

进博会“超级买家”：青岛从上海满载而归

■意向采购金额同比增长5.1%，为全球好物入华搭建“新通道”
■多家青企展示“首品首发首秀”，积极与海外企业寻求战略合作

□青岛日报/观海新闻记者 刘兰星

11月10日，第八届中国国际进口博览会落下帷幕。6天时间，来自138个国家和地区的4108家企业参展，累计进场92.2万人次，按一年计意向成交额达834.9亿美元，展览面积、企业数量、进场人次、意向成交额均创历史新高。

从订单中看机遇，在合作中谋发展，进博会这一开放平台，让更多企业深入走进中国，也为全球创新产品提供更大市场。

作为进博会上的“超级买家”，从未缺席的青岛，再次满载而归。本届进博会期间，全市151家采购商与来自45个国家的190家参展企业达成合作意向，签订意向采购订单249笔，意向采购金额同比增长5.1%，主要涉及肉制品、技术装备、医药及保健品等。在“2025山东与跨国公司产业生态合作伙伴对话会”上，青岛铝产业链战略合作项目、Ramax集团肉类采购项目和马来西亚发记榴莲进口采购项目正式签约。上合示范区和青岛自贸片区两大高能级开放平台，以及海克斯康、泰纳瑞斯、滴适宝、逢时科技、三昌食品、盈康一生等10余家青岛参展商利用进博会“溢出效应”，展示“首品首发首秀”，拓展合作版图。青啤、国华工艺品等2家老字号企业在“山东老字号暨非遗文化体验馆”进行展示。



■在“2025山东与跨国公司产业生态合作伙伴对话会”上，青岛企业签下多个大单。

“四大转变”蕴藏青岛开放机遇

——对话《世界开放报告2025》编写人之一，山东财经大学中国经济研究院副院长白洁

□青岛日报/观海新闻记者 刘兰星

在第八届中国国际进口博览会首日，虹桥国际经济论坛发布了旗舰报告——《世界开放报告2025》(以下简称《报告》)。“从今年的报告成果来看，全球开放新版图正在绘制。”作为这份报告的编写者之一，山东财经大学中国经济研究院副院长白洁认为，报告中关于世界开放指数的测度指标，反映了中国特色开放路径为处于十字路口的世界经济发展注入了宝贵的稳定性和确定性。她建议，作为山东对外开放的龙头，青岛要重视国际贸易趋势中的“四个转变”，在新版图形成过程中及时找到发展的新定位、新坐标。

世界开放动能正在转换

自2021年首发以来，世界开放报告已连续发布五年。从今年的报告来看，世界开放的动能正在发生转换。

《报告》显示，2024年世界开放指数为0.7545，同比下降0.05%，比2019年下降0.34%，比2008年下降5.39%，比1990年增长7.08%。“世界开放格局呈现整体小幅收紧。”白洁说，从不同维度的开放指数来看，经济与文化领域出现收缩，相应的经济开放指数和文化开放指数同比分别下降0.22%和0.58%，社会开放却逆势上扬，相应开放指数同比提高2.84%。值得关注的是，从国家维度来看，高收入经济体延续收缩，而新兴市场与“一带一路”共建国家持续扩大开放，二十国集团放缓收紧脚步，金砖国家开放水平继续创新高，“南热北冷”的全球开放新版图正在绘制，为全球治理体系注入增量动能。

“出口中国”共享大市场

本届进博会开幕前一天，商务部在上海世界会客厅举办“共享大市场·出口中国”系列活动启动仪式。打造“出口中国”品牌，是一个全新概念。“通俗来说，就是要持续做大朋友圈，让中国机遇‘惠全球’，让更多优质商品‘进得来’‘卖得好’。”白洁说，中国市场的活力不只在规模之巨大，更在于消费增长之迅速、需求层次之丰富。把握“出口中国”机遇，要尤其关注消费品、工业品和服务等三大类。

白洁解释说，随着中国中等收入群体的不断扩大，消费品进口，已从“奢侈品”向“高品质”发生结构性变化。“出口中国”的结构性趋势，从本届进博会展区设置中也有体现。消费品展区从上届的8万平方米扩展至8.4万平方米，几乎与农食产品并驾齐驱，成为面积最大的两个展区。展厅中，“跨境电商服务区”首次亮相，参展企业数量也从600余家增至700余家。持续扩大的中国进口市场与不断做优做强进博会平台互为映照，展示了中国与世界共享市场机遇的开放态度。

青岛应重点关注“四大转变”

《报告》通过一组组开放测度数据反复印证，当前，贸易壁垒、地缘政治、供应链重构彼此强化，世界开放正在刻画新的走向。尤其是《报告》最后两章，再度把目光投向中国，从理念、实践到制度，层层递进地勾勒出一幅“立己达人”的长卷。

“作为山东对外开放的龙头，青岛要在我国对外开放战略的深化和拓展中，锚定新的方向。”在白洁看来，全球化并未退潮，而是步入深度重构，正在发生的“四大转变”中就蕴藏着“青岛机遇”。

要把握开放优势的转变。当前我国对外开放已从商品和要素流动型开放向规则、规制、管理、标准等制度型开放转变，对外开放的广度、深度不断拓展。当前，山东正在加快建设制度型开放示范区，青岛拥有上合示范区、青岛自贸片区等高能级开放平台，要用好这些平台，推动形成更多引领性、标志性制度创新成果。加大政策支持力度，充分发挥平台先行先试作用；打造市场化、法治化、国际化一流营商环境，加大数字化、绿色化等贸易新领域的探索力度；积极对接国际高标准经贸规则，增强对全球企业、人才、资金、技术等资源要素的吸引力。

要把握开放模式的转变。当前，我国已经从被动接受和参与规则向积极构建和引领规则转变。面对开放呈现的新变化、新特征，国家层面对高水平开放体制机制改革提出新要求。青岛要尤其关注这些新动向，特别是关注“十五五”规划的相关内容，及时出台落地举措，快速推进相应开放领域，彰显顶层设计与“青岛”摸着石头过河的敢闯敢试。

要把握开放形式的转变。党的二十届四中全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》，对“推动贸易创新发展”作出部署，强调“拓展中间品贸易、绿色贸易”。10月30日，商务部发布重磅文件《商务部关于拓展绿色贸易的实施意见》。这表明，绿色贸易将成为我国对外贸易产品创新、结构升级的新动能。绿色贸易聚焦高技术、高附加值、绿色低碳产品及技术进出口，将推动对外贸易从劳动密集型、资源密集型向技术密集型、环境友好型转型，有利于提升企业绿色低碳发展的核心竞争力。山东正在建设绿色低碳高质量发展先行区，青岛理应“当先锋”，在绿色贸易发展中起到示范引领作用。

要把握开放布局的转变。“全球南方”的卓然崛起，已成为我们这个时代最鲜明的标识。“全球南方”作为新兴市场国家与发展中国家的集合体，涵盖约130个国家，占全球经济总量的40%。此外，中国与东盟已正式签署中国-东盟自贸区3.0版升级议定书，在供应链和可持续发展方面将有更多合作机会。在全球不确定性增多的形势下，这些“逆势而上”的区域合作，青岛应当重点关注和布局。

引进全球好物

对于许多海外品牌而言，进博会是他们敲开中国市场大门、拓宽销售渠道的绝佳机会。不少青岛企业正在为这些全球好物入华搭建“新通道”。

眼下，正值马来西亚榴莲收获季。在进博会上，“猫山王”“黑刺”“苏丹王”等耳熟能详的榴莲品种次第登场。“这次，我们和马来西亚知名品牌成功签约，将把更多当地优质榴莲引入青岛！”阿赛浦(青岛)投资发展集团有限公司董事长焦钧吉的“进博之行”收获满满，在“2025山东与跨国公司产业生态合作伙伴对话会”上，公司与马来西亚发记(Lai Fat Kee)签约，计划3年内进口来发记3000万美元的榴莲产品。

“来发记”是马来西亚颇具口碑的榴莲雪糕品牌，深耕榴莲种植与加工多年，每一口都是浓郁的热带风味。焦钧吉在进博会现场透露，此次签约后，集团将把马来西亚多个优质榴莲品种引进青岛，落地山东，做好“从全球果园到中国餐桌”的舌尖体验。“我们打算在青岛设立来发记榴莲主题餐厅的中国总部，在青岛的历史城区和台东街区附近开设榴莲主题餐厅。”焦钧吉说。

中国庞大的消费市场是跨国企业无法忽视的增长引擎。

作为健康食品细分赛道的独角兽企业，青岛三昌食品科技有限公司携核心健康食品矩阵参展，并与加拿大盛大企业集团(CGE)签署超5000吨供货战略合作协议。三昌食品集团董事长杨阳表示，此次与加拿大就燕麦长期采购达成深度合作，将进一步夯实三昌在全球优质原料领域的供应链布局，是其开拓国际市场、深化中加食品产业合作的关键举措，也将助力中国健康食品行业的国际化发展。

年年“买买买”，年年买不同。八赴进博，不变的是开放合作的初心，改变的是“购物车”清单的长度。变与不变之间，蕴藏着稳存量、挖增量、拓链条的“小秘密”。

青岛经控集团党委委员、副总裁，经控国际贸易集团总经理贾松涛细数本届进博会的收获：“各板块业务签约成果显著，累计签约金额占公司外贸订单总量的30%，成为拉动业务增长的强引擎。”传统业务层面，青岛经控集团借助进博会“全球农产品超市”的资源优势，签约尼日利亚芝麻采购订单，开拓巴基斯坦芝麻新货源市场，带动芝麻进口量同比增长15%；冷链业务方面，完成阿拉斯加狭鳕鱼原料进口的同时，开拓滋补品赛道，引进越南干鱼胶新品种，并启动美国鲑鱼、阿拉斯加狭鳕鱼等原料采购计划，推动业务品类向高附加值延伸；新兴业务层面，紧抓全球新材料产业机遇，积极拓展海外增量，进博会期间与美国、印尼等碳纤维核心产区供应商达成约3万吨进口订单，为电解铝、新能源锂电、电力、玻璃等多元产业提供优质材料支撑；跨境电商方面，以“平台+模式+供应链”三维赋能，打造“青云e购”O2O线上商城，进博会期间签约全球超30个优选品牌入驻“青云e购”商城，SKU进一步丰富，推动保税进口业务进一步发展。



▲海克斯康展厅。刘兰星 摄



■青岛三昌食品科技有限公司携核心健康食品矩阵参展。刘兰星 摄

共系合作纽带

除了开启“买买买”扫货模式，这些年来，青岛企业的角色也悄然发生变化。今年进博会上，许多青岛企业抓住机遇，与海外企业“交朋友、话合作、谋长远”，共享创新成果。

“每年的进博会都像打开了面向全球市场的‘万花筒’，让我们可以零距离接触最前沿的技术、产品和服务理念。”青岛中非商会长、青岛鸿亚润达国际物流有限公司董事长黄靖轶是进博会的“全勤生”，作为国际物流企业的负责人，同时又服务于中非经贸合作平台，她对开放平台的作用感触尤为深刻，“进博会这个平台，让中外企业从单纯的买卖关系，升级为共同研发、共同生产、共同开拓市场的战略合作伙伴关系，发挥了网络与信任构建的作用。”

在本届进博会上，服务贸易、消费品及医疗器械与医药保健等三大展区，是黄靖轶和团队同事关注的重点。特别是对医疗器械与医药保健展区的关注，不仅基于全球范围内对健康生活追求的普遍趋势，更源于其深刻认识到非洲大陆在构建现代化医疗卫生体系方面存在巨大且迫切的需求。“我们关注从基础诊断设备、便携式医疗仪器到高值耗材及医院整体解决方案的全产业链机会。为此，青岛中非商会在积极构建推动一个综合性的‘中非数字健康管理平台’。这个平台旨在超越传统的医疗服务模式，整合咨询、培训、设备、技术和服务。”黄靖轶称，希望通过进博会，链接全球顶尖的医疗科技与资源，未来能够将更多先进、适宜、性价比高的医疗设备与技术，通过商会高效、可靠的一体化通道引入非洲，并辅以相应的技术培训和远程支持，切实为提升非洲本土的健康管理能力和民众的健康福祉贡献一份力量。

本届进博会前夕，由商务部主办的“共享大市场·出口中国”系列活动启动仪式在上海举办。这对于持续关注进出口业务的企业而言，是一个重磅消息。

“我认为这是一个极具战略眼光和创新性的举措。它标志着中国从‘世界工厂’向‘世界市场’的转型进入了更系统、更品牌化的新阶段，而品牌层面也意味着从‘Made in China 中国制造’向‘Brand in China 中国品牌’的深度转型。这不仅仅是鼓励进口，更是向世界宣告中国愿意主动共享其超大规模市场的机遇，是一种更加积极、主动的开放姿态。”得知商务部启动打造“出口中国”品牌，黄靖轶感慨万千。她认为，这对于像非洲这样的不发达地区尤为重要，能为他们提供稳定、可靠、高价值的出口目的地，帮助他们融入全球价值链，实现共同发展。她坦言，“对于青岛中非商而言，我们非常振奋，并已做好准备在其中扮演‘双向桥梁’的角色。”

在这个“注意力经济”时代，“被看见”本身就是一种珍贵的资源。在此基础上，中国超大规模市场提供的广阔销路，转化为实实在在的订单与合作，更是进博会上每一位参展商迫切需要的发展机遇。

本届进博会首次设立了最不发达国家产品专区，163家来自这些国家的企业参展，较去年增长近四分之一。这意味着已连办八年的进博会正将更多目光投向“全球南方”，进博会正展现出更多普惠、包容与开放的特质，为世界注入了坚实的确定性。

本届进博会上，类似的故事还有很多。这或许也是某种提醒：世界应当更多看到全球南方国家的发展潜力，那里有很多等待被激活的动能，也有很多共同增长的可能。