

全球客商「用腳投票」 力駁「產能過剩」謬論

指中國製造是優質供給 更助力各國培育本土產業發展

「幾乎全世界的人都集中在這裏！」正在廣州火熱舉辦的第140屆廣交會人氣爆棚、盛況空前，不少置身其中的境外採購商都禁不住由衷發出這樣的讚嘆。當前，部分國際輿論刻意炒作中國「產能過剩」論調，甚至將中國出口規模的持續增長片面曲解為庫存外溢、無序傾銷。而廣交會現場的交易盛況、全球客商的「用腳投票」、跨境貿易的務實共贏，給出了截然不同的答案。不少境外採購商在接受香港文匯報記者採訪時表示，「中國製造」不僅是全球產業分工的優質供給，更是助力各國培育本土產業發展、降低生產門檻、激活區域經濟的重要支撐。一名也門採購商二代表示，二十年前其父親引進一條歐洲產包裝盒生產線，投入成本高達20多萬元（美元，下同），而如今採購中國的先進設備僅需3萬元至4萬元。極具優勢的性價比大幅拉低了中東地區輕工製造業的建廠門檻，助力當地中小工廠蓬勃興起、遍地開花，這正是中外貿易互利共贏的生動縮影。

● 文：香港文匯報記者 盧靜怡、李紫妍、帥誠 廣州報道 圖：香港文匯報記者 盧靜怡、帥誠

香港文匯報記者連續多日逛展看到，展館內人潮湧動，扶手電梯、休息座椅、過道以至各個展位都擠滿了人。不少採購商拉着行李箱、背着雙肩包穿梭於不同展區，尋找適合本國市場的產品；有採購商看中商品後，直接在展位上拿出現金付款。本屆廣交會預計將迎來來自220多個國家和地區的約34萬名境外採購商，龐大的到訪規模，直觀印證了「中國製造」不可替代的全球競爭力與市場認可度。

「中國設備性價比完勝歐洲」

來自也門的年輕採購商Ahmed Mohammed，正認真挑選禮品包裝相關產品。他向香港文匯報記者介紹說，自己是一名「廣交會採購商二代」，目前其公司業務覆蓋也門、沙特阿拉伯及東非市場，主要從事禮品包裝業務，每年都需要到中國採購生產設備及相關產品，包括包裝盒生產線、噴塗設備等。

「20年前，我父親曾引進意大利生產線，單是一條生產線就要花20多萬元。」Ahmed回憶，當時歐洲設備價格高昂，令不少有意辦廠的人望而卻步。如今，中國供應的生產線設備價格大幅下降。「只需要3萬至4萬元，就能買到一條完整的生產線。」過去需要20萬元的機器，現在花一萬元左右便有機會買到。他指，中國設備不僅價格相宜，質量也很好，運行速度甚至比歐洲設備更快。「這對全球經濟發展是極大的推動。」

產品助發展中國家降建廠門檻

Ahmed感言，「中國製造」大幅降低了發展本土工業的門檻。「在很多發展中國家，以前想開辦工廠、購買生產線，可能需要向銀行申請50萬元的巨額貸款，機器配件也很難採購。但現在購買一條中國生產線只需要3萬元，設備質量好、產量又高。」

11次參加廣交會 只選中國供應商

香港文匯報訊（記者 盧靜怡、李紫妍、帥誠 廣州報道）全球經貿格局之下，「中國製造」持續為世界各國產業發展注入動能。本屆廣交會上，一批兼具創新設計與實用價值的新產品，收穫眾多海外採購商的青睞。來自烏茲別克斯坦的採購商Matyakubov已是第11次參加廣交會，此次的採購預算約200萬美元。他表示，受全球局勢不穩定、國際油價上漲等因素影響，今年的採購規模較往年有所縮減，但仍堅持選擇中國供應商。「引入中國大型設備，有助於提升烏茲別克斯坦的工業生產效率，推動當地經濟發展。」

「學習『中國速度』非陷入零和競爭」

與中國企業合作多年，Matyakubov認為，兩國貿易合作模式正逐漸深化，從早期的商品買賣，發展到中國企業在當地開設公司和工廠。他本人亦曾協助兩三家中國企業在當地開展業務、建立生產線。「中國供應商值得

對於某些國際輿論炮製「中國擠壓論」，抹黑中國出口擠壓其它發展中國家產業空間，Ahmed直言，這完全是赤裸裸的雙重標準與虛偽說辭。「部分國家的心態依然是『世界屬於我們，我們可以為所欲為』。中國出口的不是槍炮武器，中國出口的是能夠幫助全球經濟的生產線和優質便宜的商品。」他指出，四十年前，歐美大力推行全球化，希望世界各地進口其產品，因為這符合其自身利益。如今，中國深度融入全球貿易體系，以具有競爭力的價格向各國提供生產線、原材料及各類商品，讓更多發展中國家有機會發展本土工業，也降低了企業和終端消費者的採購成本，這是普惠全球的正向價值。

「不衝擊本地產業，反填供應缺口」

來自澳洲、經營大型農機業務的採購商Samantha Kwast，同樣以十年深耕經驗印證「中國製造」的正向價值。「在澳洲，大家的感受就是『幾乎所有東西都來自中國』，我們對中國產品的質量非常滿意。」她告訴香港文匯報記者，澳洲本土製造業產能有限，難以滿足市場對大規模工業零部件的需求，中國成熟的供應鏈正好填補了這一缺口。「我不認為中國製造會衝擊本地就業，因為澳洲本土根本沒有足夠的製造業產能來滿足需求。」她表示，公司進口中國拖車零部件及各類配件已有超過10年，對產品質量、交付速度及服務一直相當滿意。

來自非洲的採購商Albert Azenabor同樣認為，市場需求和消費者選擇才是判斷產品競爭力的關鍵，外界無端抹黑的論調完全違背市場規律。他表示：「這是自由市場。在我看來，中國製造為全球民眾和各個國家的發展都作出了非常積極的貢獻。中國供應鏈提供了門類齊全、品質優良的產品，最終的選擇權在市場和消費者手中。」

信任，他們努力工作，能按時交付，態度也很謙遜。」

「大家應該學習『中國速度』而非陷入零和競爭。」來自東非的採購商Tanguy Nolain特別讚賞中國供應鏈的創新能力。他並不認同所謂「中國擠壓論」的說法。「中國擁有完善的產業鏈，在這裏你幾乎能找到任何東西，我們可以與中國廠商合作乃至學習，而非把他們當作零和博弈的競爭者。」

「Brother, Here！」廣交會現場人潮湧動，孟加拉採購商Tapas Saha與合作多年的中國供應商熟絡地打招呼，商量新一輪訂單。他自2006年起每年參加廣交會，主要採購電容器、機械密封、發電機等產品，每年從中國採購約600個集裝箱的貨物，與部分供應商的合作更長達25年。談起「中國製造」的產品，他豎起大拇指連連稱讚。他指，廣交會規模不斷擴大，帶來的商業機會亦持續增加。長期合作令雙方建立了深厚信任。「我們是『兄弟對兄弟』，彼此信任，這種默契讓業務變得專業和高效。」



● 中國製造的產品為很多國家的工業升級帶來了更高性價比的方案。圖為在洽談的採購商。



● 第140屆廣交會新能源展區的光伏組件、儲能電池等產品吸引境外採購商關注。圖為新能源電池等產品吸引境外採購商諮詢。 中新社

海外採購商駁斥所謂「中國產能過剩」

也門採購商Ahmed Mohammed：

● 數十年前，歐美大力推行「全球化」，希望全世界都從他們那裏進口產品，因為這完全符合他們的利益。而現在中國市場融入全球貿易體系後，提供了性價比極高的生產線和原材料，大幅降低了中東、非洲、南美等地區本土工業與終端消費者的採購成本。這對普通大眾來說是實實在在的好處。中國推行的全球化，才是真正讓全人類獲益的全球化。然而，當西方看到中國企業和中國市場進入並開展良性競爭時，他們在這些市場競爭力不足，於是就翻臉說要終止全球化。這完全是赤裸裸的雙重標準與虛偽說辭。

非洲採購商Tanguy Nolain：

● 我們更應該學習中國正在做的事情，「中國速度」是非常驚人的現象。中國的產能與高效運作並非競爭威脅，反而是一份面向世界的開放邀請。無論是發展中的非洲國家，還是西方國家，都可以借鑒中國高效的工業與發展模式。這不是關於競爭，而是通過互相學習，讓每一個國家都變得更好。

非洲採購商Albert Azenabor：

● 中國擁有極其豐富的產業鏈和產品線，無論需要什麼規格和品質的產品，都能在中國市場上找到對應的優質供給。貿易市場是自由的，大家都可以按照自己需求去採購。中國製造為全球民眾和各個國家的發展都作出了非常積極的貢獻。中國供應鏈提供了門類齊全、品質優良的產品，最終的選擇權在市場和消費者手中，中國製造為大家提供了更多的選擇機會。

澳洲採購商Samantha Kwast：

● 澳洲本土製造業產能有限，難以滿足當地市場對大規模、大批量工業零部件的需求，而中國強勁的供應鏈能力正好填補了這一缺口。我不認為中國製造會搶走我們的工作機會，因為澳洲本土根本沒有足夠的製造業產能來滿足需求。正是因為中國製造的高效與優質，讓我的企業得以順暢運轉，我們完全沒有考慮過從其他任何地方進口，我們非常喜歡中國產品。

烏茲別克斯坦採購商Matyakubov：

● 引入中國大型設備有助於提升烏茲別克斯坦本國的工業生產效率高和經濟發展，並且中國供應商最大的優勢是「值得信任」。他們努力工作，能按時交付，並且態度謙遜。我們與中國工廠的合作，從早期簡單的商品交易，到如今很多中國公司開始在烏茲別克斯坦當地開設公司和工廠，我本人也曾積極協助兩三家中國企業在當地開展業務和建立生產線。中國的供應鏈為我們國家的工業生產提供了很好的升級機會。

整理：香港文匯報記者 盧靜怡、李紫妍、帥誠

張雪現身展台：全球布局進行時

香港文匯報訊（記者 帥誠、盧靜怡、李紫妍 廣州報道）第140屆廣交會期間，張雪機車創始人兼總經理張雪亮相品牌展台，現場與德國等多國客商洽談海外合作及代理經銷事宜，不少粉絲專程到場打卡圍觀，展台人氣爆棚。在先進製造板塊摩托車展區，張雪機車旗下明星賽車820RR-RS成為全場焦點，大批海外採購商慕名駐足，看車、諮詢、合影的人流絡繹不絕。

銷售網點有望遍布全球主流城市

香港文匯報記者了解到，這是張雪機車第二次登陸廣交會。張雪在接受香港文匯報記者採訪時表示，依託WSBK積累的全球知名度，品牌正加速出海布局。據最新消息報道，2026世界超級摩托車錦標賽（WSBK）18日在西班牙站迎來賽季收官日，中國摩托車製造商「張雪機車」車手瓦倫丁·德比斯以該組別年度車手亞軍的成績結束本賽季征程。「張雪機車」獲製造商年度第

三名。

本次參展的核心目標，是放大國際賽事背書優勢、拓寬海外渠道，重點深耕歐美、東南亞、南美三大核心海外市場，推動自研國產中大排量機車走向全球。「在展會有德國採購商來找我洽談，他希望等明年3月我們推出更多車型後一次性採購，這是個利好消息，但我們不能着急，要先做好手頭的產品。」張雪還透露，兩三年後，張雪機車的銷售網點有望遍布全球主流城市。公開信息顯示，今年6月，200餘輛摩托車從重慶啟運，經上海發往波蘭，另有330輛發往西班牙，這也是張雪機車首次實現批量整車出口歐洲。

今年3月WSBK葡萄牙站賽事中，法國車手德比斯駕駛820RR-RS賽車包攬WorldSSP組別兩回合正賽冠軍，創下中國摩托車品牌首次登頂這項國際頂級賽事的紀錄，打破歐美、日系車企長期壟斷的格局。張雪機車外貿部部長黃秦介紹，

車隊奪冠之後，產品銷量較預期增長一倍。「中國250cc及以上大排量摩托車年銷量約90萬台，其中海外市場佔到一半份額，而且近年一直呈現上升趨勢。」黃秦坦言，為拓更多海外市場，張雪機車後續將研發拉力車、電動摩托車等車型。

賽場再添佳績 國產機車獲全球認可

值得一提的是，張雪機車近期在賽場再添佳績：10月11日在埃什托里爾賽道的比賽上，德比斯再度斬獲組別季軍，提前鎖定2026賽季WSBK WorldSSP年度車手亞軍，國產機車的競速實力獲得全球行業認可。業內分析指出，和多數國產車企主打性價比的出海路線不同，張雪機車以頂級賽事成績作為硬核名片，以自研動力技術構築核心壁壘，精準匹配海外採購商對高性能機車的需求，有望成為國產中大排量摩托車「技術出海、品牌出海」的新標杆。



● 張雪機車創始人兼總經理張雪接受採訪。



● 張雪機車展台的820RR-RS機車吸引境外採購商體驗。 中新社