

上海首季外貿達1.2萬億 增長21.9%跑贏全國

滬科企憑性價比優勢 高質量出海



中國外貿開門紅⑤

今年第一季度，中國外貿表現亮麗，進出口總值達11.84萬億元（人民幣，下同），創歷史同期新高，按年增長15%。其中，上海外貿規模、增速均錄得理想成績；傳統與新興產業雙向發力，貿易「朋友圈」實現多元布局。據上海海關統計顯示，今年第一季度上海進出口總值12274億元，按年增長21.9%，增速高於全國6.9個百分點；進口、出口均保持雙位數上升，分別增長26.6%和16.3%。

老字號企業憑藉品質與文化優勢出海走俏，愈來愈多的高新技術產品、高端裝備等新質生產力實現強勁出口；隨着跨境電商、數字貿易等新業態蓬勃興起，新興動能持續增長。

大公報記者 倪夢璟

上海樂白機器人聯合創始人廉文傑表示：「今年第一季度，公司出口業績再創新高，出口訂單量按年增長約65%，海外營收佔比高達42%，國產協作機器人具有強勁的全球競爭力。」目前樂白機器人產品已覆蓋全球32個國家和地區，尤其在歐盟、東盟市場表現突出，歐盟是樂白機器人最大的海外市場。德國、法國、意大利三國佔公司總出口額的38%；而泰國、越南、馬來西亞等東盟國家，以及德國、荷蘭等歐盟國家，是公司當前增長最快的市場。樂白自研的LM3六軸協作機械臂作為核心產品，憑藉輕量化、高易用性、高性價比等優勢，已成為全球市場的爆款，有力拉動海外業務增長。



▲樂白機器人在泰國展會中受到關注。樂白機器人供圖

樂白：供應鏈完善 交付期僅6周

廉文傑介紹：「LM3六軸協作機械臂這款產品成本僅為歐美同類產品的60%，搭載的自研高集成減速器、視覺力控融合算法等中國核心技術，以及電子組裝等場景適應能力，正是公司的競爭力所在。再加上中國供應鏈的優勢，交付周期僅需4至6周。」

據悉，樂白機器人已德國設立技術中心與認證實驗室，在法國、意大利、西班牙布局本地經銷商；並以新加坡為區域總部，在泰國、越南建立組裝與服務中心。廉文傑指出：「公司工業客戶復購率達到88%，商業餐飲客戶復購率約76%，未來還將持續強化技術壁壘，深化海外本地化布局，推動國產協作機器人在全球市場實現更高質量發展，助力中國機器人成為外貿新標識。」

紅心：研創意產品 建知識產權體系

科技持續迭代，眾多老字號品牌主動擁抱變化、對接市場需求，實現外貿強勁增長。上海紅心熨燙設備營銷總監顧燕表示：「在科技研發方面，公司緊跟人工智能（AI）時代趨勢，已推出搭載AI芯片的電熨斗產品，可實現自動控溫、自動斷電等便捷功能，下一步還計劃實現衣物自動識別操作，進一步提升用戶體驗。」去年紅心母公司出口銷售額達16億元，今年第一季度更預計實現按年增長。

顧燕介紹，紅心持續注重研發創新，更結合市場熱度推出創意產品。「比如現全球都很流行的DIY拼豆，也成為公司外貿增長的新動力，我們研發並推出的小型熨燙機，能夠精準控溫幫助熨燙定型，今年更新推出了『泰迪』版熨斗，並擁有獨家專利。」截至目前，紅心已擁有多款產品外觀及實用新型專利，構建起完善的知識產權體系。

高性價比則成為紅心搶佔全球市場的另一大優勢，顧燕透露，在同等價格之下，上海紅心產品實現的功率更大、功能更全，「公司的產品受到歐美、東南亞等地區消費者的青睞，其中無線熨斗等科技感與便捷性的產品尤其受到關注。」而為擴大全球影響力，目前，紅心計劃借助TikTok等海外短視頻平台開展國產品牌產品的宣傳，希望進一步拓寬市場渠道，讓老字號的科技實力被更多全球消費者知曉。



▲江瀚表示，中國機器人產業完善的產業鏈與成本控制能力，在全球範圍形成了顯著的比較優勢。

積極求變

「產業鏈、價值鏈與文化鏈的全面升級，這三大新動能共同構築了中國外貿的核心競爭力，讓中國在全球貿易格局中佔據更有利地位。」盤古智庫高級研究員江瀚如此表示。

機器人產業鏈完備 助控成本

以機器人為代表的高端裝備產業的崛起，為中國外貿構築了堅實的硬核供給壁壘，成為推動外貿提質增效的重要支撐。「中國機器人產業憑藉全產業鏈的協同優勢與極致的成本控制能力，在全球範圍內形成了顯著的比較優勢。」江瀚直言，這種「技術+性價比」的雙重紅利，使得中國高端裝備成為各國產業升級不可或缺的中間品與資本品，不僅精準滿足了全球自動化

改造的剛性需求，幫助各國降低產業升級成本、提升生產效率，更在深層次上鞏固了中國作為全球供應鏈「穩定錨」的地位，為全球產業鏈供應的穩定暢通提供了重要保障。

老字號改革 傳統工藝展新姿

老字號企業的創新轉型，則是重塑中國外貿出口競爭力的關鍵變量，也是文化與產業融合的生動實踐。江瀚說：「老字號承載着中國深厚的文化底蘊，是中國外貿中最具辨識度的『文化名片』，通過供給側結構性改革，這些傳統品牌成功打破發展瓶頸，將積澱多年的『文化存量』轉化為實實在在的『市場增量』。」如今，中國老字號已徹底跳出傳統工藝品輸出的局限，主動擁抱技術變革與消費升級趨勢，通過技術賦能優化產品品質，借助品牌年輕化運營貼近國際主流消費群體，成功深度嵌入

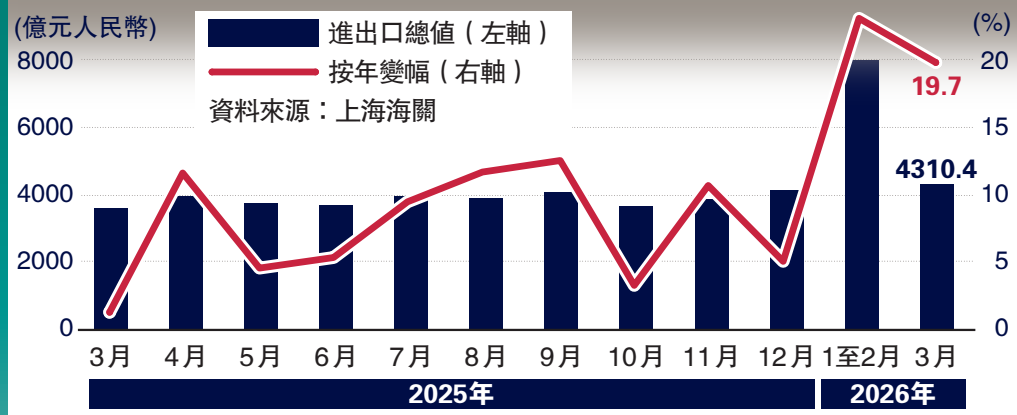
全球價值鏈的中高端環節。這種創新轉型在保留獨特文化符號價值的基礎上，通過現代化的產品形態、市場化的運營模式，適配國際市場的多元化需求，讓老字號的文化魅力與時代活力相得益彰，成為中國外貿出口的新亮點。

江瀚指出，文化軟實力的持續輸出，為中國外貿產品賦予了高附加值的溢價空間，推動中國外貿實現「從產品出口到價值出口」的跨越。「文化認同能夠顯著降低國際貿易中的交易成本，消除市場進入壁壘。當中國文化元素與實體商品深度融合，產品便超越了單純的使用價值，承載了情感共鳴與審美體驗。」

江瀚補充說，這種「文化+製造」的融合模式，極大地提升了出口產品的差異化競爭力，使得中國外貿在激烈的全球競爭中，不僅贏得了市場份額，更贏得了價值鏈話語權。



上海外貿表現理想



上海外貿表現理想，首季進出口總值上升近兩成。圖為洋山港碼頭。

上海企業看好發展

上海樂白機器人聯合創始人 廉文傑

國產機器人憑藉高性價比及優質性能，在海外市場受歡迎。公司將持續強化技術壁壘，深化海外本地化布局，推動國產協作機器人在全球實現更高質量發展，助力中國機器人成為外貿新標識。



上海紅心熨燙設備營銷總監 顧燕

紅心擁有多款產品外觀及實用新型專利，構建起完善的知識產權體系。另外，公司計劃借助TikTok等海外短視頻平台開展國產品牌的宣傳，進一步拓寬市場，讓老字號的科技實力被更多全球消費者知曉。



AI賦能糖果企 年訂單銷售料破7800萬

創新突破

「如今愈來愈多傳統外貿企業正在加速轉型升級，從過去依賴線下展會獲客，轉向借助AI工具、新媒體平台拓展海外市場。」上海暢伴信息科技負責人余俊霞表示，TikTok、Facebook等社交平臺，已成為中國企業出海的新抓手，通過優質內容創作引

導至獨立站，已成為外貿企業獲得客源的主流模式之一。

AI生成推廣內容引流到平台

「作為外貿企業服務商，我們的很多國內客戶都開始借助新媒體平台以及人工智能（AI）發展布局。」余俊霞介紹，有國內糖果企業借助AI技術打造出可搭配骨傳導芯片和藍牙耳機的「會唱歌的糖果」，每顆糖果含在口中可播放不同的音樂，憑藉情緒價值與科技感，出口訂單量大幅飆升，「在我們的統計下，這家國產企業剛剛出海一年，就實現了月銷售額達到100萬美元，他們的唱歌糖果視頻也在外網非常火爆，預計今年這家公司整體訂單銷售額有望突破1000萬美元（約7800萬港元）。」



▲余俊霞表示，TikTok、Facebook等社交平臺，成為中國企業出海的新抓手。



上海優化跨境貿易 提升通關效率

便利措施

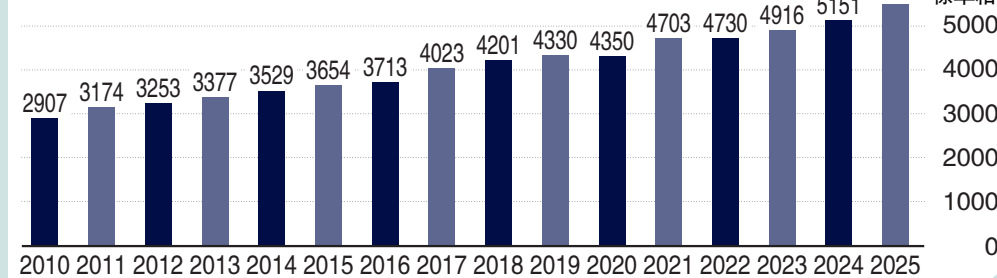
最新數據顯示，上海已經是全球最大的貿易口岸城市，2025年上海港集裝箱吞吐量達5506.3萬個標準箱，連續16年世界第一。上海市商務委主任申衛華表示，推進跨境貿易便利化，是推動上海國際貿易中心建設、深化高水平對外開放的關鍵舉措。目前，上海已連續8年開展跨境貿易便利化專項行動，大幅提升通關效率。

今年，上海還將開展2026年度跨境貿易便利化專項行動，圍繞深化通關監管創新模式、支持外貿新業態發展、提升跨境物流運輸效能、加強口岸基礎設施等方面，進一步優化上海口岸營商環境。申衛華說：「比

如在深化通關監管模式創新方面，開展冰鮮產品通關改革試點；在支持外貿新業態發展方面，我們也將支持郵政、快遞企業在機場布局航空快件處理設施，提升小額包裹出口

能力；在提升跨境物流運輸效能方面，我們將推動在長三角企業集聚區建立航空前置貨站，在前置貨站提前完成航空收貨、安檢等工作，為企業提供「家門口空運」服務。」

上海港集裝箱吞吐量連年上升



產業價值文化「三鏈」升級 增外貿競爭力