一季度重庆外贸开门红 “增长动能”从何而来

2215.5亿元，同比增长34.3%——这是今年一季度，重庆外贸进出口交出的一份“开门红”答卷，不仅刷新历史同期新高，也创下季度新高。在全球贸易格局深度调整、外部环境复杂多变的背景下，地处内陆的重庆，为何能逆势上扬、跑出34.3%的高增速？背后动力何在？

产业“压舱”
新旧产品撑起外贸基本盘

3月8日，一箱箱奉节脐橙经查检完毕后登车启程，经二连浩特口岸出境，首次出口到蒙古国。“春节刚过，我们就接到了蒙古国客户的急单。”重庆夔门国际进出口贸易有限公司出口负责人严学开介绍，这次一共出口了200多吨，算是在该国市场开了个好头。

万州海关关长胡松介绍，万州海关专门成立了柑橘出口专班，并推出柑橘出口“智能体”服务平台，助力三峡柑橘更好地走出国门。一季度，万州海关辖区柑橘出口量突破1万吨，已超过2025年全年出口总量，还实现了对沙特、巴布亚新几内亚、蒙古等国的首次出口。同期，重庆农产品出口6.1亿元，同比增长35.9%。

另一边，制造类产品作为重庆优势出口产品，同样动能强劲。一季度，重庆笔记本电脑、手机、集成电路、汽车分别出口405.3亿元、137.3亿元、290.8亿元、132.3亿元，同比增长13.6%、11.2%、170.1%、70.5%。“目前我市外贸形成了‘新旧共振、多点支撑’的出口格局。”市商务委外贸管理处处长李国田介绍，笔电、手机等传统产品稳健增长，电动汽车、储能设备等新动能爆发式发力。以汽车为例，一季度电动汽车出口增长45%。重庆还支持长安、赛力斯等整车企业加大重点市场开拓力度，3月长安汽车巴西工厂正式投产。李国田还表示，重庆汽车正从“产品出海”向全链条“产业出海”转型，一季度锂离子蓄电池出口同比增加468.7%，很大程度上受新能源汽车出口带动。

市场“扩圈”
开放通道织密全球外贸网络

今年3月底，一列装载47个集装箱汽车零配件、货值约120.8万美元的陆海新通道“渝车出海”专列，从涪陵龙头港开出，经广西钦州港出海转运至北非。这标志着涪陵本地汽车产品实现了从“节点集结”到“源头发运”的关键突破，集结距离从100公里缩短至15公里。另一边，江津综保区也实现长安汽车60台套KD散件首次保税出口，经陆海新通道发往欧洲。

通道畅则贸易旺。一季度，重庆经陆海新通道3种主要运输方式累计运输货物近8万标箱，同比增长24%；货值超130亿元，同比增长14%。通道已通达全球128个国家及地区的592个港口。通道网络丰富带来贸易伙伴扩容。一季度，重庆对东盟进出口364.8亿元，增长30.2%；对欧盟进出口291.8亿元，增长31.8%。对“一带一路”共建国家进出口达1023.3亿元，同比增长39.5%，成为拉动增长的第一主力。对拉美、非洲分别增长37.4%、40.2%。此外，跨境电商海外仓出口增长73%，出口目的国同比增加19个至27个，其中对美国出口增长63.3%。

主体“争先”
外贸企业迸发活力

今年3月底，重庆张雪机车在世界超级摩托车锦标赛WSBK中一举夺魁，打破欧美日品牌数十年垄断，订单大增。张雪机车是重庆摩托车企业加速出海的缩影。作为全国摩托车产业重镇，重庆既有宗申、隆鑫等行业龙头，也有虬龙、峻弛等新锐企业，大中小企业协同出海。2025年全国摩托车出口企业10强中，重庆占5席。一季度，重庆摩托车出口71亿元，同比增长8.8%。

数据显示，一季度重庆有实绩进出口企业达4357家，同比增加23.1%，创历史同期新高。民营企业进出口1059亿元，增长27.6%；外商投资企业进出口888.3亿元，增长34.4%；国有企业进出口268亿元，增长70.4%。企业活力也离不开政府支持。市商务委外贸促进处处长刘侃介绍，在第139届广交会前，重庆积极对接商务部，在摩托车、动力电力等展区新增70余个展位，还为张雪机车争取到公共区域展示机会，使其成为广交会“爆款”。刘侃表示，今年重庆将升级推进“百团千企”国际市场开拓计划，聚焦核心产业涵盖100个展会；同时将“渝贸全球”重点展会计划增加到7个。

官方认定的“重庆宠粉” 不是终点而是新起点

重庆再获官方“宠粉”认证。近日，《2025年全国游客满意度调查报告》发布，重庆荣登“2025年全国游客满意十佳城市”，且连续多年获得该荣誉。

一个“宠”字，藏着重庆的待客真诚。2025年国庆中秋长假，长江索道景区拆护栏换休闲座椅，假期封桥打造步行观景区、开放机关食堂。真诚付出收获游客青睐，2025年重庆接待国内游客5.06亿人次，旅游投诉量同比下降7.25%。

“宠粉”背后是重庆清晰的发展逻辑。“擦亮‘最宠游客城市’招牌”已写入市政府工作报告，列为扩大内需重点任务。这形成正向循环：优质体验刺激消费、良好口碑放大潜力、消费反馈迭代体验，“宠粉”从暖心举措变为制度安排，成为城市发展“软底座”，为国际消费中心城市建设赋能。

蝉联“全国十佳”，对重庆既是加持更是大考，如何把“节日宠粉”变成“日常宠客”，是必答题。

把“节日特供”化为“日常标配”，才是真“宠”。重庆正完善“城景通”“景景通”交通网络、建设山城步道漫游系统，方便游客周末出行；针对入境游客，推出“一抵即住”、优化离境退税、推动航旅融合，让“宠粉”覆盖全年，唯有游客每次到访都能感受诚意，重庆才能真正“长红”。

以“常态监管”护航“长效体验”，才是真“宠”。洪崖洞等热门打卡地推广“山城有信”信用码，4万余户经营主体亮码经营，实现透明消费；针对导游乱象、强制消费等问题，出台综合治理“十条措施”，投诉受理时限压缩至3个工作日，办结率超95%。唯有合规经营、优质服务成为常态，才能让游客从“一时触动”变为“持久信赖”。

随着“江崖街洞天”消费新场景、解放碑—朝天门世界知名商圈落地，2026年重庆定下文旅目标：文化产业增加值破1600亿元，文旅经营主体超21万家，国内游客超5.2亿人次，游客花费增长6%以上。

官方认定的“宠粉”从不是终点，而是新起点。下一步，重庆将以“软场景”拉升高线、“硬监管”筑牢底线，推动国内口碑“长红”、国际影响力“破圈”，践行“十佳”荣誉背后的城市承诺与智慧。

本版稿件上游财经综合重庆日报