进博会开幕在即 千余家青企整装待发

青岛从“买到什么”转向“接上什么” 崂矿、明月海藻、高家糖球等品牌将亮相

本报11月4日讯 11月5日至10日，第九届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）将在国家会展中心（上海）举行。作为世界上首个以进口为主题的国家级展会，进博会自2018年首届以来已走过八个春秋。

记者从青岛市商务局了解到，本届进博会，青岛交易团由16个市直部门和单位、13个交易分团组成，1244家单位、3715名专业观众完成注册报名。这是青岛第九次赴“进博之约”。对青岛而言，进博会不只是展期内抢抓采购成交机遇的平台，更致力于用好这一国家级开放窗口，将展会红利转化为企业链接全球市场、深度融入全球产业链供应链的常态化通道。

作为进博会的“全勤参与者”，在前八届展会中，青岛交易团累计组织超9000家企业、2万余名专业观众赴会，并在进博会五周年之际荣获“合作共赢奖”。今年，青岛把对接服务前置、工作做在展前。6月15日，作为第七届跨国公司领导人青岛峰会的配套活动，第九届进博会招商路演暨“共享大市场·出口中国”山东专场活动在青举办，吸引包括19家世界500强及行业龙头在内的30余家境外参展商，与近90家山东企业现场对接洽谈，搭建起采购商与国际参展商面对面交流合作的桥梁。



工作人员在国家会展中心（上海）内部布展施工。新华社发

今年青岛的“进博日程”同样看点十足。11月5日下午，山东省商务厅将举办山东—跨国公司生产性服务业高质量发展交流合作会，青岛将在会上围绕现代金融服务作专题推介，一批生产性服务业重点项目现场签约，合作机会清单同步发布。同一时间，青岛市市立医院、青岛市口腔医院、青岛市第八人民医院等将参加由商务部举办的第九届进博会欧盟医疗器械专场贸易对接活动；利群集团、青帆创想、商都市场运营等青企将参加主宾国加拿大活动暨“出口中国”专场活动。从省级生产性服务业平台上的推介签约，到医疗器械领域的专业对接，进博会对青岛的意义，正从“买到什么”转向“接上什么”。

除此之外，本届进博会人文交流板块设有“山东老字号暨非遗文化体验馆”，该馆以老字号与外贸优品融合展示为主线。青岛本土企业崂矿、明月海藻、高家糖球入驻该馆，让来自青岛的老字号技艺和优质产品在进博会上向全球采购商与投资者展示。

（青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 李沛 通讯员 栾娇驿 韩娟娟）

新一轮“国际化+”！ 青岛瞄准76项任务

《青岛市推进“国际化+”行动计划（2026—2027年）》发布 明确“干什么、干成什么”施工图

日前，《青岛市推进“国际化+”行动计划（2026—2027年）》（以下简称《行动计划》）及配套《对标案例指导手册》（以下简称《手册》）正式发布。这是青岛连续第十一年编制此类行动计划与对标手册，标志着青岛以“国际化+”赋能现代化国际大都市建设进入新一轮台账化、对标化推进周期。

为“国际化+”行动建立全球坐标

新一轮《行动计划》锚定建设新时代社会主义现代化国际大都市总目标，对标省、市“十五五”规划纲要总体要求，围绕高质量发展、科技创新、改革开放、文明建设、民生品质、美丽青岛、安全发展“七个明显提升”，由市商务局牵头的国际城市战略联席会议机制办公室，联合国际城市各相关单位，台账化梳理出全市各领域76项攻坚任务，明确了两年围绕现代化国际大都市建设“干什么、干成什么”的施工图。

与《行动计划》同步编印的《手册》，则是为高水平完成这76项任务打开的一扇“世界之窗”。围绕每一项攻坚任务，逐一开展全球对标溯源，系统检索全球主要城市研究数据库、国际规划案例库及海外权威报告，参阅专业论文期刊3000余篇，研读《城市更新绿色指引》《国际城市发展报告》《全球城市文明发展报告》等20余本专著，最终研究汇编成涵盖22个国家和地区、44座标杆城市的66宗先进实践案例。对于城市来说，这些案例不是可以照抄照搬的“标准答案”，而是为每一项攻坚任务立起的全球坐标和参照系——它拓宽的是城市治理的视野，提供的是迈向高水平的路径启发。

发力30项指标实现多个国际排名攀升

以2016年青岛启动实施国际城市战略为起点，青岛已接续推出六轮双年制“国际化+”行动计划，累计对标借鉴全球先进城市案例567宗，落地完成重点攻坚任务652项，建立起涵盖航贸枢纽、产经活动、人才吸引、活力宜居、创业创新、时尚创意六大维度、30项指标的现代化国际大都市衡量体系。这也推动现代化国际大都市建设不是“攻坚战”，而是一届接一届、一茬压一茬的“接力赛”。

六轮双年制“国际化+”行动计划为城市带来的变化显而易见。在各大权威国际榜单中，青岛的排名显著提升。由英国拉夫堡大学发起的全球化与世界城市研究网络（GaWC）最新排名中，青岛位次跃升至第93位，实现从Gamma+级到Beta-级的层级跨越；科尔尼《全球城市指数报告》中，青岛排名升至第106位，创下入榜以来最大进位幅度；由新华社中国经济信息社与波罗的海交易所联合编制的新华·波罗的海国际航运中心发展指数最新排名中，青岛位次跃升至全球第12位，历经连续进位实现“三级跳”，先后超越东京、釜山、休斯敦，持续领跑北方港口群。

青岛的城市吸引力在不断攀升。人力资源和社会保障部国外人才研究中心2025—2026年度中国城市外籍人才吸引力指数中，青岛第15次入选“魅力中国——外籍人才眼中最具吸引力的中国城市”，并首次跻身外籍人才眼中“宜居之城”前五。今年6月，在摩洛哥丹吉尔举办的第七届“广州奖”初评发布仪式上，青岛提报的“浪漫青岛：婚恋友好型‘目的地婚礼城市’公共服务创新实践”，从60个国家248个城市的381个项目中脱颖而出，入围30个专家推荐城市创新项目。“广州奖”由广州市与世界城市和地方政府组织（UCLG）、世界大都市协会共同发起，是UCLG框架下首个以中国城市命名的国际奖项，被誉为全球城市治理的“奥斯卡”。



青岛城市风光。资料图片

从学习借鉴到市民可感可及

“国际化+”带来的不仅是榜单中排名的上升，更是市民获得感的提升和产业的升级。

在市民可感的场景里，“浪漫青岛”目的地婚礼城市建设最具代表性——2025年以来，青岛培育14处特色婚姻登记点，吸引外地新人登记8326对、同比增长41.72%；联合抖音搭建的“浪漫青岛”一站式消费页面，入驻商家812家、上线商品6万余款，累计线上交易额突破63亿元，话题总曝光量超38.5亿次；2026年春季婚尚产业博览会上，92家全产业链企业现场签约311单，金额约2000万元。

在境外游客可感的场景里：入境消费最能代表这座城市的“国际范”：往返韩国航班实现“公交化”运营；青岛机场联合青啤集团推出“接机酒”迎宾场景，登机牌化身“城市体验券”，“未出机场、先识青岛”全网曝光超千万次；离境退税“即买即退”与机场消费形成共振——截至9月，全市离境退税商店达168家，接待入境游客65万人次、同比增长47.3%，“到青岛度周末”成为韩国社交媒体上的热门话题，“主客共享、近悦远来”的国际消费中心城市正加速成形。

新一轮《行动计划》及《手册》，是全市统一部署、国际城市战略联席会议各成员单位共同推进的系统性工作。随着六轮行动接续落地，“国际化+”已不再是某一领域的单项命题，正从对标案例的学习借鉴，转向规则对接与功能嵌入，向城市功能、制度规则和人的体验不断延伸，成为青岛嵌入全球网络的多维切面，持续转化为市民可感可及的发展成果，也为同类城市提供了可借鉴的“青岛经验”。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 李沛