

廣交會明年聖誕新品熱銷 企業盼中美降稅細節落地

「市場需要更確定信號，訂單才能從萬級突破至十萬級」

走進第140屆廣交會節日用品和禮品及贈品展區，濃厚的節慶氣息撲面而來：閃爍着斑斕燈珠的聖誕裝飾、造型奇特吸睛的萬聖節裝扮、色彩繽紛的復活節彩蛋以及各式派對道具、玩偶工藝品等，吸引着各國採購商駐足挑選。每年秋交會都是來年聖誕用品訂單的主要來源，參展企業紛紛帶着海量新品供客戶挑選；有的攜3,000多款全新品陣容迎客，有的早已提前與客戶郵件溝通定製樣品，只待現場看品下單。9月公布的中美300億美元對等降稅框架中，多類節日工藝品產品被列入清單，面對潛在的關稅變動及影響，企業們仍以觀望態度為主，希望看到實質性措施早日落地：「市場需要更確定的信號，我們的訂單量才能從萬級突破至十萬級。」

●文／圖：香港文匯報記者 李紫妍 廣州報道

「今年的貨基本全部交完了，出口額約有1,000萬美元。現階段客戶主要是為明年聖誕節選品，真正明確訂單最晚要到明年三四月份。」深耕聖誕工藝品行業20多年的泉州市鑫裕進藝品有限公司是廣交會多年的參展企業，展區內根據不同節日、色系等擺滿了約3,000多款新品，業務組長蔡萱介紹，每年他們都會針對不同出口市場客戶對人物動物造型、色系搭配的不同偏好，以及當年的流行風尚開發設計新產品。為拓展市場，企業還嘗試開發盲盒類產品，計劃明年推出。

歐美是聖誕用品的主要市場，蔡萱表示雖然企業以歐洲市場為主，但美國市場最高也曾佔比20%，美國關稅的變動對企業業務影響深遠。9月，中美雙方達成300億美元對等降稅安排的消息一出，貿易雙方都在期待更實質的措施早日落地，「我們肯定希望美國市場能做好，如果關稅如約下降，美國客戶的訂單量就可能從一萬件增加到10萬件甚至50萬件。」

針對美國市場 每年開發上千款產品

主營聖誕樹裝飾品的青島格瑞特紡織品進出口有限公司對關稅動態更為關注，公司經理吳斌介紹，美國市場佔企業出口的95%以上，企業年出口額高峰時約2,000萬美元，目前穩定在1,000萬美元左右。目前，關稅相比最高峰時已經回落約20%，但幾年間市場波動對訂單造成的影響仍待恢復，「美國市場的不確定因素較多，很多

客戶仍在等待。」

吳斌表示，由於其所生產的裝飾品單價較高，其他地區市場難以承接，因此企業仍堅持開拓美國市場。面對美國市場每年變化較大的偏好趨勢，公司成立了專門的設計團隊，每年針對性開發上千款產品，近幾年憑借產品創新性仍在持續獲客，並且新客戶的成交量可以達到與老客戶持平。

提前定製打樣 現場看品下單

浙江中傑進出口有限公司專注節日燈飾30多年，每年兩屆廣交會都會帶來大量季節性新品參展，本屆展出的兩三千款產品，就有一半多為新產品。公司經理蘇小姐介紹，市場對聖誕燈飾的需求總體穩定，但企業每年都會在LED材質、配色、造型等方面持續創新。「很多老客戶提前一個月就開始跟我們郵件溝通，定製一些個性化產品，到了廣交會現場看樣之後沒問題就可能下單了。」

蘇小姐表示，公司主要出口歐洲市場，面臨着入市標準頻繁更新、技術要求逐年提高的挑戰，其對環保和包裝的要求也日趨嚴格，為此企業不僅定期迭代產品，重新設計包裝，證書和測試費用也大幅增加，「過去公司一年的證書費、測試費約二三十萬元人民幣，現在光一個客戶就要二三十萬。」蘇小姐坦言，歐洲市場正在整合，小體量企業或逐步被淘汰，留下的是有能力接待大客戶、有品牌和資金優勢的企業。



▲企業展位裏坐滿前來洽談的採購商。

◀廣交會第二期節日氛圍濃厚。

「一帶一路」國家優品匯聚進口展區

香港文匯報訊（記者 李紫妍 廣州報道）廣交會自2007年起設立進口展區，並由此正式更名為「中國進出口商品交易會」，標誌着其從單向出口平台轉向進出口雙向開放平台，不僅把中國商品賣向世界，更與全球分享中國的機遇。第140屆廣交會進口展區共有來自27個國家和地區的213家企業參展，包括來自土耳其、韓國、日本、印度、埃及、泰國、越南、馬來西亞、巴基斯坦共9個國家的展團，集中展示餐廚用具、家居用品、禮品及贈品等。其中，有144家參展企業來自「一帶一路」共建國家，佔比約達68%。

廣交會成東南亞企業出海跳板

在近年中越雙邊貿易額持續增長、中國連續20多年穩居越南第一大貿易夥伴的背景下，越來越多越南企業將目光投向中國，他們不僅與中國進行產業鏈上下游的直接貿易，也借助廣交會等平台進一步開拓海外市場。越南編織用品龍頭企業ARTEX是當地有着20多年經營歷

史的老牌企業，主營越南手工製作編織產品，截至目前已經連續參加七屆廣交會進口展。

其銷售主管Nguyen Minh Khuong介紹，公司在越南本地擁有多家生產工廠，大部分原材料採自本土，部分原材料如玻璃鋼電纜等從中國進口，產品主要出口歐洲、美國及亞洲部分國家，近年來也通過廣交會等全球性展會渠道積極開拓俄羅斯、南美洲等市場。他表示，廣交會能提供大量新客戶資源，並給客戶提供直接比較的機會，溝通效率較高，不少客戶會通過提前郵件溝通，到現場檢查樣品之後決定是否下單。

來自泰國的陶瓷品牌ARTWAY是成立於1993年的老牌陶瓷產品製造商與出口商，主營餐具、烘焙用品和浴室配件等。該公司市場營銷人員Sakdidech Trakanlerk介紹，公司以歐美為主要出口市場，今年已經是第五次參加廣交會進口展，希望以廣交會為窗口尋找除現有歐美客戶之外的全球其他潛在客戶，「這兩天我們已經成功收到了一些訂單。」

綠色建材成外貿新增長點

香港文匯報訊（記者 李紫妍、帥誠 廣州報道）第140屆廣交會第二期出口展參展企業中，專精特新、單項冠軍等優質企業超3,600家。展出237.6萬件產品中，新產品、綠色產品、自主知識產品分別佔比24.2%、26.9%、25.0%。尤其在家居建材類產品中，綠色低碳成為鮮明底色，在全球基建市場低碳變革持續深化的背景下，綠色建材正成為中國外貿出口的新增長點。

3D打印比傳統材料節省70%

在南京嘉翼精密機器製造股份有限公司展位上，一塊3D打印出來的建築牆體引起往來採購商的關注。該公司海外總監王宇介紹，其主營建築3D打印，可建造牆體、橋體、聲屏障以及各類建築，在不損堅固性等各項性能的前提下，與傳統材料相比大約可節省70%的材

料，速度也快許多，建造時間可縮短一半，整體造價可降低15%。

「我們出口設備，也出口技術服務。」王宇說，國內外都有企業經營類似產品，許多只做設備而不做技術服務，但這類項目前期技術含量較高、運用難度較大，需要引導和培訓，才能獲得客戶更深遠的信任。為了更好地在海外市場推廣，他們還做了一套AI系統，從頭到尾連接設計、售前售中、施工管理等全階段，從而具備項目全球複製的能力。

A級防火等性能頗受市場青睞

中材節能（武漢）有限公司重點推出的纖維水泥板，採用防水、防火、防潮和安全環保等特點，成為高耗能瓷磚、大理石等傳統材料的替代材料。公司營銷中心副總經理邵燁介紹，

企業自2023年開展出口以來，出口量逐年翻倍，市場從東南亞、中東轉向澳洲、新西蘭、韓國、日本、歐洲和北美；通過技術創新，產品冷熱循環達到150次，滿足歐洲A類產品最高標準，下一步還將進行北美市場認證工作。邵燁表示，企業出海不僅賣產品也賣設備，已經銷往中東等地區，在尼日利亞建設了自有工廠，並且實現盈利。

貴州西奧輕質節能板板有限公司帶來裝配式輕質節能牆板，已經過21年研發迭代推出到第九代產品。該公司董事長楊景龍介紹，這款產品依託專利技術消納鋤渣、磷石膏等工業固廢，可作為水泥磚、紅磚等傳統材料的替代產品用於各類建築隔牆，已出口拉美、歐洲、非洲、中東和東南亞等市場，其具備的A級防火、保溫隔熱等性能頗受市場青睞。



●每年秋交會是來年聖誕用品訂單的主要來源，參展企業帶海量新品供客戶挑選。圖為採購商挑選產品。

從賣單品到給方案 中國戶外「預製房」海外熱銷

香港文匯報訊（記者 李紫妍、帥誠 廣州報道）在全球精緻露營、戶外度假熱度持續走高的消費趨勢下，廣交會連續第二年設立的「集成房屋」專區持續火爆。憑借創新設計與品質、極快交付速度、便捷安裝流程以及更具競爭力的價格，中國造預製式帳篷房、模塊化營地等「預製房」產品成為海外消費新寵。

「今天開展一小時，我們已經賣出5台樣品模塊房。」山東博仁智能科技有限公司的洽談桌上幾乎沒有空閒，銷售經理殷婉晴剛剛送走一批客戶，轉頭又有人來問詢。

出口額已突破千億美元

她介紹，這些模塊房產品主要用於度假露營、營地酒店、民宿及度假村場景，採用純模塊拼接技術，牆板間僅通過螺絲擰緊連接，實現無焊接組裝，安裝搭建最快只需2天，下單後出貨也僅需30天，極高的交付安裝效率幫助產品遠銷歐洲、非洲、東南亞等地，目前月銷量穩定在50台至60台，今年截至目前出口額已突破千億美元。面對持續增長的海外市場，為降低運輸成本及時效問題，該公司積極布局海外生產基地，東南亞工廠已於去年建成投產，歐洲工廠擬在今年內落實。

戶外櫥櫃料增長最高20%

「全球消費者對戶外活動熱情持續上漲，我們通過每年的海外考察發現，戶外櫥櫃的需求正在上升，尤其受到別墅業主和露營愛好者青睞。」佛山美凌投資集團有限公司副總經理利達君介紹，公司專注不銹鋼產品30餘年，今年順應市場需求主推兩款不銹鋼戶外櫥櫃，一款為標準化產品，主打快速落地，交貨僅需一周；另一款模塊化產品則更為靈活，「好像『拼樂高』一樣，我們提供烤爐、冰箱、洗手盆等約10個功能櫃模塊產品，可以組合到63個不同的配置，可以靈活滿足用戶的個性化需求。」

利達君表示，依託大灣區完整的供應鏈和企業自有工廠，其產品能做到在歐洲高端品牌同等工藝水平下，價格僅為其1/5，加上更快的交付速度，目前在海外市場的銷售情況十分可觀，預計今年戶外櫥櫃品類出口增長將達到10%-20%。廣交會上這套模塊化戶外櫥櫃自8月推出以來，已獲得來自歐洲、美國、中亞等地區的五六個訂單，「海外客戶傾向於初期小批量採購進行市場推廣，後續再跟進大貨。」

智能戶外「涼亭」受青睞

廣東格綠朗節能科技有限公司主營戶外遮陽板產品多年，今年主推一款戶外智能百葉翻板「涼亭」，在傳統遮陽棚中加入智能化模塊，支持自動化開合、App控制及聲控操作，具備環境感知能力，可根據陽光、雨水強度自動閉合，另外搭配玻璃門、百葉窗等模塊化配件，尤其受到偏好戶外生活的國外客戶青睞。

格綠朗董事長方桂平介紹，公司扎根灣區數十年，從為海外大品牌代工做起，逐步建立起自有品牌，始終強調通過創新打造智能化產品增強競爭力，避免落入低價競爭。企業還積極發揮灣區協同優勢，扎



●採購商正在了解集成房屋產品。

美擬擴大對華投資限制範圍 商務部：保留採取相應措施權利

香港文匯報訊 據商務部網站消息，10月23日，美財政部發布新版對外投資限制擬議規則，徵求公眾評論意見。中國商務部發言人24日答記者問時表示，中方注意到有關情況。該擬議規則歧視性擴大對華投資限制範圍，加大限制力度，是典型的泛化國家安全做法，違背兩國元首達成的重要共識，干擾中美兩國企業正常經貿合作，破壞國際經貿秩序。中方對此表示嚴重關切、堅決反對，將密切關注事態後續發展，保留採取相應措施的權利。

發言人強調，中國擁有超大規模市場，蘊含巨大消費和投資潛力，投資中國就是投資未來。美方限制對華投資，既不利於中美經貿合作，也會損害美國企業自身利益。中方敦促美方尊重市場經濟規律，停止泛化國家安全概念，停止將經貿問題政治化、武器化，為中美經貿合作創造良好環境。