从参展到扎根

“全勤生”见证对外开放双向共生

本报记者 郭冀川

一场持续九年的双向奔赴，正在中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）上演。

11月5日，第九届进博会在国家会展中心（上海）启幕。近200家连续九届参展的“全勤生”企业及机构，是本届盛会最亮眼的长期见证者。从展品来华试水、新品全球首发，到扎根本土共建产业链、打造开放创新生态，一批外资企业借助进博会平台，完成了从短期参展商到中国市场长期同行者的身份转变。

持续落地的创新成果、不断深化的产业协同，生动印证着中国超大市场的吸引力，也折射出高水平对外开放双向共生、互利共赢的深层逻辑。

展品变产业

历经九年沉淀，“全勤生”们的参展形态已经发生明显转变。今年集中亮相的全球首发及中国首发产品，不再停留于“展品级”概念，而是瞄准中国家庭场景、产业升级真实需求，首发即同步启动在华上市计划。

“本届进博会上，我们有5款创新产品及解决方案将实现中国首发，过去八年，我们累计展示约380项创新产品和技术，签署120余项战略合作协议。”ABB（中国）有限公司总经理康亮对记者表示，连续九年赴约进博，ABB持续把创新带到现场、把合作落到实处。今年，AI（人工智能）与数字技术是ABB展台的看点之一，更多融合创新的解决方案将借进博会平台走向全国市场。

对于企业而言，进博会不只是一个展销窗口，更是检验创新成色、验证产品生命力的第一现场。在3M展台，十余款全球及中国首发展品集中亮相，上百款创新产品有序排布，吸引参展观众与采购商纷纷驻足。

3M中国有限公司总裁丁泓禹在接受《证券日报》记者采访时表示，连续九年与进博会同行，3M始终将这一平台视为展示前沿创新成果、拓展本土合作的重要窗口。“我们致力于以材料科学的深厚积淀回应本土市场的切实需求，以多元路径推动科技与各产业深度融合。”

进博会已经成为全球新品首发的重要平台。

单点成合力

单品落地只是创新合作的起点。当首发产品完成从展品到商品的跨越，“全勤生”们的进博叙事，也从单一产品推介迈向产业链层面的协同共建。

依托进博会开放平台，部分外资企业不再独自闯关市场，而是携手本土伙伴打通技术、供应链、场景资源，在联合研发、方案共创中寻找双向共赢的空间。

霍尼韦尔科技大中华区总裁余锋在接受记者采访时表示：“本届进博会，公司携手200余家本土合作伙伴、供应商和行业机构，通过联合模型、联合方案和联合案例，展示生态共创成果，推动单点产品能力转化为面向真实场景的系统解决方案，加快创新成果规模化落地，并推动源自中国需求、在中国验证的创新成果走向全球市场。”

这种双向奔赴的合作模式，正在释放出远超简单交易的价值，外资企业带来的全球行业标准，帮助本土供应链完成品质升级，而中国成熟的产业配套能力与庞大的应用场景，也让海外创新技术快速完成商业化验证，反向打开全球市场通道。

在西门子展台，上海首条跨长江轨道交通线路——22号线（崇明线）的展示成为焦点案例，这不仅是西门子碳化硅辅助逆变器首次落地中国市场，更是西门子轨道交通领域全球数字化解决方案与本土需求深度结合的标杆案例。

西门子大中华区总裁、西门子中国董事长肖松表示，此次进博会西门子集中展示与40余家本土企业在数智化转型、低碳化升级与工业AI落地领域的实践成果，依托进博平台，西门子将继续携手生态伙伴，开放创新，探索产业智能化、绿色化、融合化发展的增长空间。

窗口向纵深

产业生态的深度融合，让进博会的溢出效应突破了短期交易的边界。

借助展会搭建的常态化对接渠道，“全勤生”们的合作版图持续拓展，投资承诺加速兑现，在本土研发、供应链优化、市场服务等环节持续扎根，把一次性展会机遇转化为长期稳定的发展动能。

在达能（中国）食品饮料有限公司（以下简称“达能”）展台上，系统展示了企业九年持续参展沉淀下来的落地成果。就在本届进博会开幕前夕，达能全新上海研发与创新中心正式启用。

外资企业早期以“展品输出、采购商引进”为主，如今他们深度参与国内技术研发、供应链优化、产业协同，既帮助海外产品适配国内消费与产业场景，也实现国内业务的高效运作。

江森自控大中华区总裁毛应俊在接受记者采访时表示，江森自控在中国建立了覆盖研发、制造、交付和服务的完整本土能力，为连接本土优势与全球资源提供坚实支撑。

毛应俊说：“我们希望通过进博会这一平台，展示中国团队如何依托本土创新能力和全球资源网络，为客户创造价值，并支持中国企业走向更广阔的市场。”

中国服务贸易协会可持续商业与创新工作委员会主任、北京工商大学商业经济研究所所长洪涛对记者表示，过往的开放叙事，更多锚定中国嵌入全球产业分工、扩大出口规模与吸引外资的主线，进博会恰好补齐了“中国作为巨型市场向世界分享机遇”这一关键维度。

一场跨越九年的双向奔赴仍在继续。这些“全勤生”企业及机构的转型轨迹印证：开放不是单向的机遇馈赠，而是互利共赢的价值耦合。进博会搭建的桥梁，一头连着全球前沿创新，一头连着中国广阔场景与产业沃土。依托这一开放窗口，中外主体持续深度联动，让开放红利不断转化为共同发展的坚实动能。



中国市场成全球创新优先试验场

本报记者 梁傲男 于 宏

第九届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）上，全球首发、亚洲首展、中国首秀的代表性展品超过480件，创历年新高。创新孵化专区汇聚了来自近40个国家和地区的633个科创项目，较上届增长近20%。

从《证券日报》记者现场对参展企业的采访来看，企业密集把首发首秀放在中国市场，表面上看是“看好中国市场”，更深层的原因在于，中国正从过去的“世界工厂”，变为全球创新必须经过的“验证场”和“策源地”。

“进博会是全球新品的‘首发场’，上海则要做全球新品的‘首发地’，努力把进博热度更好地变为上海365天的‘消费流量’和‘发展增量’。”上海市副市长卢山在日前国新办举行的新闻发布会上表示。

首发首秀密集落地

在消费品展区，多个品牌密集首发首展：MUJI首发首展植物染汉麻系列服饰，选用中国黑龙江汉麻与贵州板蓝、陕西核桃皮、河南茜草等天然植物染料；欧莱雅带来五大新品牌的中国首发。

“欧莱雅一直把进博会当成首发的窗口。我们现在近一半的品牌都是通过进博会首次亮相中国市场。”欧莱雅北亚及中国公共事务总裁兰珍珍对记者表示，进博会不仅是首发窗口，也是发展的加速器。

MUJI全球营销负责人、中国董事、CMO吴姝对记者表示：“MUJI全球首发的2027年春夏植物染汉麻服饰系列，从中国消费者的日常穿着需求出发，将本土天然材料、传统染艺与产业能力相结合，是我们与中国伙伴共同开发的成果。”

应帆科技总裁兼CEO王洋对《证券日报》记者表示，中国不仅是巨大的消费市场，更是全球竞争力的终极测试场。

王洋观察到，中国消费者“高试错意愿”与“低容错底线”并存：愿意给新品机会，但如果一轮反馈后没有实质进化，淘汰同样残酷。这意味着，中国已不是单纯的“销售终端”，而是决定产品全球竞争力的“测试与进化引擎”。

首发首秀的聚集，体现出中国市场“全球创新优先试验场”的吸引力。河南省商业经济学会副秘书长胡钰表示：“要持续发挥‘试验场’价值，关键在于三点：一是坚持高水平对外开放的主动性与长远布局，把中国大市场转化为全球共享的机遇；二是持续发挥平台作用，既做‘买全球’的引力场，也做中外产业合作的促进方；三是要为世界提供稳定的开放预期和国际公共产品，吸引更多国家和创新企业来中国。”

从“试水”到“共创”

把“首次亮相”交给中国只是起点，越来越多跨国企业在中国市场的战略布局，正从“试水”走向“共创”。

索尼中国相关负责人对《证券日报》记者表示，索尼坚信中国的创作者是未来全球创意生态的重要引擎。索尼长期开展的“中国之星计划”已助力多款本土游戏作品走向全球。

欧莱雅研发和创新中心北亚数字智能美妆总监叶成达告诉记者，进博会是连接企业需求与本土技术的重要平台。

胡钰分析称，进博会为国内外企业、科研机构协同研发架起了桥梁，既加快了国内企业升级和产业链整体创新的速度，也充分发挥了中国应用场景快速落地的能力。

共创的成效，已经体现在产品的市场表现上。“借助往年进博会，优衣库超10款首发首秀新品迅速成长为全国门店明星商品，从展台走向消费者身边。”优衣库相关负责人对记者表示。

阿迪达斯大中华区企业公关及可持续发展高级总监吴亮表示，中国在科技创新、产业转型、城市更新、消费变化等方面涌现出许多新机遇。因此，包括阿迪达斯在内的跨国企业持续加大在中国投入布局的力度。

从“中国验证”到“全球输出”

共创的结果，不止于服务中国市场。越来越多在中国完成验证的产品和技术，开始走向世界、反哺全球市场。

赛诺菲大中华区总裁施旺对《证券日报》记者表示，中国正在成为全球创新的重要目的地、出发地。赛诺菲将继续发挥全球研发网络的作用，让中国更深入地参与全球开发，让创新成果更快惠及中国患者，也支持中国科研成果走向世界。

正大集团中国区副董事长扬纲告诉记者：“我们已将在中国市场生产的米饭、流沙包等产品的配方和生产工艺复刻到泰国生产，以反哺原有市场消费者的需求。”

吴姝对记者表示，近两年来，MUJI已经开始利用中国的开发与制造能力，将部分在中国市场得到验证的商品逐步输出至海外市场，也在尝试将中国市场的成功经验向海外市场传递。

国家高端智库商务部国际贸易经济合作研究院院长、虹桥国际经济论坛研究中心主要负责人王雪坤表示，中国创新是全球发展的活力之源。中国鼓励开门搞创新，以全球开放合作共同应对全球发展挑战。中国的创新沃土还吸引各国企业扎根中国，在华设立研发中心、地区总部，找到研发伙伴、市场机遇，深度融入中国的创新链、产业链。

如果“在中国验证、向全球输出”成为一种可复制的路径，中国在全球创新格局中的角色将发生深刻变化。胡钰认为，跨国企业的全球布局将随之调整：首先，中国将从全球创新的“终点站”变为“起点站”；其次，全球研发网络将从“总部定义、中国适配”转向“中国定义、全球调用”，中国企业与国外先进技术的合作将走向更广更深。

金融服务搭桥铺路 优质商品加速“走进来”

本报记者 于 宏

一片“不是土豆做的薯片”、一颗墨西哥哈斯牛油果、一杯智利三文鱼冰淇淋要出现在中国消费者的餐桌上，中间隔着多远的距离？

在11月5日启幕的第九届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）上，金融机构给出的答案是：不远。从一张助力展品快速通关的银行保函，到让中外买卖双方直接“握手”的采购选品会，再到护航跨境货款按时到账的汇率避险工具，全球商品进入中国市场的每一公里，都有金融机构的接力服务。

进博会开展首日，《证券日报》记者观察发现，金融机构的展台并非集中在服务贸易展区，而是分散在进博会各个场馆。这折射出金融机构的服务正从“专区展示”走向“场景嵌入”，让金融服务与进口贸易的实际环节更加深入融合。

同时，记者在采访中了解到，金融机构的服务正呈现出三个清晰的着力方向：助力全球商品高效通关，帮助买卖双方精准匹配，保障交易资金安全流转。三个环节环环相扣，构成了金融助力进口贸易的完整图景。

助力商品高效通关

全球商品进入中国市场，第一道门槛出现在成交之前——展品能否“丝滑”通关，直接决定一家海外展商的中国首秀体验。

为护航本届进博会展品顺利通关，中国银行上海市分行为国家会展中心成功开立第九届进博会暂时进境进口展览品关税担保保函，金额3000万元。境外参展商凭国家会展中心出具的进境物资证明函和物资清单，即可实现展品快速通关。

如果说银行保函解决的是能否“顺畅进来”的问题，保险解决的则是“敢不敢来”的问题。中国太保已是连续九届参加进博会的“全勤生”。九年间，中国太保为进博会提供的保险保障从首届的350亿元升至今年的超1.25万亿元。数字的增长，既体现了中国进口规模的持续扩大，也体现出金融机构以风险保障为全球展客商注入底气，让跨境而来的参展商“敢来、敢展、敢签”。

为供需对接“架桥铺路”

进口贸易中，信息成本常常高过资金成本。海外展商摸不清中国渠道，国内采购商找不到海外货源。为破除这一困境，助力更多全球优质商品进入中国市场，金融机构正从多方面发力。

工商银行的受托布展模式就是金融积极撮合贸易对接的一个缩影。在进博会农食产品展区，近160家优质展商携全球好物集结工商银行展台，展品从泰国的椰系轻食、马来西亚的“不是土豆做的薯片”，到墨西哥哈斯牛油果、智利三文鱼冰淇淋，来自全球的物产沿着这条“金融桥梁”向中国市场汇聚。

展台不只是陈列窗口，更是对接平台。工商银行支持开办的重要采购商选品会、采购长廊继续亮相本届进博会，为参展商搭建直面国内主流采购渠道的实体对接阵地，目前已有20家优质采购商确认入驻。

交通银行发挥专业力量，积极助推中外经贸往来。本届进博会，交通银行组织超过1600名专业观众组成交易分团，覆盖制造、能源、医疗、消费品等多个行业，积极对接企业采购需求，促进供需双方精准匹配。

“连续九年参展，汇丰见证了进博会溢出效应的不断放大，也共享了中国大市场的开放机遇。”汇丰银行（中国）行长兼行政总裁王云峰表示，今年恰逢英国担任“出口中国”年度主题国之一，汇丰集团特别组织英国客户代表团赴进博会考察，零距离感受中国超大规模市场的活力。

金融机构撮合服务的半径还在向新业态拓展。例如，中国银行在农食产品展区设立跨境电商服务专区，集结市场采购主体、头部支付机构、主流电商平台等多元主体，集中展示跨境电商完整产业生态与服务案例。

为资金流转“保驾护航”

一笔跨境订单从下单到付款结算，中间可能会面临汇率波动、结算不畅等多重挑战。围绕参展交易商“结算便利、汇率避险”等需求，金融机构在本届进博会上交出了系统性方案。

浦发银行围绕进博会跨境交易推出离岸金融创新试点特色服务方案，覆盖离岸业务金融服务、自贸离岸债、离岸人民币外汇交易等场景，为进博会期间达成的全球性生产、销售与服务活动提供跨境结算、跨境投融资、跨境避险、全球资金调拨等综合服务。

政策性金融机构的力量同样在场。针对本次进博会，中国进出口银行紧扣客商多元化金融需求，发布“智融全球2026”专项金融服务方案，整合内外资源，依托多元信贷产品，联通国内外市场，助力外贸转型升级；聚焦进口贸易全链条，打造一站式综合金融服务，稳固产业链供应链。

汇率避险是外贸企业的刚需。交通银行工作人员向记者介绍，交通银行依托“交银航贸通”一站式综合服务，提供企业网银远期结售汇交易、掌上“一站式”汇率套期保值等工具，为企业抵御汇率波动筑牢防护屏障。

从3000万元的关税保函，到超1600人的交易团，金融服务贯穿了全球商品进入中国市场的每一个环节。虽然一年一度的进博会只有6天，但金融搭建的通关担保网络、撮合对接平台与跨境结算通道为进出口贸易提供着全年无休的底层支撑。正如一条看不见的“高速公路”，让展品变商品、展商变投资商的每一步跨越更加顺畅，也让中国超大规模市场与全球供给的对接更为紧密，持续释放开放合作的新活力。



本版图片均为进博会现场 郭冀川 梁傲男 于宏/摄