進博會今開幕 首秀企業逾2000家

九年「全勤生」近200家 與中國同行即與機遇同行

第九屆進博會

「跨國企業如果想要在中國取得成功，那就要『成為中國人』。」這是美國精油與芳香護理品牌企業多特瑞中國區總裁麥歐文（Owen Messick）不久前發出的肺腑之言，道出了不少深耕中國市場的外企心聲。11月5日至10日，第九屆中國國際進口博覽會在上海如期舉行，這家已連續九年參展的「全勤生」也再度赴約。本屆進博會多項核心指標刷新歷史紀錄，與多特瑞一樣的「全勤生」就將近200家，首次參展「新面孔」企業超過2000家，再度彰顯進博會作為跨國企業深耕中國、共享機遇重要舞台的獨特作用。

歐萊雅集團首席執行官葉鴻慕（Nicolas Hieronimus）表示，與中國攜手同行28載，他們比以往任何時候都更加堅定：「投資中國，就是投資未來。與中國同行就是與機遇同行。」



▲11月4日，進博會參展商提前開啓網絡直播介紹商品。 中新社

大公報記者 張帆

▲第九屆中國國際進口博覽會於11月5日至11月10日在國家會展中心（上海）舉辦。圖為11月4日，現場工作人員對機器人進行調試。 中新社

第九屆進博會多項核心數據創下歷史新高。展覽規模方面，整體展覽面積首次突破44萬平方米，企業展面積首次突破37萬平方米。參展主體方面，參與的國家、地區和國際組織達162個，境外參展企業4142家，世界500強和行業龍頭企業首次超過300家，九屆「全勤」企業及機構近200家，首次參展「新面孔」企業超過2000家。首發首秀方面，全球首發、亞洲首展、中國首秀代表性展品超過480件，創歷年新高，其中代表性全球首發首秀展品超過200件。此外，國家展參展主體達69個國家和國際組織，數量超上屆；美國企業參展面積超過5萬平方米，連續八屆保持第一；最不發達國家免費展位面積增長17%。

外企路徑轉向「與中國共研共創」

為了更好融入中國，多特瑞的首發產品仍然聚焦「中國元素」。今年即將亮相的「紫蘇香薰精油」，原料來自中國本土出產的紫蘇，旨在踐行「在中國、為中國、銷全球」的研發理念。麥歐文（Owen Messick）告訴大公報記者，中國目前已是多特瑞精油最主要的原料來源國，這款新品標誌着其從「把產品帶到中國」向「與中國共同研發」的路徑轉變。

另一名「全勤生」歐萊雅則以「美之奧德賽」為主題，參展品牌數達28個，首發數量創紀錄地達到29項，歐萊雅首席執行官葉鴻慕（Nicolas Hieronimus）率全球管理團隊連續第二年到場，並明確表示「繼續投資中國」。

還有一家引人關注的企業是奧地利WFL車銑技術公司，這是本屆進博會的新面孔，帶來了M35–G MILLTURN車銑複合加工中心，將在進博會完成亞洲首秀。值得一提的是，這款整機長9.1米、寬4.7米、高3.3米，加工精度達微米級的設備，此次從抵港到通關的全程都得到了中國進博會量身定製的協助。這台數噸重的精密機床於10月12日運抵上海洋山港後，海關、邊檢、碼頭等多部門提前對接，為其開啟了預約查驗、優先放行的綠色通道，讓這台亞洲首秀設備得以快速完成入境手續，直送國家會展中心布展。

公司總經理斯特凡・哈克爾（Stefan Hackl）表示，中國在全球製造業版圖中佔據重要地位，參展進博會是為了在這一世界級平台上展示產品，同時助力中國企業突破複雜零部件加工的核心技術瓶頸。

企業「全球核心管理層」集體參會

大公報記者從進博局方面了解到，今年，多家知名企業全球「一把手」首訪進博，首次出現企業「全球核心管理層」集體參會，其中美敦力、傑特貝林、皮爾法伯CEO攜全球核心管理層來華，醫科達、鵬瑞利、直觀醫療CEO首訪；健美生、阿斯利康高管連續2年到場。可見進博會也是一扇窗口，讓很多跨國企業高管對於中國的信心與日俱增。

正如拜耳董事會主席比爾・安德森（Bill Anderson）所言：進博會上與中國夥伴的對話「不會在六天結束後停止」，它們往往會成長為合作夥伴關係、投資和創新項目。不少企業高管也在本屆進博會開幕前表達了對這場盛會的期待。

賽諾菲首席執行官葛麗鶴（Belen Garijo）的表述還體現了「全勤生」角色的升級：「9年來中國已成為全球最重要的生物醫藥創新策源地之一，賽諾菲的思考方向正從『為中國創新』升級為『與中國共創』。」

數讀第九屆進博會

- 參與國家、地區和國際組織162個
- 境外參展企業4142家，創歷屆之最
- 整體展覽面積首次突破44萬平方米
- 企業展面積首次突破37萬平方米
- 世界500強和行業龍頭首次超過300家
- 首次參展「新面孔」企業超過2000家
- 九屆「全勤」企業和機構169家企業+30家境外組展機構
- 代表性首發首展展品超過480件，創歷年新高
- 創新孵化專區近40個國家和地區、633個科創項目，較上屆增長近20%
- 境外展團90多個，展覽面積同比增長近8%
- 香港參展企業近400家，參展面積近3.6萬平方米，均創歷屆新高
- 最不發達國家免費展位面積增長17%

大公報記者張帆整理

李家超今出席進博會開幕式 向全球闡述香港優勢

【大公報訊】記者林楚然報道：香港特區行政長官李家超昨日抵達上海，並於當晚出席第九屆中國國際進口博覽會歡迎晚宴，與世界各地的與會代表交流餐敘。他在社交媒體發文表示，期望透過今次行程深化滬港兩地以至香港與各地的經貿發展，進一步展現香港作為連接中國內地與國際市場的「超級聯繫人」和「超級增值人」獨特角色。

李家超表示，今屆進博會吸引162個國家、地區和國際組織參與，整體展覽面積突破44萬平方米，規模再創新高，實在教人期待。他說，自己今日（5日）將出席進博會暨虹橋國際經濟論壇開幕式，並出席虹橋論壇香港分論壇，向海內外政商界代表闡述香港積極發揮自身優勢，融入和服務國家發展大局的成果和機遇。他亦將參觀進博會企業商業展，與參展香港企業交流。

李家超強調，滬港兩地向來淵源深厚，合作緊密。香港今年施政報告提及兩地合作推出的貿易數據互通試點，剛於上月推行，有望惠及從內地出口貨品的香港中小企貿易商。此外，香港亦正積極拓展與內地港口的協作，推動於今年內與上海建立「兄弟港」。李家超表示，期望透過今次行程深化滬港兩地以至香港與各地的經貿發展，進一步展現香港作為連接中國內地與國際市場的「超級聯繫人」和「超級增值人」獨特角色，實現互利共贏。

進博會九年擴容升級 成多邊貿易穩定器

專家解讀

第九屆中國國際進口博覽會吸引了全球162個國家、地區和國際組織參與，4142家境外企業參展，展覽面積首次突破44萬平方米，世界500強和行業龍頭企業參展數量首次超過300家。中國首席經濟學家論壇國際金融研究院資深研究員劉濤表示，在單邊主義抬頭、全球產業鏈被人為割裂的全球貿易環境下，中國連續九年舉辦進博會並持續擴容升級，是對逆全球化敘事的正面回應，釋放了堅持開放合作的強烈信號。他相信，進博會平台已成為多邊貿易體制的「黏合劑與穩定器」，傳遞出中國追求互利共贏的發展思路。

「作為全球唯一以『進口』為主題的國家級展會，進博會是對WTO多邊貿易核心精神的踐行。」劉濤向大公報記者指出，近年來，全球多邊貿易體制遭遇衝擊、區域與雙邊排他性貿易安排逐步增多，中國連續九年舉辦進博會，向世界證明「非歧視、開放包容的多邊貿易框架仍具生命力」。他強調，進博會的舉辦有助於打破「全球化大勢已去」的悲觀預期，進博會對「開放共享」的實踐，為多邊貿易體制提供黏合劑與穩定器。

中國為全球提供可預期合作環境

在劉濤看來，中國連續舉辦進博會，對維護多邊貿易體制起到三大作用。一是通過展會引來大量真實交易，前八屆進博會累計意向成交額逾5800億美元，表明「支持多邊主義」不是口號，而是可驗證的訂單與貿易流。二是進博會的舉辦，推動全球前沿技術、綠色產品、服務貿易進入中國市場，全球資源配置效率得到提升。三是進博會搭建了跨國家、跨經濟體的常態化經貿對接和交流平台，各國與會者圍繞全球經貿治理、開放規則等話題展開的研討，為完善多邊貿易治理提供了思想交流空間。

「中國的開放不是權宜之計，而是制度性安排。」劉濤坦言，通過穩定進口需求、擴大制度型開放，中國為全球提供了可預期的合作環境。

大公報記者倪巍晨



▲進博會多項核心數據創新高。圖為工作人員在國家會展中心（上海）南廣場上拍照。 中新社



▲美國大豆出口協會是進博會「老朋友」，展台已經布置完畢。

大公報記者張帆攝

從兩大經貿展會讀懂「順差在中國，利益在各方」

特稿

11月4日，珠江畔，第140屆廣交會在廣州落下帷幕。11月5日，黃浦江畔，第九屆進博會將在上海如約啟幕。一個主打出口，一個主打進口，兩大經貿展會接踵而至，構成觀察中國外貿、理解全球經貿合作生動的窗口。往來之間，印證出一個愈發清晰的判斷：順差在中國，利益在各方。

很多人看國際貿易，習慣盯着賬面數字，糾結進出口差額的起伏。但貿易從來不是簡單的數字加減，背後是綿長交錯的全球產業鏈分工，是供需雙向奔赴的協作網絡。一個國家在某個產業上效率更高、配套更全、交付更快，訂單自然向其集中。

數據最有說服力。從國際經驗看，發達和快速成長經濟體的產能利用率中值，大多在75%到80%之間。國家統計局數據顯示，2025年我國規模以上工業產能利用率為74.4%。今年三季度，通用設備製造業產能利用率79.6%，計算機、通信和其他電子設備製造業達80.2%。越是高技術、高端裝備的行業，機器轉得越滿。

這樣看，我國工業產能利用總體處在合理區間。說到底，賣得多其實還是世界各國需求多，旺盛出口是市場選擇的結果。廣交會上源源不斷的訂單，正是全球市場對中國產品真實需求的體現。

外企在華深耕 面向全球

攤開一條出口商品的價值鏈，更能讀懂順差在中國、利益在各方的邏輯。特斯拉上海超級工廠一年下線幾十萬輛整車，其中相當一部分直接發往歐洲、亞太市場，這些車輛，每一輛都計入「中國出口」。這樣的事情每天都在發生：外資企業深耕中國，在中國、為全球。

海關總署統計顯示，今年上半年，我國對歐盟出口中，外資企業佔比接近三成；對韓國出口中接近四成；在墨西哥、越南等新興市場，比重超過三成。總體看，2025年外資企業貢獻我國出口總量的27%。換句話說，大約每10件從中國發出的貨物裏，就有近3件出自外資工廠。

一件標着「中國製造」的商品，拆開看：設計可能來自德國，關鍵零部件來自日韓，原材料來自拉美，總裝在長三角或珠三角完成，最後賣到中東、歐洲或是南美。產品從中國發出，順差記在中國的賬上，利潤卻是由一整條產業鏈上的夥伴共同分享的。如果只盯着賬面順差、不問價值如何分配，算出來的結論注定是片面的。

搶蛋糕VS共同做大蛋糕

市場本身，也在技術迭代與需求升級中持續生長，並不是一塊切分完畢、只能爭搶的存量蛋糕。先來看看綠色發展的需求，到2030年，全球可再生能源裝機容量有望增至三倍。這是一個需要海量清潔能源設備去填補的市場缺口。今年上半年，民營企業「新三樣」出口增長45.8%。光伏板、鋰電池、風電裝備等出海，面對的不是飽和市場，而是全球綠色轉型的新增需求。

更直觀的例子還有很多：持續高溫推高製冷需求，歐洲空調市場越做越大，不少歐洲客商專程飛到廣州，在廣交會上成批量採購空調；很多國家加快裝配式建築、文旅營地建設，廣交會上，裝配式建材、模塊化房屋展位諮詢量快速增長，也是市場需求的直接體現……需求在哪裏，供給就跟到哪裏。供需相向而行，才能攜手把市場蛋糕共同做大。

中國不只是超級賣家，也是超級買家。2025年，中國進口規模達18.5萬億元(人民幣，下同)，連續17年穩居全球第二大進口市場，是近80個國家和地區的主要出口目的地。今年上半年，進口歷史同期首次突破10萬億元。中國從不刻意追求貿易順差，始終致力於推動貿易更加平衡發展。經貿往來的意義，從來不是此消彼長的競爭，而是依託各自比較優勢，在互通有無之中，讓發展紅利惠及產業鏈上每一方參與者。 新華社

責任編輯：沈小丫 美術編輯：施偉傑