

# 用好灣區優勢 深圳研發 中山製造 香港銷售 港商鎖定中東 廣交會熱賣消暑產品



第133屆廣交會正在廣州如火如荼地舉行中。本屆是三年疫情後首屆恢復線下展覽，萬商雲集的展會現場，來自香港的參展企業也在忙着「搶」全球訂單。年初，香港特區行政長官李家超率團訪問沙特阿拉伯和阿聯酋，推廣香港優勢，開拓機遇。作為「一帶一路」沿線重要市場，中東地區歷來是廣交會客商主要來源地之一。

大公報記者在廣交會採訪發現，參展的港資企業亦在努力開拓中東市場，部分企業已經親身到中東考察。針對中東炎熱氣候開發適銷對路的产品、保持設備研發投入，成為港企搶訂單的招數。有港商表示，依託灣區優勢，公司在深圳設廠，聘請技術人員保持研發，在中山設立裝配、注塑工廠，香港則做銷售和財務，結合三地資源研發新產品。

大公報記者 盧靜怡廣州報道

在廣交會家電展區內，香港品牌Sunca空調機和電風扇送風不斷，引得不少來自炎熱地區的中東海外採購商駐足觀看產品，仔細問詢情況。「這屆廣交會真的超多客戶來詢問，忙不過來！」上述品牌所屬企業、港企新發集團有限公司高級市場經理謝怡斌表示，「中東出口業務佔目前訂單的1、2成。隨着國際形勢的變化，中東與香港經貿關係越來越密切，市場潛力很大，我們今年會繼續加強開發中東市場。」

## 創新突圍 研發佔每年3成支出

疫情三年磨一劍，謝怡斌表示，今年廣交會帶來了不少新品，其中一款便是可移動便攜露營冰箱。「冰箱可調至負18度，可以放雪糕或用來燒烤的凍肉，在現場很受歡迎。」他表示，每年約有3成支出用於設備升級和研發投入。「我們是硬件生產企業，對模具要求特別高，所以特別在深圳設有模具廠，聘請技術人員保持研發；在中山設立裝配、注塑工廠。香港則做銷售和財務，結合三地優勢進行研發。」他表示，目前公司員工共有500人左右，比起高峰已經縮小至六分之一，全靠機器換人提升效率。「我們會盡量減少人手操作，數字化轉型方面也引入了手機遙控操作廠房機器的功能。」

「我們之前已經提到到沙特阿拉伯等中東市場走訪過，希望開拓市場，但缺少當地人脈，所以目前起色平平。」香港鈞曜有限公司負責人王坤賢告訴大公報，今年看到香港和內地政府與中東經貿關係更加緊密，他認為會為香港出口商帶來機遇。「在廣交會上已經結識了不少中東採購商，後續會保持密切聯繫。」

## 注重「地推」海外調研開發新品

「這屆廣交會人氣好旺。」香港亞非集團有限公司總經理Sophy開心地告訴記者，參展兩日已經接到不少新客戶的訂單需求。亞非集團主要生產燈飾，Sophy說已經將公司最新的熱門燈飾全帶到廣交會現場。「我們每年銷售額在3000萬人民幣左右，以歐美和中東、非洲市場為主。」Sophy告訴記者，公司在中東市場開拓上，特別注重「地推」模式，即派員工到當地市場收集客戶的信息、市場的信息，再回國定向做市場和產品開發。「比如我們會針對摩洛哥客戶的消費喜好去開發新產品，也會派銷售人員到當地參展和拜訪客戶，不斷改進款式。」

在複雜多變的國際形勢下，不少港企都在謀求轉變。香港恒太科技發展有限公司銷售負責人李勝昌表示，公司目前訂單額在2-3000萬人民幣左右，產品主要銷往歐洲市場。「俄烏衝突對我們影響特別明顯，來自烏克蘭和俄羅斯的訂單都減少一半以上了。」他表示，公司正積極開發新產品和新市場，讓產品品類更加豐富。「過去我們只銷售泳池燈飾，現在我們連燈光控制系統都已經自己開發完成，下一步我們還想圍繞泳池周邊的一系列產品進行開發，比如開發加熱泵等，提升技術含量。」



▲前來洽談的海外採購商與參展商在廣交會上交流。  
大公報記者盧靜怡攝



▲在第133屆廣交會現場，兩名海外採購商向參展商了解產品。  
大公報記者盧靜怡攝

## 港商心聲 開拓中東地區市場

港資企業新發集團有限公司  
高級市場經理 謝怡斌：

我們在每一屆廣交會可以拉到公司一年7成左右的生意，很期待這屆廣交會的訂單額能恢復至疫情前的狀態。疫情三年都是靠老客戶訂單維繫至今，這屆廣交會會努力拓展包括中東等地區的新客戶。我們一直保持投入3成資金到設備升級和研發投入上，保證生產效率和產品功能有所提升。



## 調研新市場新客戶

香港亞非集團有限公司  
總經理 Sophy：

這次到廣交會參展，希望可以和多更多不同的新客戶接觸。我們生產的是水晶燈家裝燈飾，在產品設計研發方面會深入不同市場，了解客戶需求去針對性投放產品，在展出的同時也會調研客戶的需求。中東市場目前是我們其中一個重點開發的領域。



## 開發周邊系列產品

香港恒太科技發展有限公司  
銷售負責人 李勝昌：

我們目前的訂單額在2-3000萬人民幣左右，產品主要銷往歐洲市場。我們目前主要開發新產品和新市場，讓產品品類更加豐富。過去我們只銷售泳池燈飾，現在我們連燈光控制系統都已經自己開發完成，下一步我們還想圍繞周邊系列產品進行開發。



文、圖：  
大公報記者盧靜怡

## 「爺爺希望我能參加到第200屆展會」

4月15日，史上規模最大的中國進出口商品交易會（廣交會）開幕。香港中華出入口商會副秘書長李志峰近年從「老廣交」爺爺手中接棒，迎來了第133屆廣交會。

李志峰的爺爺李歡是曾把逾百種國產糧油、罐頭遠銷全球的「國產糧油罐頭大王」。由1957年首屆廣交會開始，爺爺李歡每一屆都參加，與廣交會結下了「半生緣」。李志峰正式與廣交會結緣在2004年，「比我想像中要現代化一些，比較有規模，直至在完全移到琶洲展館之後，廣交會又迎來一個升級轉型。」七八年前，香港多個商會的青年人組團參加廣交會，廣交會上前所未見的展品給了李志峰很大的衝擊。「這20年的變化說明了一切，從一個批發市場，我們去找訂單，然後到我們能在廣交會找到有機會合作開發的產品，再到後來，廣交會完全成為製造業的風向標，彎道超車。」

「我爺爺在那個年代，有一番熱情，哪怕不賺錢，也要把東西推出去。」李志峰說，香港應該繼續把內地好產品引到香港來，讓外商更了解內地的產品，也要用好內地的產業鏈、供應鏈發展內地市場。瞄準魚子醬的李志峰，正在開拓港澳市場，他傾向於找一些採用外國高級食材、並進行國產化生產的產品。作為「老廣交」的傳承人，李志峰十分期待今年廣交會有更多的突破和驚喜。他說，「爺爺希望我能參加到第200屆展會。」

中通社

## 「一帶一路」展商：攜新品牌拓中國市場

### 開拓合作

廣交會現場的「洋面孔」中，除了來自全球各地的採購商，還有來自境外的參展商。本屆廣交會進一步擴大了進口展規模，首次在三個展期均設進口展，達到3萬平方米，較疫情前增長50%。來自40個國家和地區的508家企業，在12個專業展區參展。其中，「一帶一路」沿線國家和地區的參展企業佔73%。來自土耳其的家電企業ASIL SINKS公司負責人Erdinc Kucuk直言，他們是廣交會的「老朋友」了。

「這兩天參展感受到客流量非常大。我們參加過4年廣交會，此次帶來了公司的最新產品參展。希望可以將本土產品銷往海外更多市

場，也希望與中國企業達成合作。」Erdinc Kucuk表示，中國市場龐大，消費力強，希望通過新技術和新設計讓更多消費者認識公司品牌。

來自埃及的家電公司Fresh亦是廣交會的「常客」。Fresh家電公司的海外出口總監Khaled Ramzy告訴記者，公司早在2007年便開始參加，廣交會是他們與全球客戶見面的重要場所。

Khaled Ramzy表示，疫情後首次全面恢復線下辦展，公司25名員工特意帶來新產品到廣州參展。「很期待在本屆廣交會結識更多新客戶，達成合作。」Khaled Ramzy笑言。

大公報記者盧靜怡



▲海外採購商來到廣交會現場選購新商品。  
大公報記者盧靜怡攝

## 「東南亞—廣州南沙港」水果冷鏈快線 4天抵灣區

### 高效運輸

近日，近6000噸進口新鮮榴槤、山竹和椰青等熱帶水果抵達南沙港，從泰國林查班港運至南沙港僅需4天。國外果園到灣區市場高效的一站式冷鏈運輸，讓灣區市民能與產地居民同時享用最當季的鮮果，實現「榴槤自由」。據悉，今年預計將有超過8000自然箱的榴槤通過南沙港進入中國市場。

作為今年首艘大批量搭載進口榴槤的外貿班輪，中遠海運「新南沙」輪掀開2023年榴槤進口的帷幕。中遠海運相關負責人表示，該航線配備業內領先的物聯網智能冷箱箱隊、全時在線的智能冷箱服務平台，實現「全程可視可控」、冷鏈自主管理，亦為

泰國榴槤「直航」南沙港護航。

南沙海關透露，為水果等生鮮貨物提供「兩步申報」、「船邊直提」等貿易便利化措施，並在船舶聯檢、查驗放行等環節保障高速通關，讓水果「鮮上加快」。進口鮮果在南沙港卸船後僅需2個小時即可抵達江南市場，並配送到大灣區、廣東省內外的各大商超和水果市場。

廣州港集團有關負責人表示，「南沙港為冷鏈貨物配套投資建設的『南沙國際冷鏈』項目配備162個查驗卡口，讓南沙港冷鏈進口貨類查驗能力提升了4倍，同時與南沙港區碼頭一體化操作，貨物『足不出港區』即可完成一站式查、儲、分撥。」

大公報記者方俊明



▲今年首艘大批量搭載進口榴槤的外貿班輪抵南沙港。