



# 在更开放的中国市场大显身手

中青报·中青网记者 马子倩

“上升”“上升”“上升”——11月5日下午,《世界开放报告2025》在第八届虹桥国际经济论坛上发布,中国开放指数的表现,为开放总体收紧的世界注入了一针“强心剂”。“2008年以来、2019年以来,中国开放指数分别上升12.44%和1.44%,2024年同比上升0.5%,在主要经济体中均位列第一。”中国社会科学院世界经济与政治研究所所长廖凡作为发布人介绍说,一系列数据既表明中国扩大高水平对外开放的坚定决心,也展现出中国特色开放路径的强大生命力。

当天上午,第八届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)在上海开幕,新老朋友如约而至。本届进博会展览面积和企业总数均创历史新高——展览面积超过43万平方米,参展企业在去年3496家的基础上新增600余家,共有155个国家、地区和国际组织参与这场中国共享超大规模市场的开放盛会。

## 进博会是跨国公司的“实验室”

今年恰逢中国和瑞士建交75周年,空气净化信息科技企业瑞士艾可爱尔全球首席执行官弗兰克·哈姆想做些“特别的事情”。

“我们必须更深入地思考中国市场,而非限于提供在世界各地都能购得的商品。拿出能体现我们对中国尊重与友谊的产品,是真正激励我们的动力所在。”哈姆告诉中青报·中青网记者,相较单纯“推销产品”,艾可爱尔第六次参加进博会,更多是“为了给来到这里的人提供一些具有文化启发意义的价值”。

本届进博会上,该公司搭载仿生科技的Atem X珐琅臻彩系列空气净化器完成全球首发,主打纹样灵感源自清代掐丝珐琅螭纹连体扁瓶,中心用甲骨文变形的“吉”字样,配合水纹、火焰纹重组形成龙凤兽面纹样,寓意“龙凤呈祥、吉祥安康”。

中西文化在科技与美学的碰撞中实现了对话,用哈姆的话说,完成了一次“实验”。他形容说,一年一度的进博会像是跨国公司的“实验室”,用来找出中国乃至更广阔市场里的消费者喜欢什么。

同样在进博会上带来全球首发产品的,还有经营家居清洁用品的葡萄牙头部品牌莱汰。莱汰展区内,一块“绿色天然系列全球首发”的标示牌被摆在入口处最显眼的位置。莱汰大中华区总裁周俊告诉



11月6日,上海,来华参加第八届进博会的加纳参展团在展馆外主标识牌前合影留念。本届进博会积极扩容非洲产品专区,非洲企业参展数量同比增长80%。

中青报·中青网记者,这次推出的绿色天然系列新品覆盖了衣物清洁、浴室除垢与厨房去油三大高频家庭清洁场景。

展会期间,观众可通过香氛投票的方式参与莱汰新款香氛洁厕球的产品研发。“我们希望借此打造出真正契合市场期待的创新单品。”周俊说,快的话,一个半月后就可以在市场上看到新品亮相。

连续8年参展的莱汰是进博会的“全明星”。谈到“十五五”时期的中国市场,周俊表示,莱汰将积极响应规划,将更多环保、安全的清洁产品引入中国市场,助力美丽中国建设。

据中国商务部副部长盛秋平介绍,本届进博会将展示461项新产品、新技术、新服务,让中国大市场成为全球创新的试验场、利润率、应用场。“不要忘了这是进口博览会,每年都有很多来自不同国家的海外客户前来与我们寻求合作。”日邮物流(中国)有限公司海运事业部总监潘旭峰说。

## 中国伙伴保障供应链高效运作

“刚进入中国市场时,大家对我们品牌的认知度为零。”周俊说,正是借助进博会这样的高水平开放平台,莱汰才得以顺利走上中国“货架”。以上海为例,“如今,大家在麦德龙、沃尔玛、‘胖东来’等商场都可以购买到我们的产品”。

成为外国品牌与中国本地市场的“连接”,让麦德龙商业集团有限公司首席执

2025年11月5-10日 Nov. 5-10, 2025 国家会展中心(上海) NECC, Shanghai

CIIE

CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO

2018-2025

CIIE&lt;/