

## 东方国际交出八届进博全勤答卷

# 链接全球资源，铸造开放标杆

文/李晔

招展面积1.5万平方米、组展45个国家和地区的70余家展商，引进世界500强和“隐形冠军”等企业10家以上，物流服务面积逾9万平方米，会场内意向采购金额创历史新高达5.16亿美元，稳居国资采购分团第二位置……

对此，东方国际集团党委书记、董事长季胜君深有感触——这是东方国际作为进博会“八届全勤生”，在不久前落幕的第八届进博会上刻下的一个个

自我超越的里程碑。

2025年11月5日至10日，第八届中国国际进口博览会成功举办。东方国际始终牢记进博会“主力军、主渠道、主平台、主枢纽”的使命担当，全力以赴执行“四商合一”角色，以高度的责任感与专业精神，圆满完成了服务对接第八届进博会的各项既定任务目标，实现了服务能级和业务成效的双重跃升。回应进博会“越办越好”“常办常新”的时代嘱托，由此又添生动注脚。



图1:2025年11月5日,第八届中国国际进口博览会东方国际集团境外展团。  
图2:虹桥商务区保税物流中心。  
图3:虹桥品汇建筑外观。  
图4:2025年11月8日,东方国际集团主要领导调研集团境外展团。

图5:2025年11月5日第八届中国国际进口博览会,上海国际友城港现场。  
图6:第八届中国国际进口博览会首票进境展品由东方物流提供全程运输与报关服务。

### 六维发力铸先锋

### 三新突破启新程

从首届进博会引入斯洛伐克“会飞的汽车”Flying car,到本届进博会上汽车及智慧出行展区“未来出行”专区内展出御风未来M1型号系列飞行器。从引入奥地利珍得巧克力在上海打造巧克力剧院甜蜜地标,到助力日本黑木料理从进博会后勤保障者变为“出道即巅峰”的参展商……

在连续八届进博的精彩蝶变中,身为组展商、采购商、服务商、供应商的东方国际,始终是见证者、参与者与推动者。八年来,东方国际广邀宾朋、乐搭桥梁、力拓市场,秉持“常态化、结构化、精细化”主线,在传承中创新、于突破中前行,以六方面精准发力,一个开放先锋的形象愈发清晰起来。

**机制筑基,发扬务实作风,巩固长效机制。**经多年淬炼沉淀,东方国际打造了一支经验丰富、战斗力强的专业团队,构建了一套横向到边、纵向到底、行之有效、持之以恒的管理办法,并正逐步搭建和完善服务对接进博会的常态化运作机制,努力做到“四个最”——全方位对接最迅速、全品类资质最完整、全过程服务最到位、全周期办博最优质。

**资质赋能,提升专业水准,打造服务标杆。**进博会中,东方国际拥有颇为特殊的“双唯一”身份,即“唯一组展涵盖全展区的展览合作伙伴”“唯一拥有招展、招商、特装搭建和主场物流运输全系列资质企业”。东方国际集团精心维护巩固好进博会“4+1”办展资质,即企业商业展览合作单位、上海地区唯一招商合作单位、特装施工服务商、主场运输服务商,以及承担上海交易团秘书处工作,有针对性地加强与进博局(国家会展中心)、市商务委、市合作交流办等的持续常态化沟通,确保各项资质的顺利落地,实现与各项资源的有效对接。

本届进博会,东方国际的组展实际面积是原定目标的1.23倍,国别(地区)数亦超过上届;集团旗下东方物流,负责整个消费品展区3个馆,共服务展商635家,提供海运拼箱/整箱、空运/内陆等全模式全程物流。尤其值得一提的是,东方物流通过引入

数字化调度系统,优化通关流程,加强现场协同,实现了展品申报、运输、仓储、布展的无缝衔接与零延误,为进博会树立了一个高效、精准、安全物流服务的标杆。

**专业提质,优化招展成效,发力全球展示。**八年来,东方国际始终是进博会的招展担当,本届进博会近1.5万平方米的组展面积,在进博会所有招展合作伙伴中遥遥领先。但东方国际依旧自我加压,不断复盘往届进博会,总结优势、经验及不足,以实现展位设计与展陈水平的逐年提升。比如,从第四届进博会起,东方国际聚焦食品和农产品展区,在综合性展陈中突出国别特色和专业化采购。到第八届进博会,集团延续“全球精品,东方直采”主题,在农食产品展区设立综合展位,首次以CHIE Exhibition Partner“东方国际境外展团”名称出现,突出集成全球资源,引领美好生活,加强多元化服务功能,体现新质生产力、数链数字化、产地有溯源科技加持。综合展位融合了“上海国际友城港”“中欧班列——进博号”“上海人民广播电台进博联合演播厅”“华侨事务中心服务站”等特色场景,成为集中展示全球好物的重要窗口。展位内设立的30平方米活动区,在展会期间高频次滚动举办政策解读、新品发布、采购签约、品鉴交流等系列互动,形成人气爆棚的磁石效应,展现了集团卓越的资源整合能力,也在联合朋友圈扩展量中初步形成了联动放大效应。

**采购增效,扩大采购成交,彰显责任担当。**采购成交量,是衡量进博会举办成效的一个关键指标。本届进博会,针对展商,东方国际预判在前,因企施策,早在展前就提前开展专题培训,内容涉及对接计划、进馆路线、采购系统和信息上报等多项工作;到了展中,集团又组织业务团队大规模登台对接,从而最大限度将客户资源转化为落地业务。最终,集团实现场内意向采购金额5.16亿美元,在上海国资采购分团中已连续四年名列前茅。此外,在全力完成自身采购目标任务的同时,东方国际还积极履行国有企业社会责任,圆满完成了对欠发达

国家参展企业的采购任务,与卢旺达客户达成成交5单。

**溢出赋能,发挥联盟作用,构建跨区域生态。**东方国际打造了常年展示交易平台虹桥品汇,汇聚了60多个国家的咖啡豆,上海几乎每两杯咖啡就有一杯的豆子来自虹桥品汇。8.5万款进博同款在虹桥品汇常年展示,2024年交易额超过300亿元。以虹桥品汇为首,这样的市级“6天+365天”交易服务平台,东方国际集团旗下总共有6家,有效承接进博会溢出带动效应。

东方国际依托进博会华东进口商合作联盟、上海交易团综合贸易服务商联盟,构筑起进博会“展前精准对接+展中高效撮合+展后持续转化”的全周期、一体化服务体系。尤其是华东进口商合作联盟,现已形成特色鲜明的品牌活动模式和固定时间表——每年盛夏,相聚虹桥品汇,共商合作大计;时逢金秋,走出上海,赴相关省份考察项目、签约洽谈。比如今年7月22日,华东进口商合作联盟就在虹桥品汇参加进博会倒计时100天活动。而今年9月24日至25日,华东六省一市又把秋季之约锁定山东,第八届进博会“走进山东”活动在青岛举行。联盟这一跨区域合作平台,在服务国家战略、促进区域经济联动、持续放大进博会溢出效应方面,正展现出强大活力和巨大潜力。

**党建引领,强化公关外联,凝聚奋进合力。**今年以来,东方国际集团主要领导先后在上海人大代表论坛、国资国企高水平开放合作高峰论坛上作演讲,全面推介、宣传集团服务对接进博会的经验做法和经典案例,受到公众关注。集团进博办党支部在与进博局招商处、市商务委贸发处相关党支部签订结对共建协议的基础上,利用对口处室人员和机构设置变动、亟需加强沟通的契机,于“七一”前往上海市红色教育基地电影博物馆,开展以“光影铸魂强作风、凝聚合力迎进博”为主题的党建联建活动,党员同志备受鼓舞,更谨记使命职责,立志在办好进博会过程中持续发挥党员先锋模范作用。

八届进博,复盘从来都是常态。季胜君多次强调,必须总结经验成果和问题教训,完善常态化、长效工作机制,增强集团作为“主展商、采购商、服务商、供应商”的服务功能,促进服务水平持续提升;必须用好进博会功能平台,推动集团核心业务转型升级取得成效,推动局部亮点向面上拓展辐射;必须做好各平台间的协同联动;还要千方百计用好进博人流和客商集聚优势,抓商机、构渠道,驱动业务培育与拓展。

正是在这些前瞻性理念与战略的指引下,东方国际在对接服务进博会过程中,不仅年年超额完成量化指标,更在机制创新、业务拓展和产业引领方面实现多点突破。

**领导方式实现转变,长效化管理体系巩固深化。**在第八届进博会筹备过程中,东方国际集团对进博会工作的领导方式作出进一步改进与完善,加强点穴式指导、精准化施策,形成推进进博的常态化、长效化体系。集团更注重实际问题的解决、具体业务的调度,以及工作成效评估,如结合经济运行分析会部署进博会工作,对采购成交的摸底、上报、点射、冲刺、回调等进行精准调度。

这种润物无声的管理革新,既是集团新班子率先垂范抓作风建设的生动实践,更凸显了集团将临时性的办博优势转化为持续性发展动能的深远智慧。

**采购成交突破,实现业务能力提升、供应链重构与新增长点培育。**第八届进博会集团采购成交实现历史性突破,意向采购金额实现同比增长,并且突破了第四届进博会创下的纪录。通过进博会,集团各公司抓业务机会的能力有所提升,涌现出大批亮点案例。比如,康健公司借助进博会直抵C端渠道,与新西兰合作企业深度绑定,后者基于中国消费者需求研发新品。由此,双方从纯代工关系升级为共创模式,康健公司实现了对货源、终端渠道的两头控制。可见,进博会不仅是交易平台,还是企业重构供应链、培育新增长点的战略支点。

布局与深耕。在首届和第二届进博会,东方国际率先引进了斯洛伐克“会飞的汽车”的第一和二代产品;第五届进博会,东方国际成功招展到eVTOL(电动垂直起降飞行器)企业御风未来首次参展;第六届进博会,御风未来连续参展,其M1真机成为当年展馆内唯一的eVTOL实体展品;第七届进博会,东方国际招展的eVTOL企业数已增至御风未来、沃兰特、时的科技、览翼航空4家,这些企业展后还在虹桥品汇启动“向新之路”新质生产力·未来出行展。

本届进博会,东方国际作为“汽车与智慧出行展区”的合作伙伴,集聚了时的科技、御风未来、沃兰特、天翎科等多家低空经济头部企业,形成强大的产业集群展示效应。进博会前,东方国际于7月24日举办展区专场推介会;10月22日,虹桥品汇正式挂牌“虹桥长三角低空经济展示中心”;11月7日第八届进博会举办期间,东方国际承办了高规格的“未来出行·全球发展”论坛,聚焦低空经济、新能源汽车、智能驾驶等前沿议题,汇聚全球智慧,共商产业未来。

这一系列组合拳,清晰勾勒出东方国际从早期引入概念产品,到逐步集聚产业资源,再到构建一体化产业生态的进阶路径,足见集团在前沿产业领域的敏锐洞察力、持续引领力和强大资源整合能力。

眼下,东方国际的第九届进博会招商工作已全面启动。在确保数量与进度指标的同时,集团党委副书记、总裁朱毅更着眼于长远布局,他认为,要争取把招展成果转化为外贸业务,与展商共同开拓中国市场;在展品规划上,应聚焦有竞争力、有产业链上下游渠道拓展可能的产品进行重点展示,助力展商提升市场影响力,以此进一步促进集团自身业务的高质量发展。

面向未来,东方国际将继续秉持开放合作、互利共赢的理念,持续放大进博会的溢出效应,深化与全球伙伴在技术、市场、产业链等领域的战略合作,以更昂扬的姿态、更专业的能力、更务实的作风,在服务国家高水平开放战略中勇毅前行,为上海打造国内大循环中心节点和国内国际双循环战略链接注入更强动能。