淮南日报
长三角新闻
HUAINAN RIBAO

中共淮南市委主管主办　淮南日报社出版

国内统一连续出版物号　CN 34-0006

网址:Http://www.huainannet.com

2026 年 11 月 12 日　星期四

丙午年十月初四

总第 15972 期　今日 8 版

A1



长三角城市没有坐等“溢出”,而是主动设计承接机制

将“进博展期”延伸为更长“合作周期”

解放日报记者　刘　畅　徐心远

长三角观察

11 月 5 日至 10 日,第九届中国国际进口博览会在上海举行。6 天里,全球客商汇聚“四叶草”,前沿技术、先进制造和创新主体同台亮相。对跨国企业来说,这是一年一度集中展示、集中洽谈的窗口;而对不少长三角城市的商务部门和企业来说,一届进博会真正的分量,往往在展馆之外慢慢显现出来。

一个故事可以说明这种“会后”的分量。今年 5 月,勃林格殷格翰大中华区总裁兼首席执行官苏晏宁履新不久,就带队到泰州考察;不到半年后的 11 月 5 日,企业在进博会现场与泰州签下深化合作协议。签约只用了展会中的一小段时间,背后却是双方十几年的往来与半年的推进。进博会提供的,正是把这种长期积累在一个时间点集中兑现的场合。

长三角某地商务部门负责人坦言,当地需要的大宗货物,谈的都是若干年的长单,“很难在一个具体的展会上立刻谈下什么大单”。但即便合作不在 6 天内落定,并不意味着展会没有价值,恰恰相反,它把原本分散在全球的客商、项目和渠道,在几天里集中到了同一座城市。

于是,溢出效应落在哪里,就成了一个值得追问的问题。从泰州、南通到义乌、衢州,长三角城市给出的答案是“溢出”不只是一纸订单,而在展会之外——城市主动设计承接方式,把 6 天的展期延伸成更长周期的合作。

抢时间,签项目

对泰州市商务局副局长杨昊珺来说,进博会最稀缺的资源是“时间”。

11 月 5 日,泰州与跨国公司的对接安排得极满。泰州市领导一行的进博会巡馆第一站是阿斯利康,企业全球执行副总裁到场,泰州争取到的时段是下午 1 点 20 分到 1 点 50 分。“我们一直聊到 2 点多,下一拨人就要稍微等一等。”杨昊珺说,平时这些外企高管行程比较忙,时间很难凑到一起,而在进博会,“只要人在这里,就可以一拨接一拨地来会见”。

这种“集中会见”的效率,最终落在一个个具体项目上。11 月 5 日,勃林格殷格翰与泰州签署深化合作协议,投资 1320 万欧元建设禽类灭活疫苗项目。项目建成后设计产能年产 180 万瓶疫苗,具备 3000 升抗原生产能力,预计年销售收入约 2.5 亿元。

1320 万欧元,在进博会的签约项目里并不算大。但泰州看重的不是这个数字,而是一条走了十几年的路。勃林格殷格翰 2012 年落户泰州医药产业园,2013 年成立江苏勃林格殷格翰生物制品有限公司,生产猪用蓝耳病疫苗,累计投资已达 1.2 亿欧元;泰州工厂 2017 年获 GMP 证书,2018 年进入商业化生产,2025 年营收 4.5 亿元、纳税 6402 万元。杨昊珺讲了一个细节:这个项目十几年前落地中国时,曾因外商投资指导目录的限制类目等问题被卡住,是泰州主动争取突破才落了地。当年还有人觉得这个赛道太小,并不看好。但经过十几年积累,产业赛道发展蒸蒸日上,新项目的落地更是为泰州动物保健产业发展注入新的强劲动能。在进博会的现场签约,也给双方提供了一个高规格“见面”与“见证”的场合,凸显出长期合作的分量。

招商型溢出效应,从来不是一锤子买卖。在杨昊珺看来,这正是进博会的“性价比”所在,“机会成本相对来说比较低,可能产生的机会收益又非常大”。上海到泰州大约两个半小时车程,“进博会后,请客商们顺路到泰州考察。”杨昊珺说。

南通走的是另一条路:把需求做成清单,带到进博会上“按图索骥”。

南通“靠江靠海靠上海”,船舶海工、高端纺织、新材料、新能源等产业集聚,全市新能源装机容量达 1870 万千瓦。园区如何提高绿电消纳能力?工厂怎样回收余热、改造工艺?企业如何建立碳管理体系、对接国际认证?都是具体问题。今年,南通把这些问题带到了进博会。

11 月 6 日,南通市与跨国公司 ESG 合作对话会上,4 张合作清单发布,覆盖零碳园区、重点企业可持续发展、医疗健康和人工智能领域。南通把自己需要的技术、服务和能够提供的应用场景列出来,邀请全球伙伴按“单”寻找合作机会。对话会当天,南通市商务局与西门子、科思创、默克等 10 家单位发起成立“长江口产业可持续发展(ESG)协同创新共享中心”,首批约 120 家企业和机构加入。很多对接并非今年才有,但借助进博会的“溢出”,把多年零散的往来固化成了常设接口,从一次见面,到开创一条长期通道。

找渠道,接生意

项目靠谈,生意靠接。对义乌、衢州等城市来说,进博会为本地企业也铺开一条通向市场和客商的路。

进博会办到第九届,“年年如约而至”本身就在积累一种东西。在义乌经营精品瓷器的王先生告诉记者:“今年看过展品的客户,未必立刻就下单。但等到第二年再来,发现熟悉的商家还在,生意就更可能往前走一步。”一笔订单从注意到商品、了解商家到决定合作,有时要跨越两届展会。

今年,商城集团组织了十余家在义乌国际商贸城经营、销售表现较好的商家参展。与个人消费者不同,企业客户从看中产品到确定采购,往往需要反复接触,展位上的一次见面只是开始,后面还要继续沟通。也正因如此,参展的收获很难用现场卖出多少商品来衡量:一位留下联系方式的采购商、一次尚未确定结果的洽谈,都可能成为后续生意的起点,连续出现在同一个展会上,也让双方有了进一步了解的机会。

值得一提的是,今年,义乌展商还邀请多位网络主播到现场,把展品带进直播间,在进博会现场开播,流量表现比平时更好。一边是需要反复接触的企业客户,一边是通过直播即时聚拢的关注,展位连接起不同的买家。

衢州则把进博会明确当作“引进来”和“走出去”两条主线的平台。“不能依靠企业自己单打独斗,需要抱团出海,政府层面就是给企业创造更多的平台。”衢州市商务局副局长余旭恒说。走出去方面,衢州以“产业带+品牌、海外仓+跨境电商”模式,结合当地较为成熟的特种纸、机电、制冷剂产业集群,助力制造业企业出海。

苏州交易团的变化更具代表性。据苏州交易分团方面介绍,自进博会举办以来,苏州的参展注册单位、专业观众数量持续高位运行,注册报名人数和意向成交金额连续 8 年位居江苏全省首位;交易团组成已从以传统贸易商为主,转向生产制造、科创企业、外资企业、文旅文创多元参与,企业诉求从“单纯买货”转向“贸易+投资+创新”。

无锡还把惠山泥人的跨界联名产品、王源吉冶坊的镶嵌铁壶、宜兴紫砂的现场技艺展示带上江苏人文交流展区,今年首次有科技企业亮相——远也科技的肌肉外甲、无锡未来镜的歌词音箱系列,与“老字号”同台。展台让城市和产品被更多的人看见,采购让设备和技术流回本地,一进一出之间,生意就接上了。

九届办下来,进博会与长三角城市之间,已经不只是“参展”与“举办”的关系,不同城市产业结构和需求有差异,但共同点清晰:长三角城市没有坐等“溢出”,而是在主动设计承接溢出效应的机制,把 6 天的展期延展成项目、渠道和信任的更长周期。进博会的价值,也正在这些展馆之外的接续里。



连日来,安徽歙县北岸镇金竹岭贡菊基地云雾氤氲,漫山遍野的黄山贡菊迎风盛放,从高处俯瞰,层层梯田白花如雪,云雾缭绕其间,胜景如画。
安徽日报通讯员　何　清　摄

五线路览胜　半小时入画

吴江邀上海市民共赴秋冬之约

新民晚报记者　毛丽君

立冬风起,江南秋韵尚存,冬意轻柔漫开。上周末,“寻味江南　乐游吴江”2026 吴江秋冬文旅(上海)消费推广季登陆上海白玉兰广场。悠悠水乡景致、雅致丝韵书香、鲜美湖鲜烟火齐聚繁华商圈,将吴江独特的诗意风物搬到沪上市民身边,邀请大家解锁半小时可达的高品质秋冬周末微度假。

同里古镇古韵悠然,临河老街古朴雅致,街巷满是糕点烟火,是冬日散心的绝佳去处。郊野山林层林尽染,风光清新自然,适合亲子出游亲近山野。东太湖 S 湾岸线风光出圈,水鸟翩跹、落日绝美,环湖绿道适宜骑行漫步,尽享松弛治愈的滨湖时光。此外,丝绸工坊、文博场馆底蕴深厚,可近距离观摩传统织造工艺,感受宋锦蚕丝的千年匠心与江南文脉。依托沪上推广契机,吴江推出了贯穿整个秋冬的常态化惠民举措,为上海市民跨城短途出游提供多元实惠的游玩选择。

活动现场发布五条两天一夜秋冬精品游玩线路,适配上海市民周末出行习惯。古镇慢游线探寻水乡古桥老宅,体悟江南烟火;湖畔休闲线漫步滨湖空间,静赏晨昏湖景;乡野秋探线走访运河村落,领略乡土韵味;丝绸非遗线溯源蚕桑文化,解锁织造奥秘;书香研学线串联文博资源,寻访先贤文脉,全方位适配各类出游人群。

多重惠民福利同步推出,市民在现场可免费领取专属游玩入场券,参与趣味互动体验和集章抽奖。海量出游权益涵盖景区入园、乡村体验、非遗手作、休闲餐饮、特色住宿等多个品类,让市民沉浸式邂逅吴江、乐享秋冬旅途。

吴江紧邻上海,坐落于长三角半小时都市圈内,跨城出行便捷高效。本次活动达成多项文旅合作,为沪吴两地深度联动筑牢基础。双方将依托上海入境旅游枢纽优势,联合打造江南特色文旅产品,将吴江塑造为境外游客领略原生态水乡风情的核心目的地。

长三角动态

全球环境与可持续发展大会永久落户 水乡客厅·方厅水院

解放日报记者　巩持平

日前,2026 全球环境与可持续发展大会在长三角生态绿色一体化发展示范区开幕。

会上,全球环境与可持续发展大会永久会址国际合作平台正式启幕,大会永久会址落户长三角生态绿色一体化发展示范区水乡客厅·方厅水院。中国工程院院士郑庆华、徐祖信,欧洲科学院院士阿诺德·塔克(Arnold　Tukker)等现场见证。

一场聚焦环境与可持续发展的国际大会,为何选择方厅水院作为永久会址?

“全球环境与可持续发展大会已经持续举办了三届,打造一个永久会址是我们长期以来的愿望。”同济大学环境科学与工程学院院长王志伟表示。全球环境与可持续发展大会由同济大学发起、经教育部批准,曾于 2023 年、2025 年两次在示范区举办。

2025 年 5 月 21 日,方厅水院正式通过综合竣工验收。当年 6 月 8 日,2025 全球环境与可持续发展大会便在此举办,成为项目投运后首次承接的大型国际性会议,方厅水院完成了从建设项目到国际交流空间的“首秀”。

在此前合作基础上,今年 9 月 28 日,长三角生态绿色一体化发展示范区执委会与同济大学在水乡客厅签署合作协议,确定将大会永久会址设在水乡客厅·方厅水院。

方厅水院以长三角原点为中心,跨越沪苏浙三地,总建筑面积约 10.4 万平方米。沿中轴线,长三角馆设于太浦河南岸,四角分别设置沪苏浙皖主题展馆,各馆通过三座跨域步行桥及连廊相互衔接,形成跨域一体的长三角共享会客厅。

从 2023 年 5 月 24 日正式开工,到 2025 年 5 月竣工验收,方厅水院将跨区域协同理念转化为可感可见的公共空间。作为长三角跨省域协同发展的标志性项目,它既是展示一体化发展成果的窗口,也承载着制度创新、空间协同和绿色发展的探索。

全球环境与可持续发展大会吸引了世界各国环境领域专家到访,王志伟说,不少外宾对这里实现跨区域一体化发展的具体路径非常感兴趣,“环境治理既需要技术创新,也需要政策和管理作为支撑”。

同济大学相关负责人表示,永久会址国际合作平台的启用,为相关领域搭建起常态化国际合作载体。同济大学将依托环境与可持续发展领域的学科优势和国际合作网络,与各方携手,把大会办成汇聚全球智慧、服务绿色转型的长期平台。

根据安排,11 月 10 日至 11 日,大会举行绿色科技发布活动、中欧 ESG 论坛、可持续领导力专题活动,以及绿色低碳产业投资、固体废物治理、创新场景和零碳园区合作等系列交流对接活动。“绿动未来”可持续创新展也同步举办。

同时,长三角绿色科技创新周首次与大会同期举办。王志伟介绍:“大会不光面向科学家,还要把企业家、投资方、政府官员等聚集在一起,设定不同主题,通过组织发言、圆桌讨论等形式让各方思想碰撞,产生更好的想法。”以此推动科技创新与产业创新深度融合,助力绿色低碳科技成果转化落地。

长三角企业从闵行“链”接出海通道

今日闵行

日前,第三届“汇聚侨海资源助力‘丝路电商’合作先行区创建”主题活动在上海虹桥会议中心举行。活动聚焦“电商赋能企业出海”,围绕人工智能应用、海外市场拓展和风险防范等内容展开交流,进一步放大进博会溢出效应。

AI 赋能　推动出海从“卖得出去”到“卖得好”

企业出海,不只是把商品卖到海外。如何精准选品、做好本地化运营,以及应对物流、清关等问题,都是企业需要面对的现实考验。

活动现场,致公党上海对外经贸大学支部主委李医群发布“电商赋能企业出海创新案例”。今年 3 月,致公党闵行区委联合上海交通大学、上海对外经贸大学等单位组建评审工作组,从数十个申报案例中遴选出 5 个代表性案例,涉及模式、运营、品牌、服务和技术出海。

其中,浙江众为安智能科技有限公司借助 AI 电商经营平台“品域画布”,将产品洞察、内容生成和营销投放等环节连接起来,据企业介绍,相关运营成本降低约 80%。另有企业通过本地化营销和精细化渠道管理,实现平台转化率提升 40%、退货率下降 30%、库存周转率提升 50%。

技术应用也延伸到了物流环节。上海迅由国际物流(集团)有限公司建设物流知识库,将线路信息、清关报价等业务资料整合起来,并引入智能检索问答工具,帮助工作人员快速查询信息、响应客户需求。

从选品营销到物流服务,这些案例展现了数字技术在企业出海各环节的实际应用。李医群认为,企业需要从单纯拓展销售渠道,转向品牌本地化、运营精细化和服务协同化,提升综合竞争力。

技术之外,了解海外市场同样重要。国际山地旅游联盟副主席兼秘书长何亚非在主旨报告中指出,跨境电商正成为突破传统外贸发展瓶颈的重要力量,而侨商熟悉所在国市场、可以连接中外资源,在推动企业本土化发展方面具有独特优势。他建议进一步完善“侨务+电商”赋能体系,加强数字侨商培训、公共服务平台建设和数字技术应用。

如何让中国品牌在海外市场站稳脚跟?阿里巴巴全球速卖通招商运营负责人王权认为,中国制造出海正从早期依靠低价和跨境直发,转向全球履约和品牌化发展。“过去 15 年,中国制造解决的是卖得出去,未来 5 年,要想的是卖得好。”他介绍,平台正通过品牌化、本地化、AI 化、合规化等方式助力商家拓展全球市场,目前本地化业务占比超过 30%,品牌化业务占比超过 20%。亚马逊中国公共政策高级总监刘涛也分享了依托开放平台和合规服务助力中小企业出海的实践。

以侨为桥　链接海外市场与产业资源

活动现场,“丝路臻选·品汇市集”设置 43 个标准展位,集中展示江浙沪皖、云贵地区特色产品及海外进口商品,并面向电商平台、侨商采购团队开展供需对接。

在翠缘祥展位,店主是一位缅甸华侨,展出的翡翠产品均来自缅甸,除了在国内销售,也销往加拿大、美国等市场。店主介绍,虹桥品汇、进博会等平台为商户提供了商品展示和资源对接的机会,也帮助产品拓展销售渠道。一个展位背后,连接的是海外商品资源和更广阔的消费市场。

活动期间,“大虹桥致公之家”特聘专家聘书颁发仪式举行,为来自高校、法律界的首批 8 位专家颁发聘书。现场还设置“融智会客厅”,提供项目合作、出海政策、海外法律等咨询服务;专题研讨围绕跨境金融、企业差异化竞争、产业链协同及“一带一路”市场机遇与风险防范等议题展开交流。

(据 11 月 9 日今日闵行官方微信
见习记者　方筱娅)