

浪潮的AI技术、华太新能源的电池、橙色云的吹风机 广交会里的三个鲁企故事

□ 本报记者 孙源泽

珠江潮涌，万商云集。10月15日，第138届中国进出口商品交易会（广交会）在广州开幕。本届广交会展位总数7.46万个，参展企业超3.2万家，均创历史新高。作为中国外贸的“晴雨表”与“风向标”，新一届广交会呈现中国外贸哪些特点？记者在会场寻找答案——

从卖产品到卖方案 是中国贸易的深刻转型

本届广交会上，浪潮智能终端展示了LED模组、商用清洁机器人、自助终端设备等众多产品，受到现场客商关注。
“开展首日，我们接待200组采购商，主要来自巴西、智利、沙特、阿联酋、哈萨克斯坦、墨西哥、塞尔维亚、葡萄牙等国家和地区，当天意向订单超1000万人民币。”浪潮智能终端总经理董磊介绍，现场接待客商时发现，国外客户的需求正在发生变化。
“很多客商来找我们时已不再只关注产品和价格，对服务的需求也越来越多，尤其是硬件、软件以及AI大模型的一整套解决方案，以及方案能解决什么实际问题。”董磊表示，浪潮依托自身AI大模型技术，提供更加适应场景化的产品方案。比如，浪潮在新能源板块的“光储充一体化解决方案”，包含光伏组件、逆变器、储能、充电桩等产品与系统，可以根据不同储能产品容量，灵活适配工商业、家庭绿色用电等不同需求，实现削峰填谷、应急备电、光伏增效。

从卖产品到卖方案，背后折射的不光是国际客户需求之变，更是中国贸易的深刻转型。
货物贸易出现疲软的背景下，服务贸易已成推动全球贸易发展的重要动力。商务部副部长盛秋平此前介绍，2012年以来我国服务贸易进出口年均增速6.7%，是货物贸易年均增速的1.7倍。2024年，我国服务贸易总额首次突破万亿美元，居全球第二。中国社会科学院研究员郑世林认为，货物贸易发展到一定阶段，服务贸易的需求会自然涌现，这表明中国企业正向“微笑曲线”的两端延伸。

更加注重低碳环保 中国产品加速绿色化转型

随着“双碳”任务目标推进，我国大力推动绿色低碳转型，国内外企业顺应贸易绿色化趋势，将绿色低碳理念转化为优质产品，中国整体贸易加快向绿色贸易转型。
2024年，在绿色能源领域，我国风力发电机组出口同比增长71.9%；光伏产品连续4年出口超过2000亿元；锂电池出口39.1亿个，创历史新高。在绿色交通领域，我国铁路电力机车出口量连续5年保持增加；电动摩托车和自行车热销海外市场，出口值首次突破400亿元。
本届广交会上，中国出口商品绿色化转型趋势明显。商务部对外贸易司司长王志华介绍，据展前调研，本届参展企业中，生产过程中采用绿色生产技术的占38.4%。各类企业在现场展示绿色低碳产品108.3万件，展会新能源展区共吸引新能源参展企业305家，较上一届增加3%。

作为省内重点新能源企业，山东华太新能源电池有限公司在本届广交会上展示了自己最新推出的可充电日用锂电池产品，产品为日常可见的5号电池形态，但是可通过usb接口实现不少于2500次充电循环。
公司高级销售经理丁旭介绍，为适应国际市场对绿色低碳的要求，公司加大大容量、绿色化产品研发，目前出口结构中，碱性和锂电等更环保型电池占出口比重超一半以上。
“绿色化转型不只是市场的要求，也是企业发展转型升级的要求。”诸城市新大新食品工业装备有限公司是一家专注于食品加工装备制造的企业，年出口额超一个亿。公司总经理梁文超表示，随着经济的发展与制造业水平的提高，在中国特别是在山东这样的制造业大省，同类型企业越来越多，不少企业不可避免会陷入低价竞争的“内卷”中。要避免低价竞争恶性循环，制造业企业必须加强自主创新，将产品能耗、材料往更加绿色、环保的方向发展，打入更高端市场，维持自己的核心竞争力。

从AI家居到机器人 智能化成中国出口新亮点

在广交会现场不难发现，“智能化”技术与产品正日渐成为中国外贸关键竞争力和新亮点。本届广交会设置175个产品专区，其中智慧类专区18个，现场展示智能产品35万多件。值得一提的是，本届首设智慧医疗专区，展示医疗机器人、智能监测诊断、智能手术辅助器械等创新成果。
橙色云互联网设计有限公司是从事工业产品设计与研发的省内重点工业互联网企业，开幕当天上午，橙色云即与一家韩国客商签约一万台吹风机意向订单，这是广交会山东交易团近年在广交会为数不多的吹风机大订单。
橙色云总经理刘中原说，韩国客户下单的吹风机集成工业级等离子护发技术和AI智能温控，用户可自行设定使用恒温、儿童、长发、短发、宠物及AI等模式。AI模式时，吹风机自动感知和头发的距离，不论远近，风吹到头发的温度始终锁定55度。

“正是我们独特的设计和AI技术，打动了这位韩国客户。”刘中原介绍，凭借110余项国际认证和参与制定3项国家标准的实力，橙色云的产品海外累计销量已突破1000万台，远销全球50多个国家和地区。
记者在服务机器人专区看到，现场46家企业参展，产品涉及清洁、陪伴、巡检以及外骨骼等多个品类。例如，千巡科技（深圳）有限公司开发的巡检机器人，可以在碎石地形、接近45度的坡地上“如履平地”。视源股份推出的MAXHUB C3商用清洁机器人，能在面积1万平方米的大型场景中实现自主巡航避障，自动作业续航维持4到6小时，吸引不少海外采购商。
浪潮的AI技术、华太新能源的电池、橙色云的吹风机，这些产品看似不相关，却共同讲述着一个“中国制造转型升级”的故事。从卖产品到卖解决方案，从高能耗到绿色低碳，从传统制造到智能制造，中国外贸正在经历一场深刻的变革。

（本报广州10月16日电）



第七届中国天津 国际直升机博览会开幕

□ 新华社发

10月16日，在第七届中国天津国际直升机博览会开幕式上，陆军“风雷”飞行表演队进行飞行表演。
第七届中国天津国际直升机博览会16日在天津空港经济区开幕。本届直博会新增低空经济展示区域，多款军民直升机、电动垂直起降飞行器（eVTOL）共计52架，主要包括陆军直-10、直-19、直-20、直-20T、直-8L和KV001、KV002无人机，航空工业AC312E、AC311A和莱昂纳多AW139、空客H135等机型。
《民用直升机中国市场调研报告（2025-2034）》预计，到2029年，中国民用直升机机队规模将突破1700架，飞行量将超过30万小时，未来10年中国民用直升机飞行时间将总体呈增长趋势。

三季度1.78亿人次出入境 免签入境外国人同比增48.3%

据新华社北京10月16日电（记者 任沁沁）国家移民管理局16日发布2025年三季度移民管理主要数据。三季度，全国移民管理机构累计查验出入境人员1.78亿人次，同比上升12.9%。内地居民8937.2万人次，港澳台居民6873.1万人次，同比分别上升13.8%、6.2%；外国人2013.4万人次，同比上升22.3%。其中免签入境外国人724.6万人次，占入境外国人72.2%，同比上升48.3%。
累计查验出入境交通运输工具990.4万架（列、艘、辆）次，同比上升17.5%。其中飞机26万架次、列车2.7万列次、船舶11.4万艘次、机动车950.3万辆次，同比分别上升10.2%、4.6%、2.9%、18%。共签发普通护照569.5万本、内地（大陆）居民往来港澳台证件签发2811.7万张（件）次，签发港澳台居民来往内地（大陆）通行证58.3万张；签发外国人签证证件58.4万证次。
移民局政务服务平台为中外出入境人员提供查询等政务服务5421万人次，为港澳台居民、海外华侨和外国人免费提供身份核验服务1927万人次；国家移民管理机构12367服务平台受理中外人员咨询等197.67万人次，涉及全球100多个国家和地区，平均满意率达99.48%。

“一盘鸡”带来一场县域经济升级实践

枣庄辣子鸡产业“进阶记”

□ 周敏

金秋十月，2025枣庄第九届辣子鸡美食文化节在枣庄市市中区（以下简称“市中区”）火热开启。活动现场，百人炒鸡的铁锅阵蒸腾着香气，网红主播的镜头前，真空包装的辣子鸡礼盒订单实时滚动，而不远处的辣子鸡产业园里，全自动化生产线正将当天新鲜烹制的产品发往全国……
在体验游正火的当下，柳州螺蛳粉、淄博烧烤等地方特色IP相继验证“一口美食带火一座城”的逻辑。而枣庄辣子鸡的突围之路，既延续了这一趋势，又走出了一条全产业链深耕的差异化路径。
从“没有一只鸡能活着飞出枣庄”的坊间笑谈，到如今全产业链产值突破50亿元、带动超万户农户增收的特色支柱产业，市中区用5年时间，完成了一场以“辣子鸡”为切口的县域经济升级实践。

枣庄辣子鸡的十年沉淀

枣庄辣子鸡的产业化征程，始于一盘传承百年的家常菜。枣庄辣子鸡鲜香爽辣、色艳味美，不仅是枣庄人民日常餐桌上的佳肴，更以独特风味吸引着八方食客。
2016年，枣庄被中国烹饪协会授予“中国辣子鸡之乡”，这道美食还停留在“家家户户会做、大小餐馆有售”的散养状态——餐馆多为夫妻店，食材标准模糊，口味参差不齐，年产值不足10亿元。
转折点出现在2021年。这一年，枣庄辣子鸡烹饪技艺入选第五批省级非物质文化遗产名录，当地政府开始系统性谋划从名菜到产业的



枣庄辣子鸡美食文化节上，炒鸡爱好者在比赛炒鸡

转型。核心突破点，是抓住食材这一根本：2024年3月，枣庄本土土鸡“孙枝鸡”被农业农村部列入《国家畜禽遗传资源品种名录》，成为全国少数拥有“国字号”认证的地方鸡种；同年，“枣庄皱皮辣椒”通过国家地理标志认证，这种皮薄脆爽、鲜辣带劲的辣椒，被业内称为辣子鸡的“灵魂辅料”。
产业整合的步伐随之加快。2024年11月，枣庄市辣子鸡产业投资发展集团有限公司正式成立，注册资本1亿元，专门负责整合种养、加工、销售等环节资源；同期，山东惠发食品、鲁商科技集团等12家企业签约组建枣庄辣子鸡供应链产业联盟，形成从农场到餐桌的产业闭环。截至今年7月，枣庄辣子鸡全产业链已集聚代表性企业260余家，年产值突破55亿元。

市中区——

枣庄辣子鸡产业的“核心引擎”

在枣庄辣子鸡的产业版图中，市中区始终占据“C位”。这座城区不仅是枣庄辣子鸡节

区聚集了30余家品牌门店，家家主打辣子鸡，吸引众多游客前来打卡。
企业集群的壮大，进一步巩固了市中区的核心地位。全国首个辣子鸡全产业链工会联合会——枣庄辣子鸡产业链工会联合会，于2025年7月在市中区成立，覆盖3万余名从业者，通过签订“1+3”集体合同规范薪酬和社保；枣庄市辣子鸡产业投资发展集团在这里攻克了预制辣子鸡“口感差、保质期短”的难题，研发出保质期15—180天的自嗨锅、礼盒等产品；依托旺达农业等主体，年供应辣椒种苗1000万株，带动薛城周营镇、峯城古邵镇等周边区域发展种植基地2万余亩。

从55亿到百亿元 市中区的“下一步棋”

市中区辣子鸡产业的崛起，并非偶然。在国内多地争抢“美食IP”的背景下，市中区通过“政策精准滴灌+科研赋能创新+电商拓宽渠道”的组合拳，构筑了差异化竞争优势。
政策层面，市中区出台针对性政策助力产业发展：对占地100亩以上的辣子鸡原料种植园区，一次性给予5万元补助；对年营业收入超5亿元的辣子鸡龙头企业，采取“一事一议”扶持措施；2025年更是将辣子鸡纳入“人工智能+农机”应用场景，申报国家超长期国债支持。
科研投入则为产业注入技术底气。市中区联合山东农业大学、山东省农科院共建枣庄辣子鸡技术研究中心，组建由中国农业大学教授、本土专家组成的团队，重点解决孙枝鸡生长周期长、皱皮辣椒辣度不稳定等问题。
电商渠道的拓展，则让枣庄辣子鸡突破地域限制。依托鲁南直播电商智慧产业园这一省级基地，市中区定期邀请“二晨”等头部主播开展专场带货；“鸡大集”电子商务平台的上线，进一步整合了鸡苗、鸡蛋、鲜宰鸡等供应链资源，同时深化与天猫、淘宝、抖音、拼多多等平台的合作，赋能辣子鸡特色产品走向全国。
枣庄辣子鸡从“小而散”到“大而强”，从“一时红”到“长久火”，需要整个行业的共同努力。在市中区看来，当前55亿元的年产值只是起点，向百亿目标迈进，还需在产业链延伸、品牌保护、人才培养等方面持续发力。
从一道家常美食到一个百亿级产业，县域经济的突围无需“高大上”的赛道。只要找准

本地特色，用标准化夯实基础，用政策激活动能，用创新拓展空间，就能让小特产变成大产业，走出一条兼具经济价值与民生温度的发展之路。

枣庄辣子鸡的香味，还将飘得更远。
（本版摄影：王海楠）



枣庄辣子鸡博物馆



工作人员在枣庄辣子鸡美食文化城云厨可视工厂炒制辣子鸡



枣庄辣子鸡美食文化城云厨可视工厂生产的产品



枣庄孙枝鸡合作示范养殖场的种鸡