濟產業鏈成熟 市場規模料超4萬億

【大公報訊】記者毛麗娟深圳報導：「2026世界無人機大會暨國際低空經濟與無人系統博覽會和第十一屆深圳國際無人機展覽會」將於5月21至23日在深圳



▲楊金才表示，中國低空經濟正處於政策紅利釋放、技術加速突破的快速發展期，產業全鏈條成熟。大公報記者毛麗娟攝

舉行。深圳市無人機行業協會會長楊金才昨日表示，中國低空經濟正處於政策紅利釋放、技術加速突破的快速發展期，產業全鏈條成熟，應用覆蓋物流、文旅、應急等多領域，正從試點邁向規模化落地。2025年中國低空經濟市場規模達1.5萬億元（人民幣，下同），2030年有望破4萬億元。

本屆大會將邀請630+位行業頂尖演講嘉賓，其中包括30多位中外院士，250多位國際專家、企業領袖，緊扣技術創新與場景應用，圍繞低空物流、城市空中出行、低空空

旅、公共安全、標準認證等真實需求展開務實研討，推動政策、技術、市場、場景高效對接；通過搭建政企學研對接平台，破解空域使用、運營合規、商業模式驗證等實際難題，加快核心場景從試點走向規模化商用，實現政策紅利與產業發展同頻共振。

世界無人機大會5月深圳舉行

深圳作為低空經濟第一城，據統計，2025年深圳低空經濟與空天產業集群增加值350.61億元，同比增長31%。數據還顯示，深圳無人機產業2025年出口規模約178億元，佔全國無人機出口總額的80%。依託完善的產業配套基礎，深圳從

生態構建、項目落地、政策支撐、基礎設施、場景應用等多方面發力，打造低空經濟全鏈條發展格局。

深已開通310條貨運航線

2025年，深圳市無人機載貨運輸超百萬架次、開通310條貨運航線及8條跨城物流航線，落地全國首個直升機跨境口岸、空地一體城市救護項目，實現大城市電網無人機自主巡檢全覆蓋，試點空中載人交通、打造全國首個空鐵聯運項目。同時，深圳推動低空文旅出海，並初步完成深港、深澳跨境無人機物流聯合試點方案編制，讓低空經濟應用場景持續向多元化、高端化、跨境化延伸。



▲深圳無人機企業在科技展會上展示其最新款無人機產品。大公報記者毛麗娟攝