



增强韧性开拓空间 广交会参展商出口内销“两条腿走路”

◎记者 周亮

4月17日,上海证券报记者在第137届广交会现场看到,不少参展商的展位挂上了“可内销”标志,众多国内采购商在积极进行行业交流和贸易洽谈。当前,“出口转内销”对外贸企业增强韧性、提升整体实力具有长远意义。

据统计,2024年我国有出口实绩的数十万家企业中,接近85%的企业同时开展内销业务,“内外兼修”已成为大趋势。

寻求新发展空间

“在全球经济形势复杂多变的当下,美国‘对等关税’政策使外贸企业面临一些不确定性。未来,‘出口转内销’将成为寻求新发展空间的重要途径,我们将更注重深化供应链协同,赋能品牌生态发展。”广东省丝绸纺织集团有限公司董事长、总经理李晓莹表示。

李晓莹表示,丝绸集团深度拥抱人工智能,聚焦“珠三角产业集群攻坚+数智化服务生态构建”,率先启动“AI+采购”等智能系统,以“丝贸天下”一站式服务平台为抓手,打造“互联网+外贸+金融”模式。

作为以交互显示、人工智能为核心的高科技企业,视源股份携六大场景解决方案及希沃亲子屏等新品亮相。视源股份副总裁黄健说:“我们希望巩固现有业务优势,继续开拓国内市场。我们会找出更多新场景来支持国内市场发展,不断投入研发,做好产业链上下游的协同。”

中山市力科电器有限公司自2003年开始生产燃气热水器和燃气锅炉产品,2016年、2017年连续实现中国燃气热水器海关出口第一。公司总经理陈明君表示,20多年来,公司专注于海外销售,目前外贸业务占比接近90%,近年来,公司开始将重心逐步转向国内市场。“我们希望通过持续研发,实现向自有品牌和高端市场的转型升级”。

“两条腿走路”

浙江普莱得电器股份有限公司是电动工具制造行业的佼佼者,其热风枪产品的技术水平和市场占有率在全球均处于领先地位。公司销售总监朱超颖表示,受美国“对等关税”政策影响,公司暂未新增对美订单,因此希望借助广交会平台拓展业务范围。

开展首日,普莱得电器接待了来自伊朗、俄罗斯、美国、韩国及东南亚等国家和地区的30余位新采购商。朱超颖称,公司还主动布局国内电商平台,在多个线上平台开设了品牌旗舰店。

浙江铂动工贸有限公司同样在积极推动市场多元化。公司总经理颜胜元表示,面对挑战,公司正在规划开拓欧洲、东南亚、中东等市场。同时,铂动工贸亦在布局国内细分市场。例如,公司针对年轻消费群体推出越野系列产品,去年已在全国各地布局了100多个新经销点,并计划逐步提高内销占比,实现内外贸“两条腿走路”。

打破传统高空清洁作业困局,凌度智能正以自主创新科技与过硬品质,让“中国智造”在高空清洁领域绽放光彩。“智能清洗服务需求旺盛,发展前景广阔。”凌度智能总经理黄俊生介绍,公司已在本届广交会上与多家境外采购商达成合作意向。同时,公司也在加大国内市场的销售力度。

对此,经济学者、工业和信息化部信息通信经济专家委员会委员盘和林表示,广交会参展企业审时度势,积极推动“出口转内销”,有三方面影响:对企业来说,“出口转内销”有助于拓展市场空间,提升品牌影响力,增强内生发展动力;对国内市场来说,此举丰富了供给,打开了外贸出口商品新的销售渠道;还能够助力稳定宏观经济。



广交会展区人头涌动

消博会“上新”不断 串起首发经济生态链

◎记者 黎灵希 曾庆怡

第五届中国国际消费产品博览会(下称“消博会”)围绕消费主题举办了一系列活动。其中,在全球新品发布会上,来自中国、英国、瑞士、法国、新加坡等国家的40个品牌,集中发布及展示了近百件系列产品和最新单品。

从“首发”“首秀”到“首店”,消博会已成为串联首发经济生态链的纽带。越来越多海外品牌将消博会作为起点,逐步扩展、深耕中国市场,与开放的中国“双向奔赴”。

现场氛围“新”意十足

从融合环保理念的陶瓷保温杯、搭配多模态AI大模型等技术的AR眼镜,到高端汽车、经典钟表、光学产品……在消博会现场,上海证券报记者看到,一批消费品企业将创新成果转化为满足千家万户美好生活需要的消费品。

“环保理念愈发受到消费者关注,不少年轻白领习惯自带咖啡杯,我们也开发了保温杯系列。”英国生活方式品牌Wedgwood(威基伍德)发布了品牌首款保温杯系列新品。该品牌的公关负责人董伊舟表示,威基伍德进入中国市场10年来,不断发掘消费机遇、解决消费痛点,未来将持续精进产品,满足更多中国消费者的需求。

瑞士展团的4个品牌进行了新品首发,涉及护肤品、钟表、净饮机等类别。在瑞士贸易与投资署中国和大洋洲及国际化高级顾问丹尼尔·邦特看来,中国是世界上最大的消费品市场之一,为企业提供了大量机会。海南自由贸易港则为瑞士企业进入中国市场开辟了更便捷的渠道。

新加坡的高端按摩椅品牌OSIM(傲胜)每届消博会必到。今年,傲胜在消博会全球首发“uDiva SOFA 沙发天后”新颜色。傲胜(中国)品牌副总监杨春丽表示,公司一方面通过“首发首秀”展示研发成果;另一方面通过在展会现场展位与观众的互动,获取第一手消费需求与使用体验反馈,为品牌本土化布局提供参考。

中国科技企业通过首发新品展现了新兴技术对消费生活的赋能。杭州灵伴科技有限公司发布了可实现AI转译、AI实时导航的“AI+AR一体式眼镜”Rokid Glasses。“希望每年都能给消费者带来全新体验。”公司高级副总裁苴群说。

借力消博探寻商机

不少海外品牌、企业将消博会“首发”“首秀”的平台,作为其进入中国市场的起点。

被中国美妆品牌集团USHOPAL全资收购的法国美妆护理品牌PAYOT(柏姿)今年首次参加消博会,并以“时光芭蕾”为主题,参加新品发布会。

柏姿中国区总经理张琛熹表示,今年公司将通过免税店、电商平台旗舰店等渠道销售产品,并开设5到8家线下体验中心。

英国展团携化妆品品牌Bloom and Blossom(本安贝)、生物科技公司BHM(伯明翰生物)等在消博会现场首发了系列新品。在英国驻华大使吴若兰看来,消博会是一个非常的平台,为更多英国中小企业提供了好机会。

伯明翰生物展出了包括鼻腔喷雾剂在内的多项无药预防性健康技术,宣告公司正式进军中国市场。公司创始人兼首席执行官迈克·史密斯表示,中国消费者对无药物、科学验证的健康解决方案有较强需

求,这与公司的产品创新理念高度契合,“消博会为公司探索中国市场、建立本土合作关系提供了重要平台”。

深挖首发经济潜力

消博会期间,一批国内外企业已将视线从“消博会展台”投向更大的消费市场。

4月15日,箱包品牌Eurcase旗下多款新品亮相消博会。“我们这次特意带来了未上市产品。”该品牌运营总监瞿明透露,Eurcase计划今年底或明年在海口开设首店。

消博会首日,全聚德集团携手王府井集团宣布,全聚德海南首家直营门店将进驻位于海口的王府井海垦广场。“去年我还是作为观众参观消博会,今年参与其中,心情很不一样。”中国全聚德(集团)股份有限公司董事、总经理周延龙表示,海南充满活力和魅力,自贸港优惠政策的逐步落地,让更多企业从中看到广阔商机。

同日,华熙生物带来的润百颜品牌产品仅1小时便售罄。“从参与首届消博会开始,我们就坚信中国的消费品会越来越好。”华熙生物再生医学研发中心总经理丁可介绍,今年公司在消博会首发3款新品。

除了在消博会“首发”“首秀”,华熙生物还在海南投资建设了华熙生物(海南)科技产业园。“这个产业园肩负着华熙生物国际化的使命,落地了省级重点实验室,目前已实现从研发端到产业端的商业化转化。”丁可说。

以“首发”“首秀”“首展”为抓手,越来越多企业和品牌在产品创新、市场拓展、产业布局等维度深耕细作,为消费市场注入新动能。

从技术叠加到场景深耕 春招市场掀起“AI热”

◎廖泓清 记者 王凯丰

眼下正值2025年春招。近日,上海证券报记者走访“百万英才汇南粤”上海站、浙江-上海高层次人才洽谈会等多场招聘会现场发现,与往年相比,今年春招人工智能领域岗位大幅增长,特别是AI、算法、人形机器人等方面人才需求旺盛。

“就业市场‘AI热’,既反映了未来就业的新趋势,也展现出产业升级的新动向。”业内人士认为,企业招聘AI人才的背后,AI赋能千行百业正从初期的“技术叠加”走向“场景深耕”,对不同层次和领域人才的细分需求将进一步助推产业发展“迭代升级”。

企业“求贤若渴” AI岗位供需两旺

4月14日,在“百万英才汇南粤”上海站招聘会现场,“算法工程师”“AI数据标注员”等岗位招聘区域人头攒动。在具身智能机器人企业——智平方(深圳)科技有限公司的展位旁,求职者排起了长队。

“从软件层面的人工智能算法、多模态大模型,到硬件层面的机械、机电、设计等都有招聘需求,招聘人数较去年同期增长超50%。”智平方创始人、CEO郭彦东介绍。

AI相关岗位成为本次招聘会的“顶流”。据介绍,在现场超3万个招聘岗位中,机器人、AI算法、AI智能体等技术研发岗位占比最高。华为、腾讯、比亚迪等700余家用人单位对AI人才“求贤若渴”。

记者在现场看到,从事人力资源管理的深圳今日人才信息科技有限公司将招聘AI岗位需求黑字加粗写在展台的醒目位置,吸引了众多应聘者的目光。“招聘硕士研究生且不限经验,主要负责数智员工产品定义,构建数智员工提示词、工具和数据等方面的差异化解决方案。”公司招聘经理白立介绍。

不少在校生也专程前来寻找实习机会。华东理工大学智能制造工程专业大二学生叶志颖表示,正在寻找算法控制类的实习岗位,希望通过实习提升自身能力,以适应人工智能行业的未来发展需求。

“我们急需自动化、物理、生物医学等专业同人工智能专业结合的复合学科应用型硕博人才。”宁波数字孪生研究院招聘负责人邵媛介绍,自2023年该院成立成立以来一直在持续招聘,现在已有100多名员工,整体发展速度较快。

智联招聘数据显示,2025年春招首周,人工智能行业求职人数同比增长33.4%,位居各行业第一,人工智能工程师以69.6%的求职增速位居职业榜首。人工智能领域也成为跳槽转型“新向往”,57.2%的职场人考虑从事AI类职业,呈现供给与需求的“双向奔赴”。

催生行业新需求 开辟就业新空间

当前,人工智能已成为引领科技变革与产业升级的关键技术。在AI浪潮席卷下,众多传统行业催生了变革新需求,开辟出就业新空间。

比亚迪招聘总监许允龙表示,随着汽车产业向智能化转型,行业人才需求已从传统的机械工程、车辆工程等领域,拓展至软件开发和计算机科学等新兴方向,具有人工智能技术和跨学科背景的人才很受欢迎。

“电动化是上半场,智能化是下半场。顺应智能汽车发展,我们增加了算法岗位的需求。”许允龙表示,比亚迪期待机械、人工智能等相关领域的复合型人才加入。

不久前在上海举办的浙江-上海高层次人才洽谈会上,近半数招聘岗位集中在信息技术、人工智能及相关交叉领域。多家受访企业表示,项目实践成果与跨领域适应能力是企业较为重视的方面,应用复合型人才优势较大。

“越来越多的行业企业倾向于招聘具备生物学与人工智能交叉背景的人才。”上海理工大学生物医学博士邵君琳表示,接下来准备学习算法等相关知识技能,以提升自身竞争力。

在互联网大厂对AI人才的需求更为紧迫,纷纷打响“人才储备战”。

阿里国际招聘官网显示,2026届校招中80%为AI岗位,包括AI算法、研发、AI产品经理等;字节跳动在招的1万个岗位中,有超过2300个与AI直接相关;百度社会招聘岗位1357个,近四分之一岗位为人工智能类。

4月17日,腾讯宣布启动史上最大就业计划,3年内将新增2.8万个实习岗位并加大转化录用,其中2025年将迎来1万名校招实习生,六成面向技术人才开放。同时,在大模型加速落地的背景下,腾讯还加大了人工智能、大数据、云计算等技术类岗位的招聘力度,技术类岗位“扩招”力度空前,占比超60%。

“在AI深度赋能下,无论是蓬勃发展的新兴产业还是加速转型的传统产业,都是就业提质扩容的重要引擎。”专家建议,进一步增强产业发展与就业协同,优化人才培养结构,完善产业发展和就业促进支持政策,持续培育开发新职业、新岗位。

慕尼黑上海电子展见闻:企业在“耐力赛”中寻找破局之道



慕尼黑上海电子展现场

◎林玉莲 丁鹏 朱亚婷

美国“对等关税”政策对电子行业影响几何?近日,上海证券报记者实探了2025慕尼黑上海电子展。关于“对等关税”政策,不少参展商均表示,目前尚未感受到明显冲击。也有业内人士表示,半导体芯片产业将迎来更多国产替代市场份额。

关税冲击相对可控

2025慕尼黑上海电子展现场熙熙攘攘,展

商与观众热烈洽谈。作为亚洲电子产业风向标,本届展会汇聚1800家国内外知名品牌,构建起涵盖半导体、被动元件、连接器及测试设备等全链条的展示平台。

记者在采访中了解到,面对“对等关税”冲击,展会厂商并未完全处于观望状态。部分企业提前囤货,也有企业担忧库存积压,还有企业开始调整海外布局策略。

“我们没有美国客户,欧洲客户则不受关税政策影响。”广东微容电子科技有限公司工作人员表示,公司作为人工智能、汽车电子等领域MLCC解决方案供应商,主要面向国内市场,海外市场份额相对较小,原材料也都是在国内生产的。

成本上升被视为“对等关税”的潜在影响之一。“原产地为美国的产品或使用部分美国原材料生产的产品,成本或将上升。这也给公司带来了更多市场拓展空间,我们做好了迎接挑战的准备。”伍尔特(天津)电子有限公司工作人员表示。

海外业务占比较大的企业正考虑调整战略规划。安徽铜峰世贸进出口有限公司业务经理介绍,公司海外业务占比较大。

其中,家电电容主攻北美市场,目前面临一些挑战。为应对“对等关税”可能对经营业绩产生的影响,公司已在泰国投资建厂。

不过,也有企业可能放弃东南亚建厂计划。“东南亚建厂原计划为辐射印度及欧洲市场,但若美国对全球加税,转移成本优势将被抵消,可能会延缓公司设厂计划。”广东风华高科工作人员在展会上对记者表示,短期内关税直接影响有限,但产业链转移压力仍在。

国产替代将提速

在记者与展商的交流中,“国产替代”被频繁提及。

“我们的客户遍布全球,但据我们调研,面向内销市场的客户若受到影响,可能也不得不选择国产替代。”一站式电子元器件智慧分销商希玛科技工作人员说。

“供应链上的客户正加大国产替代力度。”风华高科工作人员说。目前,公司倾向于通过技术升级提升竞争力,而非单纯

依赖海外设厂。据悉,风华高科正抓住趋势,加速布局重点领域,2024年研发投入金额同比增长24.50%。

嘉华富昌信息科技有限公司销售经理周笑笑近期频繁外出建联,加大客户拓展力度。她说,若关税远超承受范围,选择国产替代更具性价比,“国产替代将不再是‘备选方案’,而是必然选择”。她的一位变压器客户,早在几年前就开始推进国产替代,其产品国产化率已达80%。

北京远大创新科技有限公司专注于电子元器件供应链服务领域。公司展位前的工作人员介绍,目前“对等关税”致使芯片价格上涨,国产化转型迫在眉睫。公司代理客户中90%以上是国内芯片头部企业,预计对公司业绩是利好。

电子行业面对变局并未一味等待,中国企业的韧性智慧正穿透迷雾。危中之机同样清晰——无论是国产替代的技术攻坚,还是全球布局的灵活调整,企业正以更成熟的姿态,在这场“耐力赛”中积极寻找破局之道。