进博会上，APEC经济体参展商热议亚太合作——

共享开放红利　促进共同繁荣

本报记者　李欣怡　李安琪


①

源自新西兰牧场的羊驼毛，运抵中国后被制成温暖的家纺制品；马来西亚果园里的榴莲经冷链保鲜，摆上进博会展台；秘鲁创业者带来人工智能供需对接平台，连接中国与拉美国家的买家与农户……第九届中国国际进口博览会恰逢亚太经合组织（APEC）“中国年”，来自APEC经济体的展品跨越山海，展示、洽谈、对接，让展台成为合作起点、展品成为市场纽带。作为全球经济增长的重要引擎之一，亚太区域经济深度交融、产业高度互嵌。进博会通过供需对接、产业联动，为亚太经济体共享机遇、共促发展搭建广阔平台，助力亚太共同体建设走深走实。

开放平台　链接亚太资源

美国企业参展面积超过5万平方米，连续8届保持第一，较去年增加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25%……本届进博会上，APEC经济体参展热情高涨，参展规模持续扩大，展品内容更加丰富。

连续9年参展的万豪国际集团，见证着中国服务消费市场的扩容。万豪国际集团全球执行委员会成员、中国区总裁毛怡冰表示，中国持续推进高水平对外开放，旅游市场蓬勃发展，消费需求不断升级，为国际酒店集团在华发展创造了广阔机遇。万豪将继续携手本土合作伙伴，以更丰富的品牌选择和旅居体验满足多元化消费需求，助力旅游业高质量发展，促进中外人文交流与旅游往来。

在马来西亚中华总商会展台，山竹、海鲜、炭烧咖啡等马来西亚特色商品琳琅满目，其中不少来自当地中小企业。地里望农业生态旅游合作社相关负责人李伟慷向客商细致讲解猫山王、黑刺、金凤等不同榴莲产品的特点。“中小企业在开拓国际市场时往往面临资源、资金及人脉不足的困境，而进博会提供的国际化展示和交流平台，帮助它们接触到中国乃至全球的广泛买家，也更加了解国际市场的发展趋势。”马来西亚中华总商会总会长吴逸平表示。

2021年，新西兰太平洋羊驼家纺集团带着100多条羊驼被来到进博会，很快就在9平方米的展位上销售一空。2022年，该企业将3.3吨新西兰羊驼纤维运往中国，借助中国的精细化纤维梳理工艺开展加工合作，并于2025年与中国电商平台建立长期合作关系。今年，这家企业带着羊驼被、顶垫、羊驼服饰等更加多元的产品参展。“我们从进博会获得的不仅是广阔市场，更是与不同伙伴共同改进产品、升级产业链价值链的机会。”新西兰太平洋羊驼家纺集团董事长胡涛表示，进博会汇聚采购商和各类合作伙伴，各方可围绕具体产品需求，讨论切实可行的合作，为区域开放合作提供具体路径。

在巴布亚新几内亚企业的展台，香草荚、发酵可可豆、豌豆蛋白、木薯淀粉等特色农产品吸引不少客商关注。“我们的原料大多来自巴新本地小农与种植合作社。巴新负责原料种植与初级加工，新加坡承担亚太国际物流中转，澳大利亚提供区域质检仓储配套。中国既是终端消费市场，也承担深加工、产品应用开发。加工后的豌豆蛋白、粉丝、木薯猫砂等系列产品，远销美国、韩国等多个APEC经济体。进博会帮助企业以较低成本对接优质农户、现代产业和更广阔市场。”参展企业负责人李雪清表示。

澳大利亚天然生物科技有限公司也是进博会的“全勤生”，主营的可瑞比蜂蜜持续走俏中国市场；秘鲁羊驼毛玩具通过进博会打开中国市场，展会订单助力当地200多个手工艺人家庭脱贫致富……许多来自APEC经济体的中小企业展商从进博会中找到开拓市场、触达全球的宝贵机遇。“APEC助力亚太地区通过对话与协商凝聚共识，促进自由贸易与开放合作，进博会则为这些合作转化为实际成果提供重要平台。”吴逸平表示，进博会既推动商品进入中国市场，也促进APEC经济体之间的贸易合作。

创新驱动　激活发展潜能

新品首发之后，市场接受度如何？消费者有哪些新需求？进博会为企业提供了观察市场的直接窗口。本届进博会聚焦前沿产业与创新领域，集中展示各经济体新技术、新产品、新服务，助力亚太经济体以创新产品，共享中国高质量发展机遇。

在国家会展中心（上海）5号馆，不少参展者在新加坡傲胜展台体验中国首发的旗舰款养身椅。落座后，体验者通过非接触式监测技术，可直观看到自身压力数据，在音乐和定制舒压香氛中舒缓身心。“进博会是全球前沿科技进入中国市场的‘首发窗口’，也是中国创新需求与亚太乃至全球市场深度交融的重要枢纽。”傲胜（中国）总部管理负责人林晓慧表示，进博会帮助企业收集产品反馈，并以此反哺其他国家和地区的市场，“通过进博会，我们实现了‘立足中国，赋能亚太’的良性循环，让融合全球科技与中国本土需求的创新成果更好、更快地惠及亚太地区消费者。”

美国3M公司系统展示了以材料科学为核心的多元化创新解决方案。“中国市场对创新技术和产品的需求正快速迭代升级。我们将进一步深耕中国市场，为新技术、新模式、新业态的发展创造更多可能。”3M中国区总裁丁泓禹表示。

创新是亚太发展的不竭源泉，既体现在科技进步和产业升级中，也蕴含于发展理念、合作模式的不断更新中。去年，秘鲁Argo（爱高）品牌创始人特奥·罗哈斯首次参展，带来可可粉、藜麦片、卡姆果粉等产品，受到广泛关注，也让他萌生出搭建数字化信息平台的想法。今年，他跟随中国工商银行境外展团再次参展，计划于11月8日发布人工智能数字平台LAX86。“这一平台面向中国与拉美地区的买家、供应商、生产者和服务伙伴，提供商业信息检索与供需对接服务。”罗哈斯表示，数字化工具降低了信息成本，进博会提供了面对面建立信任、了解消费偏好和拓展长期合作的机会。作为中国高水平对外开放的重要平台，进博会已成为政策导向、市场需求与产业创新交汇融合的窗口，成为双向赋能、共创价值的桥梁。

从首届参展仅带来不足15款产品，到今年展示近百款创新产品与解决方案，美国嘉吉公司不断提升展品的科技含量。嘉吉农业与贸易亚太集团总裁柯沛瑜表示：“进博会为区域企业展示创新技术、交流行业实践提供了平台，有助于推动成熟技术和解决方案在不同市场间交流应用。”


②


③


④

协作联动　织密合作网络

纵观亚太发展历程，开放合作带来互利共赢。作为亚太大家庭的一员，中国始终以中国方案促进亚太合作，推动各方共同构建开放包容、创新增长、互联互通、合作共赢的亚太命运共同体。本届进博会汇聚亚太地区上下游优质企业，携手合作，持续筑牢区域产业链供应链稳定根基。

日常提神、户外出行、运动补水……在泰国天丝集团展台，一杯杯饮品对应着不同消费场景，客商和观众通过试饮直接反馈口感与需求。其中，企业2026年推出的维生素电解质饮料，把经过泰国市场验证的配方同中国消费场景、饮用习惯相结合，是天丝集团首款专门面向中国市场打造的电解质饮品。“进博会把中国超大规模市场的开放机遇转化为企业可落地的合作场景。APEC立足区域治理，在亚太范围内凝聚开放共识、搭建多边协作框架。”天丝集团首席执行官许馨雄表示，二者定位互补、协同联动，共同助力开放型亚太经济建设。

随着中国的市场需求进入企业研发和运营环节，进博会也由新品展示窗口延伸为产品迭代、渠道对接和投资合作的平台。作为进博会的“老朋友”，斯凯奇持续借助这一平台链接消费者、渠道伙伴与产业资源。斯凯奇中国、韩国及东南亚首席执行官陈伟利表示，进博会搭建起参展、洽谈、铺货、销售的完整链路和高效的供需桥梁，展会资源得以有效转化为门店上新、市场推广资源。目前，斯凯奇在中国销售的产品中，超过90%为中国制造，企业也将推动更多源于中国的创新成果和经验走向包括APEC经济体在内的全球市场。

加拿大国际贸易促进会已连续9届组织加拿大企业参展，今年展览面积达到442平方米。其中两家企业还在创新孵化专区举办产品全球首发活动。“进博会是连接各方的经贸桥梁。”加拿大国际贸易促进会会长郑小玲说，一件商品进入中国家庭，背后是一条跨越多个APEC经济体的合作链。以加拿大海鲜、鲜果为例，加拿大企业负责生产和品质控制，中国合作伙伴承担进口、分销和市场销售，新加坡、韩国等经济体则可提供金融、物流和检测服务。不同经济体在各环节各展所长，让区域合作更加密切。

“中国坚定不移扩大高水平对外开放，为外资企业在华发展提供更多机遇，也为APEC区域和全球贸易合作注入强大的确定性。”在中国三星首席副总裁张代君看来，进博会是中国扩大高水平对外开放的生动缩影，背后是规模庞大的中国内需市场、功能完备的产业链配套体系和活力充沛的创新链。如今的中国已是全球的制造枢纽、研发重镇和供应链核心。

上海美国商会会长郑艺认为，APEC为亚太经济体就贸易投资便利化、创新和区域经济合作等议题开展对话提供重要平台；进博会为包括美国企业在内的国际企业展示产品、了解市场需求和拓展商业伙伴提供具体机会。“期待两个平台能够继续促进企业之间的务实合作，为亚太地区的贸易与投资创造更加开放、透明和可预期的环境。”

11月18日至19日，APEC第三十三次领导人非正式会议将在深圳举行。进博会上的采购洽谈、技术首发和投资落地，为亚太合作提供具体的企业实践。在“建设亚太共同体，促进共同繁荣”的主题下，开放、创新、合作的共同愿景，正在各经济体的务实行动中积累成果，为亚太共同发展注入新的动力。

（本报记者**高石、李志伟**参与采写，**彭向善**对本文亦有贡献）


⑤

和音

拥抱亚太　联结世界

从上海到深圳，两座面向太平洋的活力都市，见证中国改革开放不断走深走实，也映照出中国与世界相向而行、合作共赢的宏阔格局

11月5日，第九届中国国际进口博览会如约在上海开幕。这场盛会恰逢2026年亚太经合组织（APEC）领导人非正式会议召开前夕，既是全球企业共享中国大市场的重要窗口，也是亚太区域深化协作、扎实推进亚太共同体建设的生动实践。当前，亚太地区经济保持较快增长势头，全球增长引擎地位更加凸显，但单边主义、保护主义抬头，各方对稳定发展预期、畅通务实合作渠道的期盼愈发迫切。持续扩容的“进博之约”，承载着亚太大家庭携手共促繁荣的共同期许。

在习近平主席亲自谋划、亲自提出、亲自部署、亲自推动下，进博会已经成为中国构建新发展格局的窗口、推动高水平开放的平台、全球共享的国际公共产品。本届进博会吸引全球162个国家、地区和国际组织参与，4142家境外企业参展，展览总面积首次突破44万平方米……一组组数据，直观印证着进博会的吸引力与生命力。世界清晰看到，中国持之以恒构建新发展格局、推动高水平开放，以实际行动推动建设开放型世界经济，以中国式现代化新成就为亚太和世界发展注入更大活力和动力。

众多APEC经济体踊跃参展，成为本届进博会一道亮丽风景。美国企业参展面积居各国首位，澳大利亚、新西兰、韩国以及东盟多国持续大面积参展，泰国、越南等国组团参展力度明显加大，再度担任主宾国的加拿大带来历届规模最大的代表团。进博会搭建起国际采购、投资促进、人文交流、开放合作四大平台，持续为各方企业创造对接机遇。经贸往来织密利益纽带，持续落地的合作订单，不断夯实亚太共同体赖以存续的利益根基。正如美国中美研究中心高级研究员苏拉布·古普塔所言，进博会为亚太乃至世界实现均衡发展提供重要实践平台。

畅通的市场通道，为区域创新成果转化提供沃土。本届进博会上，共有480余件前沿技术成果首发首展首秀，不少亚太经济体企业推出重磅创新成果：美国陶氏全球首发水性有机硅压敏胶，新加坡企业带来方舱式金属3D打印机，加拿大艾蒙斯特朗公司展示其标准模块化绿色制冷机房……集中呈现亚太地区蓬勃的创新活力。作为今年APEC东道主，中国将“开放、创新、合作”确定为优先方向，推动数字化、智能化、绿色化转型。进博会把贸易投资自由化便利化的共识转化为一笔笔订单，把数字经济、绿色低碳的合作愿景编织成产业链上的协作网络，为APEC议程落地提供可感知、可触摸的实践样本，为区域合作增添新的韧性与动能。

APEC是亚太地区最具影响力的经济合作机制，长期为区域增长繁荣发挥重要作用。“我们要坚守亚太经合组织促进经济增长、增进人民福祉的初衷，坚持在开放发展中分享机遇、实现共赢，推进普惠包容的经济全球化，构建亚太共同体。”习近平主席的重要论述，为新形势下亚太合作锚定前进方向。作为亚太大家庭一员，中国始终是区域合作坚定的参与者、贡献者。从连续9年举办进博会，到即将第三次主办APEC领导人非正式会议，中国循着开放合作的方向稳步前行，持续为处在十字路口的亚太合作注入确定性，传递携手共赢的信心。

从上海到深圳，两座面向太平洋的活力都市，见证中国改革开放不断走深走实，也映照出中国与世界相向而行、合作共赢的宏阔格局。面向未来，中国将继续以包容姿态拥抱亚太、联结世界，同各方一道，推动APEC合作从深圳再出发，向着共建亚太共同体的目标稳步前行。

图①：参观者在凯迪拉克展台参观。
本报记者　**韩　硕**摄
图②：在一家韩国公司展台，机器人在执行抓取任务。
本报记者　**曹鹏程**摄
图③：参观者向马来西亚展商了解特色产品。
本报记者　**李安琪**摄
图④：中企展出的M1载人飞行器。
本报记者　**杨　讴**摄
图⑤：进博会服务贸易展区人头攒动。
本报记者　**卢　涛**摄

本版责编：**邹志鹏　张慧中　褚　君**
版式设计：**沈亦伶**