经济日报社主管主办
《证券日报》社有限责任公司出版
证券市场信息披露媒体
官方网站：证券日报网 www.zqrb.cn
新闻热线：010-83251730 010-83251760

证券日报
SECURITIES DAILY

创造·发现·分享
中国价值新坐标

证券日报公众号 证券日报微博 证券日报视频号 证券日报抖音号 证券日报APP

2026年11月5日 星期四
第239期 总第7845期 今日36版

共赴进博之约

以开放破局、以共享聚势

第九届进博会今日开幕



进博会现场 郭冀川/摄

本报记者 郭冀川

11月5日至10日，第九届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）将在上海举办。本届展会以更扎实的规模增量、更清晰的开放逻辑、更普惠的共享设计，向世界传递中国坚定不移推进高水平对外开放的长期信心。

“进博会推动中国对外开放从积极融入世界经济，到主动开放国内市场、促进世界共同发展。”对外经济贸易大学国家对外开放研究院教授、国际经济贸易学院副院长吕越在接受《证券日报》记者采访时表示。

规模再创新高

数据直观印证了进博会作为全球开放平台的吸引力。据了解，本届展会总面积首次突破44万平方米，162个国家、地区和国际组织，4142家境外企业共同参与，各项核心指标均保持稳中有升的态势。

国家展的扩容是本届进博会的一大亮点。中国国际进口博览局党委副书记肖露介绍，前八届进博会，共有151个国家和国际组织参展，本届进博会有69个国家和国际组织确认参加，参展主体数量超过去年。

在捷克国家馆，弗罗明冰河纪水中国区销售总监樊丽群在接受《证券日报》记者采访时表示：“我们每年都参加进博会，借助这个平台可以进一步提升企业的品牌影响力，同时可以链接更多的资源与伙伴。去年我们与中国工商银行在进博会实现跨界合作，今年期望有新的合作产生。”

企业展的参展结构，更直接体现外资对中国市场的长期信心。从规模来看，本届进博会企业展面积首次突破37万平方米；从展商来看，世界500强和行业龙头企业首次超过300家，九届进博会“全勤”企业和机构近200家，首次参展的“新面孔”企业则超2000家。

企业展中，美、德、英、法等国企业参展面积领跑，其中美国企业参展面积超过5万平方米，连续八届保持第一，较去年增加了1500平方米；加拿大、新西兰企业参展面积为历届之最，澳大利亚企业参展面积较去年扩大了25%。外资企业不约而同扩大参展面积，背后是对中国市场潜力的持续认可。

外企持续加码

进博会的独特吸引力，从来不是靠短期政策红利拉动，而是以持续沉淀的开放机制，让每一家远道而来的外资企业，都能共享发展机遇。

施耐德电气执行副总裁、中国及东亚区总裁尹正对记者表示，随着科技革命、能源转型与产业升级持续推进，全球产业格局正加速调整，挑战与机遇并存。开放合作、携手共赢是新质生产力时代的鲜明特征。

“今年，我们已在中国建成了4家世界级‘灯塔工厂’。持续加大在华投入是我们扎根中国、服务中国的长期选择，更彰显我们对中国市场与产业前景的坚定信心。除了加强自身建设外，施耐德电气通过参加进博会不断扩大生态体系，携手更多中国伙伴开展联合创新，共同回应产业需求。”尹正说。

德勤中国董事会主席蒋颖表示，德勤持续迭代参展内容，推动合作从“展会相遇”走向“长期同行”，让“进博机遇”切实转化为企业的增长动能。面向未来，德勤将持续围绕企业全球化布局、AI产业赋能、绿色低碳转型三大方向输出专业价值，发挥平台纽带作用，打通产业升级与AI创新机遇、商业增长与可持续生态之间的价值链路。

吕越表示，在国际经贸环境不确定性上升的背景下，中国持续举办进博会，以实际行动彰显扩大高水平对外开放的坚定决心，为建设开放型世界经济提供稳定支撑。

强化共享属性

在开放的基础上，本届进博会的共享属性进一步具象为可落地的合作成果。例如，本届进博会升级亚非产品专区，配合中国对53个非洲建交国全面实施100%税目产品零关税，将宏观的开放承诺直接转化为非洲特色产品进入中国市场的订单增量，让发展中经济体能够切实共享中国市场的红利，把关税政策的民生实惠落到实处。

供需对接的全链条升级，让“共享”不再局限于进博会现场。据商务部副部长鄢东介绍，进博会筹备工作与“出口中国”品牌活动深度联动。一方面，邀请英国、西班牙、哈萨克斯坦、肯尼亚、泰国等担任“出口中国”年度主题国，联动进博会全球推介，推动海外优质出口企业与国内采购主体精准对接，加快打造辨识度高、国际认可度强的国家级开放品牌。另一方面，在埃及、德国、英国等国举办专场对接活动，把采购洽谈会办到贸易伙伴的家门口。

为了强化共享属性，本届展会期间，全国40余个交易团、600余个交易分团将到场开展采购对接，配套覆盖全链条的供需对接服务，大幅降低海外企业对接中国市场的门槛。

拜耳集团处方药事业部全球执行副总裁兼中国区总裁、拜耳中国区总裁周晓兰向《证券日报》记者表示，对于拜耳处方药业务而言，进博会不仅是展示创新的窗口，更是连接创新资源、推动合作共赢的重要平台。多年来，进博会见证了多款创新药物在中国的发展历程。

进博会的共享边界还在不断延伸。记者在进博会现场的采购商长廊看到，有来自综合商超、零售连锁、线上电商平台的相关企业负责人到场，参展商可快速筛选匹配自身需求的采购商，减少信息差，缩短对接周期，把展会现场交流切实转化为后续落地合作。

亚洲数字经济科学院院长陈柏珲对记者表示，海外企业进入中国市场，需要找到买家、理解规则、建立渠道，并判断投入能否持续。进博会把这些原本分散的环节集中起来，配合展后交易服务，帮助企业降低寻找客户和建立合作关系的成本。进博会的独特价值，是让进入中国市场的路径更加具体，企业能够接触不同地区、不同产业的采购方，找到适合自己的合作伙伴。

如今的进博会，早已从单一的商品展销窗口，升级为集国际采购、投资促进、人文交流等功能于一体的综合性国际交流平台。进博会以开放破局、以共享聚势，为全球经贸复苏注入源源不断的确定性，更多务实合作成果也将持续落地生根。

持续擦亮开放合作“金名片”

苏诗钰

金秋时节，浦江潮涌。11月5日，第九届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）在国家会展中心（上海）开幕，162个国家、地区和国际组织，4142家境外企业共赴这场进博之约。

今年是“十五五”开局之年，中国扩大高水平对外开放的步履坚定而从容。“十五五”规划纲要明确提出“持续办好进博会、广交会、服贸会等重大展会”。九年耕耘，进博会已然成为中国扩大开放、链接全球、赋能产业、惠及民生的重要窗口，呈现出开放底色更鲜明、创新动能更强劲、共享属性更彰显的特征。

开放底色愈发鲜明。本届进博会国家展阵容持续扩容，69个国家和国际组织确认参加，规模超过去年，加拿大、斯里兰卡担任主宾国，摩尔多瓦、罗马尼亚等5国和联合国开发计划署首次参展。企业展中，美、德、英、法等国企业参展面积领跑。数字跃升的背后，是全球企业对中国大市场投下的信任票，也彰显了进博会的国际影响力持续攀升。

进博会的蓬勃生机，根植于中国持续推进高水平对外开放的系统布局。近年来，我国稳步缩减外资准入负面清单，持续推进服务业制度型开放，不断优化市场化、法治化、国际化营商环境；自贸试验区、海南自贸港等开放平台持续推出制度创新成果，对接国际高标准经贸规则走深走实。进博会正是把这些制度型开放成果转化为市场机遇、合作红利的生动载体。

创新活水奔涌不息。本届进博会全球首发、亚洲首展、中国首秀的代表性展品突破480件，其中代表性的全球首发首秀展品超过200件，进博会已成为全球新品首发的重要平台。策展上“由点、及面、拓链”，聚焦前沿赛道精准发力，进一步强化全产业链展示布局。同时，聚焦产业创新，创新孵化专区将举办约20场路演和交流洽谈。

“十五五”规划纲要明确“积极推进首发经济”。上海正以本届进博会为抓手，多举措打通从“展品”到“商品”的转化链条，建立“6天+365天”常年展销机制，放大展会溢出效应。

共享属性持续彰显。随着朋友圈持续扩容，进博会正让发展机遇惠及更多群体。联合国贸发会议、联合国工发组织等6个国际组织参展参会。各部门、各地方协同联动，40余个交易团、600余个交易分团到会观摩采购，供需精准对接；人文交流展示规模创新高，31个省区市、新疆生产建设兵团及7家机构精彩亮相，经贸合作与文明交流相得益彰。

中国敞开大门，欢迎各国分享超大规模市场红利，也支持各国依托对华合作挖掘自身发展潜力，让开放的成果惠及更多国家、更多群体。

大江奔涌，开放不息。进博会向世界传递出清晰信号——中国扩大高水平开放的决心不会变，同世界分享发展机遇的决心不会变。期待各方以进博会为平台，把握机遇、凝聚共识，在开放融通中携手创造新价值。

今日视点

鹏鼎控股全球PCB营收九连冠是怎样炼成的？

创业故事联合调研组

在鹏鼎控股（深圳）股份有限公司（以下简称“鹏鼎控股”）的总部大楼里，公司董事长沈庆芳向记者徐徐展开一份手写卷轴，这份卷轴写于2006年，纸面历经岁月浸染已泛黄起皱，上面密密麻麻写满了字，“经营规划”四个大字以黑色马克笔着重加粗标注。

这份经营规划中，有一行字十分醒目：“要做PCB（印制电路板）业界世界第一”。彼时，鹏鼎控股仅是深圳本地数百家PCB厂商中的普通一员，并无差异化竞争优势。11年后的2017年，鹏鼎控股登顶全球PCB营业收入排行榜，并在次年完成深交所主板挂牌上市。

一家普通厂商是如何成为全球行业龙头的？又是如何连续9年守住宝座的？近日，《证券日报》记者实地走访鹏鼎控股，与公司核心高管团队进行交流，深挖鹏鼎控股穿越多轮产业周期、登顶全球PCB营收榜的底层逻辑，同时探寻其在AI（人工智能）产业爆发式增长的背景下，锚定第二增长曲线的全新战略布局。

长期主义跑出世界第一

“这是一个技术迭代持续加速、产业边界不断拓展的长坡厚雪赛道。”对于PCB行业，沈庆芳这样形容。

1999年，借势深圳电子信息产业爆发的政策与产业风口，鹏鼎控股的前身富葵精密组件（深圳）有限公司正式完成工商注册。彼时，国内PCB赛道格局分散、良莠不齐，初创期的富葵精密仅是毫不起眼的行业新进入者，产能体量偏小、技术积淀薄弱，迎面撞上全行业的共性发展瓶颈：高端制程技术长期被海外头部厂商垄断，国内中小厂商试图切入全球顶级电子巨头的供应链体系，但连准入门槛都难以达到。

2005年，沈庆芳正式接掌公司，次年便推出了写入企业长期发展基因的核心战略纲领——经营规划，搭建起覆盖愿景锚定、分阶段量化目标、核心落地策略、全链路运营范式、执行闭环管控的完整经营体系，从良品率考核指标，到全球化产能布局蓝图，全部实现体系化梳理，为企业后续成为全球行业龙头绘制战略路线图，并立志让公司做成PCB业界世界第一。

在当时的从业者眼中，这是个近乎天方夜谭的目标。但其成为鹏鼎控股跳出低端红海赛道、锚定高端化突围的核心战略锚点。

（下转A2版）

创业故事

今日导读

央行缩量续做3个月期买断式逆回购 ……A2版
长钱聚力 产业向新 ……A3版

第140届广交会圆满收官

中国制造向新向绿向智升级

本报记者 李雯珊

11月4日，第140届中国进出口商品交易会（以下称“广交会”）圆满收官。根据广交会发布的数据，共有来自219个国家和地区的35.2万名境外采购商到会，比上届同期增长12.2%。

据悉，本届广交会于10月15日至11月4日分三期举办，主题分别为“先进制造”“品质家居”“美好生活”，一大批智能创新、绿色低碳产品集中亮相，展现中国制造向新向绿向智的升级趋势。

产业集群“织”出大市场

在第140届广交会第三期现场，全国各地的产业集群带着特色产品亮相，向全球采购商展示中国制造的完整供给能力和产业韧性。

在昌邑市锦泰纺织有限公司展位前，一位欧洲采购商摩挲着无捻纱毛巾说：“这是欧洲市场的爆款产品，手感蓬松软糯，吸水性和亲肤表现都很突出。我与这家中国供应商已经合作了很多年。”

昌邑丝绸织造技艺传承多年，如今已形成遍布市县、环环相扣的现代产业链，山东潍坊（昌邑为潍坊代管的县级市）则形成从纺纱、织造、印染到成品的完整纺织产业集群，涌现出一批深耕海外市场的专精特新企业与贸易骨干企业。

“如今采购商的需求变了，不再一味比价。”潍坊市丰硕纺织品贸易有限公司负责人向《证券日报》记者表示，“我们不靠低价竞争，主打精准匹配。”据了解，本届广交会第三期开展以来，来自尼日利亚等地的老客户与该公司敲定了补货意向，来自南美、东南亚等地区的新采购商集中询盘，公司新兴市场拓展成效显著。

浙江省浦江县纺织产业链相关企业也集体参展，完备的产业链配套吸引众多境外采购商询盘、下单。例如，浦江宏盛工艺有限公司依靠完善的质量、环境管理体系认证，积累了服务国际大客户的成熟经验，公司在现场与多位采购商就新品开发、大货交付深入洽谈。本届广交会第三期开展以来，该公司已拓展来自美国、巴西等国家和地区的新客户，达成意向成交额300万美元。

产品迭代紧贴市场需求

全球消费需求持续迭代，本届广交会参展企业把技术攻关、绿色设计、细分场景落到产品研发和市场拓展的实处，紧贴海外市场的真实需求开发产品，积极获取订单。

“这么轻，真的能防砸、防穿刺？”在临沂春江安全防护用品有限公司（以下简称“春江防护”）展位前，一位欧洲采购商拿起单只仅重290克的劳保鞋，翻来覆去看了又看。企业工作人员立即递上检测报告，现场演示产品防穿刺性能。这位采购商原本只打算采购基础款安全鞋，但在现场体验超轻系列产品后，直接提出追加超轻防水款定制需求，最终敲定15万美元的订单。

290克背后的技术突破，是春江防护深耕产品创新、紧跟消费市场变化的生动缩影。据悉，本届广交会第三期开展前两日，该公司已累计接待境外采购商80多位，收获意向订单12笔，总金额220万美元。

紧扣运动休闲服装、户外旅游等市场消费趋势，不少参展企业在环保材质、定制研发上持续发力，意向订单陆续落地。东莞市一闲服饰有限公司（以下简称“一闲服饰”）的洽谈桌前座无虚席，不少采购商对其新款瑜伽裤兴趣浓厚。“企业发展的核心亮点在于‘技术+环保’双轮驱动。”一闲服饰相关负责人向记者介绍，公司采用节水染色技术，可减少80%的用水量，30%的生产能源来自太阳能；公司还能提供48小时快速打样和150余种潘通色定制升华印花服务，以满足采购商的差异化需求。

浙江省绍兴市上虞区崧厦街道作为“中国伞城”，集聚1400多家制伞企业，年产各类成品伞6亿余把，相关企业已连续28届“抱团”参加广交会。例如，在今年广交会上，浙江友谊菲诺伞业股份有限公司展出了从日常遮阳避雨延伸到露营、徒步、亲子户外等多元场景的产品。该公司在本届广交会上接待来自20个国家和地区的采购商，取得了较好的意向成交成果。

一支小小的铅笔在细分市场上写出了大文章。本届广交会，西安森普对外贸易有限责任公司（以下简称“森普贸易”）带来近100款SENPOL品牌铅笔，覆盖儿童绘画、学生书写、办公标记、高端美术等应用场景。“‘SENPOL’商标已在俄罗斯、澳大利亚、新加坡、印度等20多个国家和地区注册，很多采购商都是慕名而来。”森普贸易相关负责人史春彦表示。

本版主编：陈 炜 责 编：张 博 制 作：李 波
本期校对：包兴安 曹原赫 美 编：王 琳 崔建岐

● 国内统一连续出版物号：CN 11-0235 邮发代号：1-286 ● 地址：北京市西三环南路55号顺和国际·财富中心大楼东侧 3A区501号/502号 ● 邮编：100071 ● 定价：3元
● 编辑部：010-83251730 E-mail：zmzx@zqrb.net ● 广告部：010-83251716 ● 发行部：010-83251713 ● 监督电话：010-83251700 ● 广告经营许可证号：京宣工商广字第093号(1-1)
北京 上海 深圳 成都 同时印刷