



# 復常首辦線下展 「宇宙廚房」車載家電亮相 粵商秘密武器迎戰春交會

## 大灣區 潮動

受歐美主要發達經濟體通脹高企和經濟衰退等多重風險疊加的影響，外貿企業出口承壓，不少企業都寄望下月舉辦的2023年春季廣交會多簽單扭轉這個局面。廣東外貿企業紛紛積極備戰，布置推出新產品，迎接疫情防控出入政策放寬後的首輪海外客戶。家電行業龍頭企業格蘭仕日前就發布了多個多功能系列新品，並透露這些新品將集體亮相第133屆廣交會線下展，同時也希望把海外熱銷的產品帶熱內銷市場；格力電器就預先到美國參加行業展覽會，為廣交會作熱身。

文/圖：香港文匯報記者 帥誠 佛山報道



格蘭仕發布「宇宙廚房」創新場景。



格蘭仕發布會現場，嘉賓在體驗家電產品。



格蘭仕熱門新品「中國紅2023」微蒸烤炸一體機。

格蘭仕生活電器營銷本部總監吳毅表示，目前格蘭仕產品外銷佔八成，內銷兩成，隨著即將舉辦的第133屆廣交會在疫情三年後首次恢復線下展覽，集團對迎接外銷市場的復甦也做了充足的準備。在2023格蘭仕328中國市場年會上，集團發布了「宇宙廚房」創新場景及其高端健康家電套組，包括多功能聯動的星系列微蒸烤套組01A、「雙子一號」雙腔蒸烤一體機、「中國紅2023」微蒸烤炸一體機等新品，代表了當下集成高效的烹飪新趨勢。「此次發布的所有新品都將參展133屆廣交會線下展，同時面向國內外採購商。」吳毅說。

### 格蘭仕推多款多功能廚房家電

據了解，格蘭仕推出多款多功能聯動的廚房家電產品，是根據內地一二線城市消費者居住空間有限但又越來越趨向於多元化烹飪方式的需求來進行創新

的。「這些產品可以讓都市白領在有限空間內進行更多烹飪嘗試。」負責格蘭仕北美地區銷售業務的曹先生表示，國內消費者更願意嘗試創新產品，一些新品在內銷市場火爆後，也會慢慢在外銷市場受到關注。同樣，一些在海外市場普遍受歡迎的產品，如車載微波爐等車載小家電在歐美一直很受歡迎，近年隨着房車旅行、露營等文化在內地興起，這一品類也逐漸受到內銷市場關注。格蘭仕與福田汽車結成戰略合作夥伴，首個項目共同開發貨車專用智能微波爐，為貨車司機打造「24小時隨車食堂」，亦是考慮到內銷市場新需求所進行的嘗試。

### 外需疲軟 中國家電出口承壓

剛結束在北美地區為期近一個月業務洽談的曹先生說，「目前受通貨膨脹等因素影響，以沃爾瑪等大型商超為主的北美市場客戶存在周期性去庫存壓力，但預期今年三四季度將會向

好。」他還表示，在出入境恢復正常的今年，負責海外各大區的外貿人員都將保持每季度至少一次的海外市場調研和洽談，為公司拓展外銷市場產生推力。而根據疫情前的參展經驗，廣交會舉辦期間，有意向下單的境外採購商大多會利用廣交會以外的閒暇時間到參展商的工廠參觀。

據海關總署3月7日的數據顯示，1-2月中國出口家用電器46,496.3萬台，同比下降15.2%；中國家用電器協會數據也顯示，2022年中國家電行業出口額972.5億美元，同比下降6.9%。專家分析稱，受歐美主要發達經濟體通脹高企和經濟衰退等多重風險疊加的影響，中國家電出口承壓。「2022年外部需求相對疲軟，美歐發達國家零售商家電產品庫存處於高位，對中國家電產品進口需求有所下降。其實需求疲軟是全球化問題，並不是僅僅針對中國。」



「中國預製菜產業生態聯盟」成立。

香港文匯報記者帥誠 攝



格蘭仕集團副總裁鄧能基。

香港文匯報記者帥誠 攝

香港文匯報訊（記者帥誠 佛山報道）着眼產品出口的同時，格蘭仕也在開拓內銷方面進行了大膽嘗試。3月28日，格蘭仕發布搭載智能解碼技術的II代預製菜微波爐，面向全國市場推出預製菜「無人自助+智能烹飪」解決方案，並與廣東省餐飲服務行業協會及廣州酒家、陶陶居、西貝餐飲、喜市多、國聯水產、蒸燴

煮、日冷食品等預製菜產業鏈上下游代表企業發起成立「中國預製菜產業生態聯盟」。該生態聯盟將以產、研、銷為重點，以標準為引領，通過資源共享、信息互通、技術互聯、優勢互補，打通預製菜標準體系、產品研發、設備定製、市場營銷等全產業鏈。

### 全產業鏈標準化 產品走向全球

「我們將發起制定《適用於微波加热的預製菜通用要求》、《即熱預製菜專用微波爐》標準，希望通過全要素協同共建中國預製菜產業高質量發展集羣，推動預製菜標準體系的完善、促進產業健康可持續發展。」格蘭仕集團副總裁鄧能基指出，集團將從設備端推動預製菜上游產業的標準統一，「先達成團體標準的統一，在此基礎上再向國家標準升級，並逐步推動標準化的預製菜產品走向全球市場。」

### 智能微波爐 一鍵即烹多種菜式

據介紹，格蘭仕II代預製菜微波爐搭載智能解碼解決方案，配置智能掃碼感應區與智慧觸屏，當感應到預製菜包裝上的條形碼信息後，微波爐能識別食材並自動匹配相應烹飪時間與火力，一鍵即烹即享多種菜式，用戶亦可自行設置烹飪偏好的火力時間。預製菜「無人零售+智能烹飪」一體化解決方案，可滿足中央廚房、便利店、機場、校園等人流量高，或無人自助的場景需求。

### 中國家電協會：提升現代化水平

中國家用電器協會理事長陶小年透露，2022年的中國家電全行業主營業務收入達到1.75萬億元人民幣，同比增長1.1%，整體行業格局保持穩定。他認為，面對全球最大的消費市場，中國家電企業應加強基礎研究和原始創新，構建基於全球市場及用戶需求的創新體系，在核心技術和關鍵技術上不斷取得突破。



中國家用電器協會理事長陶小年。

香港文匯報記者帥誠 攝

## 中國預製菜聯盟開創飲食新生態

## 兩個展區設展位 廣東省食出集團搶單

香港文匯報訊（記者 帥誠 佛山報道）旗下擁有「珠江橋」品牌的廣東省食品進出口集團有限公司，不僅積極報名參展第133屆廣交會，還將在食品和餐廚用具兩個展區都設立展位。該公司相關負責人對恢復線下舉辦的廣交會充滿期待，「線下展會重啟，我們就能更好地與客戶面對面溝通，通過現場品嘗和試用我們的產品，能更好地吸引到新

客戶來。」該公司預計有望獲得比往年新增更多訂單。

儘管歐美市場整體疲軟，但得益於疫情防控政策的寬鬆，積極備戰廣交會開拓外銷市場的廣東家電企業並非個例。上月在美國亞特蘭大舉辦的2023年美國暖通製冷及空調通風展覽會，格力電器在現場展示了具有換新風功能的CLIVIA，全新一代熱泵熱水機等多款

家用空調、商用空調、工業製品以及生活電器，以低碳生活為主題吸引海外客戶。

### 格力美國參加展覽作預熱

其自主研發的綠色節能技術光伏（儲）直流空調系統，可實現電力自發自用，並將多餘電量供給其它用電設備，這些產品也將在第133屆廣交會上展示。

## 「投資中國年」首場簽74項目涉905億

此次推介會達成外資合作項目74個，投資總額905億元人民幣。

### 現代汽車：廣州HTWO廠將竣工

在推介會現場，現代汽車集團（中國）總裁李赫峻分享了公司在廣東的發展情況。「今年上半年，現代汽車位於廣州黃埔的HTWO工廠將竣工投產，這是現代汽車全球首個海外氫燃料電池系統研發、生產和銷售基地。」李赫峻表示，廣東在新能源、ICT等具有產業優勢，在政策端，為外企提供了同等的發展機會。接下來，公司將致力在本地打造氫能生態圈，推動氫能產業集羣，助力中國「碳中和」目標的實現。

### 張勁松：廣東新商機在大灣區

廣東省商務廳廳長張勁松說，新時代廣東新商機在

粵港澳大灣區，並將廣東的投資商機概括為「4+2+1」：「4」指經濟規模大、產業配套齊全、交通便利、生態環境好四大優勢；「2」是招商引資發展的兩個重點方向，製造業招商和總部招商；「1」則是一套關於鼓勵投資貿易的組合政策，包括對外資投資超過5,000萬美元的外資項目，按照2%的比例給予獎勵，最高1億元（人民幣，下同）；對投資超過1,000萬美元的總部，按照2%給予獎勵，最高1億元。而對於重大先進製造業的投資，在珠三角投資超過10億元、在粵東粵西粵北投資超過5億元以上的先進製造業，按照2%的比例給予獎勵，上不封頂。

### 戰略性新興產業成簽約重點

推介會上共達成74個外資合作項目，投資總額905億元。其中47個是製造業項目，佔總項目數比重逾六成；投資額639億元，佔總投資比重逾七成。

戰略性新興產業成為此次簽約項目中的重點。2個百億元項目分別為粵港澳大灣區The H2 World國際綠氫產業創新智造生態總部基地、華南鈦谷產業基地。其中，前者聚焦氫能等新能源，擬建設分布式綠氫系統研發與生產基地，打造全國首批鄉村振興綠氫創富示範項目，達產後年產值約93億元；後者則重點在鈦材等新材料，由廣東粵橋新材料科技有限公司投資，將在茂名華南鈦谷建全球先進的人造金紅石生產線，二次擴容後年產能可達50萬噸。

粵橋新材料總裁張枝成說，戰略性新興產業快速擴張帶來廣闊機遇，尤其在中國，鈦材料的市場需求正快速增長。「近3年我們鈦材料業務增長超過100%。」他透露，目前公司正在引進更多新材料專家團隊到廣東，加強自身研發布局。並希望華南鈦谷產業基地落地後能吸引、帶動上下游更多合作夥伴一起過來，形成更高效的聯合創新模式。



張勁松表示，新時代廣東新商機在粵港澳大灣區，廣東的投資商機可概括為「4+2+1」。

香港文匯報記者帥誠 攝

香港文匯報訊（記者 帥誠 廣州報道）「投資中國年」廣東專場推介活動昨日在廣州舉辦，這也是今年商務部「投資中國年」招商引資活動的首場推介會，