



面對全球經濟放緩疊加多種不確定因素的複雜形勢，中國製造如何做到逆勢突圍、搶佔先機？在第136屆廣交會上，新產品、新技術、新業態大量湧現，國家高新技術、專精特新「小巨人」、製造業單項冠軍等參展企業達到8,000多家，比上屆增長超過40%，其中「新三樣」、數字技術、智能製造相關行業企業約3,600家，以領先優勢向全球輸出產品、輸出技術、輸出品牌。

在廣交會家電展區的顯眼位置，一條3D金龍飛騰在名為「生命之樹」的LED大屏上，聲光電幻效果拉滿，吸引來往的海內外採購商相繼駐足打卡。中國智能家電企業創維集團的展廳裏，佔據「C位」的是一幅巨大的梵高《星空》油畫，被畫框分割成四個部分。「這四個畫框裏有兩個是電子屏，無論從畫面亮度還是分辨率細膩程度看，電子屏與高清打印的紙質畫面一模一樣。」創維集團新聞發言人兼品牌部部長陶雙華介紹，這款肉眼難辨真假的屏幕正是創維最新研發的產品——壁紙電視。

空間有限使用無限 可移動家電受青睞
「由於與三星等電子大廠的競爭壓力較大，近年創維另闢蹊徑，在細分領域爭取突破。」創維集團通過市場調研發現，年輕一代看電視頻率逐漸減少，由此推出這款需要時當電視使用、閒置時能當裝飾畫的新產品。

這只是本屆廣交會上眾多創新產品的「冰山一角」。便攜可移動空調、洗烘一體機、美妝冰箱……面積小巧、功能全面的新產品紛紛亮相，緊扣當下城市用戶在有限生活空間的使用場景。比如創維的美妝冰箱，巧妙地將衛生間梳妝鏡後部設計成可調控溫度濕度的化妝品冰箱，免去了女性用戶去廚房冰箱拿面膜等產品的麻煩。陶雙華還提到，創維集團在香港也設立了分公司。香港消費者受限於居住空間，更青睞小尺寸家電產品，正好契合了創維新推出的便攜可移動家電系列產品。

「及時創新 產品永遠不會缺銷量」
開拓新品類也成為創維集團出海戰略的關鍵。近年來，創維的彩電等傳統優勢產品，在東南亞、南非、德語區等維持銷量增長，還在白電板塊、新能源等新產品賽道開拓市場，在中東、拉美等地區獲得突破。今年上半年，創維來自海外市場的營業額比去年同期增長54.5%。

陶雙華舉例說，五年前，創維開始進軍光伏儲能市場，從適應歐美露營風潮的小型戶外電源到適合南非等地供電不穩定所需的中大型家用儲能電源，各類產品齊全。「創維憑借在家電行業深耕多年的經驗，可以讓儲能產品與家電進行更好的適配，並提供一體化的產品運營和個性化定製。無論市場大環境如何變化，只要充分了解客戶需求，解決行業痛點，及時創新，產品永遠不會缺銷量。」

低碳環保 建築廢料變身可視化牆面
香港文匯報記者在廣交會上看到，在一面建築牆前，有外國採購商對着播放視頻的牆體頻頻揮手，想找到「投影」的光源位置，也有人把臉貼近牆面，希望能看到牆面上的LED燈珠。「這款牆體是一款顯示產品，既能發電又能顯示，消費者不需要在家裏裝任何額外的顯示掛件，因為牆體本身就是顯示屏。」福美新材料有限公司董事長助理麥欣靜介紹，該產品基於福美研發的eDisplay核心材料，通過表面處理技術能模擬出石材自然紋理、木材溫潤質感或陶磚質樸風貌等肌理效果，而這些外觀特徵在光線傳導過程幾乎不受影響，確保eDisplay系統在展示視頻內容時，依然能呈現令人愉悅的視覺效果。

依靠傳統建材起家的廣西福美新材料有限公司，在外牆建材中加入光伏和內置顯示技術，研發出多款綠色招牌產品。比如，福美在博士研發團隊的領銜下，開發出光伏建築一體化技術，看似普通的建築外牆，可兼具太陽電池的吸能作用，在不影響外牆美觀的前提下為家庭用戶提供額外供電。

值得注意的是，福美的產品以城建廢棄土、石材廠或陶瓷廠廢料、非金屬尾礦等無機固廢為基礎原料，現已通過國際權威機構 Bureau Veritas 產品碳足跡認證，而且在滿足相同功能前提下，其研發的建築光伏一體化的面材「eBIPV產品」碳排放比現有玻璃BIPV減少了58%。麥欣靜表示，希望將福美的新產品推向全球市場，讓全世界的消費者都能夠享受到來自中國的低碳產品，充分展現中國企業的創新能力。



福美新材料有限公司董事長助理麥欣靜



創維集團新聞發言人兼品牌部部長陶雙華

中國製造逆勢突圍 出海拓市「新意頻出」

新產品新技術新業態大量湧現廣交會



▲在第136屆廣交會上，新產品、新技術、新業態大量湧現。圖為海外採購商在了解福美的光伏建築一體化產品。



▲福美的建材均由環保材料製成。



▶創維壁紙電視與普通油畫對比。



●客商在了解創維壁紙電視。

廣受追捧的高科技產品

酷似蜘蛛的高空幕牆清洗機器人
藍白配色、外形如同一個「王」字的機器人，是由廣東凌度智能科技有限公司自主研發的高空幕牆清洗機器人「凌空K3」，其外觀設計靈感來源於蜘蛛，該產品的四肢結構靈活，能夠在複雜的高空環境中自如操作，提升了清洗效率與安全性；並通過水路循環設計搭配污水過濾回收系統，避免化學添加劑對玻璃牆面和綠化帶的二次污染；8升水即可工作12小時，兩塊電池可清洗一面百米大樓，單機日均清洗量達1,200-2,000平方米，3倍於人力清洗的效率，極大優化了資源的使用。

廣東凌度智能科技有限公司副總經理李華介紹，該產品經歷了三次迭代更新。早期的機器人因工業設計和使用體驗的不足，外觀粗糙、操作繁瑣，幾乎無人買賬。後其團隊帶產品上門演示、提供免費試用，在實地應用中不斷收集反饋，改進設計。最終，第三代產品亮相，功能完善且操作簡單，逐步獲得市場認可。「自有摩天大樓以來140多年沒解決的問題，我們希望用現代科技為它帶來新的解法。」



▲凌度智能自主研發的高空幕牆清洗機器人「凌空K3」。

「零碳」戶外產品太陽能充氣帳篷
由深圳市迪晟能源技術有限公司自主研發的太陽能充氣帳篷，在便攜的基礎上，解決了戶外項目缺乏電力的最大痛點。該帳篷採用八塊光伏板，確保了不同角度陽光照射時都能吸能，太陽能板上安裝了兩個A口和一個C口，可為帳篷自帶的充電泵能源棒充電，帳篷內置的5,200毫安儲能電源還可作為移動電源為手機充電。收納後的太陽能帳篷長度僅50釐米，在有陽光照射時，可實現一鍵自動充氣搭建。

「這款帳篷是全球首發的新能源帳篷，帶有自主發電的功能，可以搭配自動充氣泵。」迪晟能源技術有限公司產品研發總監何長春介紹，帳篷頂部的太陽能板是企業自主研發的，具有「輕薄柔」的特點，比傳統的太陽能板輕60%。該公司還研發了太陽能書包、太陽能便攜桌等新品，均是適合戶外的「零碳」產品。



▶迪晟能源的太陽能帳篷和背包產品。

高壓之下 中國外貿仍需勇闢新局

特稿

在全球貿易保護加劇、主要市場增長乏力、外部不確定不穩定因素增多之際，今年中國外貿仍錄得可觀增長。前三季度中國進出口總值32.33萬億元（人民幣，下同），同比增長5.3%，係歷史同期首次突破32萬億元。不過，歐洲近日正式發起對中國電動車的反補貼稅，美國大選後新一屆美國總統任下中國產品會否面臨更高關稅和更嚴格的原產地規則，外部不確定性仍在上升，牽動中國外貿企業的神經。

平安證券首席經濟學家鍾正生最新研究發現，中國外貿出口在全球產業鏈中的角色正在轉變。2018年以來，截至今年6月中國出口的中等技術製成品佔比提高4.4個百分點至28.9%，低技術製成品佔比則下降2.6個百分點至26.1%，其中，紡織鞋服類產品明顯下降，產業已向東南亞國家轉移，而金屬製品、玩具、塑料製品等其它低技術產品的佔比卻有所上升，顯示傳統勞動密集型產品出口的優勢仍在。

在高技術產品出口領域，儘管隨着美國對芯片出口管制升級，中國出口高技術製成品佔比下降3.6個百分點至30%，不過，中國已全面參與到全球高技術電子電器產業鏈，主要是進口半導體、芯片，出口自動數據處理設備、電信設備、電動機械設備及其零部件。高技術產品外貿在壓力中求生。近幾年來，中國對歐洲出口的高技術電子電器產品比例不降反升，歐洲加速向清潔能源過渡，增加了對電力機械、特別是對風電和光伏設備的需求。中國新能源汽車出口在美國和日本遇阻，但對俄羅斯、歐洲市場大舉進軍。不過，近期中國汽車出口也遭遇「逆風」，除了美國進一步提高中國汽車產業的關稅外，歐盟決定對從中國進口的電動汽車徵收最高近38%的臨時反補貼稅，中國車企在墨西哥的投資也受到了美國關注與施壓。另外，歐盟對中國光伏風電產品也在採取更加審慎的態度。

盡更大努力鞏固與歐經貿協作關係

在鍾正生看來，當前中國出口增長的不確定性主要來源於三方面：一是近年中國高技術製成品和汽車出口在較大程度上依賴於歐洲市場，但歐盟對中國光伏產品的反補貼調查、對中國新能源汽車加徵關稅等，均為中國出口前景蒙上陰影。二是以芯片為代表的高技術產品進口限制，倘若美國進一步收緊相關規則，將加大中國在高技術領域以時間換空間的難度。三是如果未來美國升級對華關稅的原產地規則，向友國施壓，打擊各種「繞道」出口，則可能對中國出口造成壓力。

高壓之下，中國出口需勇闢新局。「盡更大努力鞏固與歐洲的經貿協作關係，必要時可考慮採取自願出口配額的方式，減少其有關傾銷、產能過剩等相關指責。穩定歐洲市場基本盤，也是穩住中國高技術產品和汽車產業鏈的應有之義。」鍾正生還提醒，要在與美國的競合之中尋求最大公約數，通過拓展進口、單向開放、擴大服務貿易開放等措施，為中國高技術產業的趕超發展爭取更大時間與空間。

另外，一如既往地擴大與亞洲、非洲、拉美、俄羅斯東歐的經貿往來，積極培育外貿新動能。當然，也要繼續深化國內市場機制改革，通過強化市場公平競爭、優化民營外資企業營商環境、積極擴大內需，形成有利於中國產業競爭力不斷提升的肥沃土壤。

●香港文匯報記者 海巖