

中國「朋友圈」續擴 外貿成績超預期

民企「動力源」作用凸顯 貿易模式貿易結構亮點頻現

2025中國經濟回顧② 頂風搏浪 奮力向前

在全球經濟復甦乏力、地緣政治衝突加劇的複雜背景下，今年中國外貿展現出強勁韌性與活力：對全球170多個國家和地區出口增速保持6.2%以上，自今年2月起進出口實現連續9個月增長，交出超預期答卷。商務部研究院研究員周密向大公報記者表示，在中美博弈的背景下，中國外貿出現了鮮明的結構性變化，外貿朋友圈越來越大。

今年以來，民營企業「動力源」的作用凸顯、多元化市場戰略成效顯著、新業態加速培育、貿易模式持續轉型、中國潮玩風靡全球……多重亮點疊加，既展現了中國外貿抵禦外部風險的堅實底氣，也彰顯了其向高質量發展轉型的堅定步伐。

大公報記者 朱燁、李暢

海關總署數據顯示，今年前10個月，中國貨物貿易進出口總值37.31萬億元（人民幣，下同），同比增長3.6%。其中，出口22.12萬億元，增長6.2%；進口15.19萬億元，與去年同期基本持平。進出口連續9個月保持增長，且規模再創同期歷史新高。前10個月累計出口規模亦保持同期歷史新高。

進出口連續8季度增長 供應鏈顯韌性

從季度來看，外貿呈現出增速逐季加快的趨勢。從一、二季度分別增長1.3%、4.5%，到三季度增長6%，中國進出口已連續8個季度實現同比增長。前三季度，貨物和服務淨出口對經濟增長貢獻率為29%，拉動GDP增長1.5個百分點。

商務部研究院研究員周密向大公報記者指出，今年中國外貿總體錯綜複雜，呈現出「挑戰與機遇並存」的發展格局。外部環境中，美國關稅政策的波動引發一系列連鎖反應，給外貿運行帶來顯著不確定性和多重挑戰。但值得注意的是，多數國家對穩定進口的需求持續存在，同時對供應鏈韌性的要求也在不斷提升。因此，中國製造業的供給能力與充滿韌性的供應鏈體系，恰好為各國經濟增長提供了重要支撐，並有效對沖了全球供應鏈波動，

彰顯了中國開放型經濟的實踐價值。同時，中國與貿易夥伴加快推進自由貿易協定等制度性安排，疊加國內創新資源的集聚優化，也讓一些進口產品獲得了更廣泛的市場認可。

前三季度，民營企業進出口總值達到19.16萬億元，佔外貿總值的比重高達57%，連續22個季度保持同比增長。民營企業對全球180多個國家和地區的進出口增速均高於整體水平，展現出全球化布局的廣度和深度。廣開首席產業研究院院長兼首席經濟學家連平透露，隨着「一帶一路」倡議深化和RCEP紅利釋放，民營企業在出口方式、目的地等方面更加多元，預計未來10年，民營企業進出口額佔全國外貿總值將突破70%。

新興市場崛起「一帶一路」主引擎

周密認為，在中美博弈的背景下，今年中國外貿出現了鮮明的結構性變化，外貿朋友圈越來越大小。

海關數據顯示，前10個月，東盟是中國第一大貿易夥伴，與東盟貿易總值為5.67萬億元，增長8.8%，佔外貿總值的15.7%。歐盟為第二大貿易夥伴，佔12.9%。美國為第三大貿易夥伴，佔11.1%。僅看出口數據，前10個月對上述三大貿

易夥伴的出口值比重為43.9%，比2018年的48.51%有所下降。這是因為更多新興市場湧入，尤其以共建「一帶一路」國家為代表。2013年，中國對共建「一帶一路」國家的出口佔比為25%左右；今年前10個月，這一數據已達50.39%。

周密指出，此種變化對依賴對美出口的勞動密集型外貿企業影響尤為明顯。為規避中美貿易摩擦與關稅上升的壓力，中國外貿企業開始積極尋找新市場，比如轉向南美國家進口大豆等農產品。另外值得一提的是，貿易模式也在轉型，由傳統直接貿易向投資驅動的公司內部貿易延伸，且這一貿易形式的規模與佔比正持續提升，展現出中國企業主動適應環境變化、通過創新破解發展難題的積極姿態。

新業態新模式的加速培育，成為拉動外貿增長的重要力量。比如「雙11」期間，國內電商企業紛紛搶抓「出海」機遇。據海關總署初步測算，前三季度，中國跨境電商進出口約2.06萬億元，同比增長6.4%。

▼在中美博弈背景下，今年中國外貿展現出強勁韌性與活力。圖為12月4日，貨輪在山東港口青島港碼頭裝卸集裝箱。新華社



貿戰淬煉 倒逼內地企業跳出舒適區

多元 發展

今年以來，美國政府一系列單邊關稅政策衝擊全球經貿秩序，但中國外貿在複雜環境中穩健前行。中國外貿企業聚焦優勢產品、潛心研發修煉「內功」，同時多元布局市場，為突破貿易困局、逐鹿國際市場做好充分準備。不少企業表示，貿易戰雖是挑戰，更是淬煉，倒逼企業跳出舒適區，強化核心競爭力、拓展市場格局，對未來充滿信心。

上海保隆汽車科技股份有限公司（下稱「保隆科技」）是扎根上海松江的汽車零部件企業，憑藉汽車輪胎上的「氣門嘴」這個小配件，成為

中國人民大學重陽研究院研究員劉英對大公報記者表示，面對今年複雜的國際貿易環境，中國外貿實現逆勢增長，不僅展現了中國經濟的強大韌性，更印證了中國作為製造業強國的地位已不容撼動。她表示，中國製造在全球產業鏈中的角色正在從規模供應商向技術輸出者轉變，並朝着標準制定者和生態構建者躍遷。

劉英分析，今年前十個月中國外貿交出的亮眼「成績單」得益於產業的韌性、政策的發力以及市

全球細分市場「氣門嘴」業務的第一名，也是世界主要車企的供應商。

全球化布局 規避單一市場風險

面對美國對中國進口商品加徵關稅的衝擊，保隆科技憑藉核心產品的不可替代性掌握主動。「美國客戶比我們更焦慮斷供風險。」保隆科技董事長張祖秋稱，「北美三國在2024年營收中佔比約25%，由於美國本地無同類產能，而中國製造相對墨西哥的成本優勢較大，我們的產品短時間內很難被替代，因此我們具有較高的議價

權。」

不可替代性賦予保隆科技國際市場競爭的底氣。作為全球氣門嘴龍頭企業，其年產量達2.6億隻，每隻約1元，極致性價比與超高品质使其成為通用、福特等車企的長期供應商。保隆科技深知不能將「雞蛋放在一個籃子裏」，早已未雨綢繆，在全球多個國家設立研發中心和工廠，以全球化布局規避單一市場風險。在全球貿易格局複雜多變形勢下，全球供應鏈網絡可靈活調配訂單，快速適應市場變化、抓住機會，形成「東方不亮西方亮」之勢。大公報記者朱燁、李暢

從「賣產品」到「定標準」 中國出口動能更強勁

場的開拓等多方面因素。特別是高技術產品和綠色低碳產品的出口，成為推動外貿增長的主要引擎。與此同時，民營企業的活力釋放和市場多元化的戰略深化，也為外貿的韌性奠定了非常重要的基礎。

「新三樣」領跑全球「技術+標準+服務」

劉英續說，中國製造業在全球產業鏈中的角色正在發生深刻變化，從規模供應商向技術輸出者躍遷，進而邁向標準制定者與生態構建者。這一轉型在「新三樣」——電動汽車、鋰電池、光伏產品的

出口中體現得比較顯著。這些領域已不再依賴傳統的成本優勢，而是憑藉技術創新、全產業鏈協同和系統解決方案能力贏得全球市場。這意味着中國的出口動能，正由「單一價格競爭」轉向「技術+標準+服務」的綜合優勢驅動。

數據顯示，中國與共建「一帶一路」國家以及RCEP成員國的貿易保持了強勁的增長勢頭。劉英認為，這並非短期訂單轉移，而是外貿市場格局發生戰略性轉變的核心標誌。「中國外貿正從長期依賴歐美市場的舊格局，轉向多元均衡、區域深耕的新體系。同時，出口商品正從勞動密集型為主，轉向以高技術、綠色產品為主導。新興市場需求也同步升級，即他們不再只需要廉價商品，更需要能支持可持續發展的技術和解決方案。」她說。

此外，劉英提到，過去十多年，中國在「一帶一路」和RCEP框架下的努力，已從早期的「政策紅利」進入「制度型開放」階段。通過規則對接、關稅減免、通關便利化等舉措，形成了「硬聯通」與「軟聯通」並重的合作網絡。

大公報記者朱燁、李暢



▲自2月起，中國進出口連續9個月實現增長。圖為客商與展商在第138屆廣交會展館內洽談電器產品訂單。新華社

增長強勁 中國外貿呈結構性變化

中國外貿態勢穩韌性強

- 今年前10月，中國進出口總值37.31萬億元（人民幣，下同），同比增長3.6%。其中，出口22.12萬億元，增長6.2%；進口15.19萬億元，與去年同期基本持平。
- 10月份，中國貨物貿易進出口總值3.7萬億元，增長0.1%。其中，出口2.17萬億元，下降0.8%；進口1.53萬億元，增長1.4%，已連續5個月增長。

新業態新動能增長強勁

- 前10個月，中國出口機電產品13.43萬億元，增長8.7%，佔出口總值的60.7%。其中，自動數據處理設備及其零部件1.19萬億元，下降0.7%。
- 集成電路和汽車出口增長明顯。集成電路1.16萬億元，增長24.7%；汽車7983.9億元，增長14.3%。

外貿市場布局更趨多元

- 前10個月，中國對共建「一帶一路」國家合計進出口19.28萬億元，增長5.9%。其中，東盟繼續保持中國第一大貿易夥伴地位，對東盟進出口同比增長9.1%，對亞太經合組織（APEC）其他經濟體進出口增長1.5%。
- 此外，中國自拉美、非洲和中亞國家進口分別增長1%、5.2%和23.7%。

資料來源：海關總署網站
大公報記者朱燁、李暢整理



▲中國「外貿友人」遍全球，在第八屆中國國際進口博覽會，馬來西亞展台的工作人員展示一款巧克力產品。新華社

技術創新引領增長 提升核心競爭力

2026年是「十五五」規劃的開局之年，也是中國推動高水平對外開放、構建新發展格局的關鍵一年。在地緣政治形勢極為複雜多變的背景下，中國外貿能否延續近年來的強勁表現？申萬宏源證券首席經濟學家趙偉團隊預測指出，2026年，美、歐、日擴張性財政政策、中美關稅衝突階段性緩和，以及新興經濟體工業化進程的延續等，或致中國出口韌性延續對歐美有「韌性」、新興有「增量」。

「量的增長」加速向「質的躍升」轉型

中國人民大學重陽研究院研究員劉英認為，中國外貿將進入由「量的增長」向「質的躍升」加速轉型的關鍵期。增長動能將更多來自技術創新、結構優化與規則引領。新的機遇正在浮現：區域合作持續深化、數字貿易快速崛起、綠色轉型全球共振。特別是跨境電商、海外倉、直播帶貨等新模式，正在重構全球消費鏈路。但挑戰同樣不容忽視，外部地緣風險上升、國際規則壁壘增多、轉型過程中的成本壓力加大、全球需求結構性變化等，都對企業提出了更高要求。面對這些挑戰，中國企業需注重技術創新、標準輸出和品牌建設，並適應新的市場需求，在高質量發展道路上持續邁進，鞏固並提升中國在全球貿易格局中的核心競爭力。

大公報記者朱燁、李暢

新體系。同時，出口商品正從勞動密集型為主，轉向以高技術、綠色產品為主導。新興市場需求也同步升級，即他們不再只需要廉價商品，更需要能支持可持續發展的技術和解決方案。」她說。

此外，劉英提到，過去十多年，中國在「一帶一路」和RCEP框架下的努力，已從早期的「政策紅利」進入「制度型開放」階段。通過規則對接、關稅減免、通關便利化等舉措，形成了「硬聯通」與「軟聯通」並重的合作網絡。

大公報記者朱燁、李暢