

# 逐“绿”而行 全球企业共探绿色农业发展新路径

■ 宫宏宇

在全球农业粮食系统转型的关键时期,如何构建高效、稳定、绿色的农业供应链成为全球企业共同关注的议题。

在第三届中国国际供应链促进博览会(以下简称“链博会”)“绿色农业链”展区,来自“田园到餐桌”全产业链的百余家全球企业齐聚一堂,共探绿色农业发展的创新路径。

## 全链条协同 激发绿色农业新动能

“从加工、运输到包装、零售,全球每年约有14%的粮食在供应链环节损失,这一数字令人警醒。”联合国粮食及农业组织驻华代表卡洛格在17日举行的第三届链博会绿色农业主题活动中强调,通过全链条绿色化改造,我们不仅能减少粮食浪费,更能有效保护自然资源。

这一观点得到与会企业的广泛认同。沃尔玛国际高级副总裁戴伯乐表示:“我们制定了减少10亿吨供应链碳排放的可持续发展目标,同时计划在2030年前保护、管理或恢复至少5000万英亩土地和100万平方英里的海洋。这些目标无法单打独斗,必须依靠供应链各环节的紧密协作。”

作为农产品端上餐桌的最后一环,麦当劳分享了自身与供应商合作推动绿色农业发展的经验。

麦当劳中国首席影响官顾磊介绍,餐饮业的供应链是从农场到餐桌。为推动农业可持续

发展,麦当劳2023年便联合九大供应商一起推出“再生农业计划”,推动农业绿色发展。

今年,麦当劳中国与首农集团、宾堡、顺新晖、圣农、泰森、百麦、太阳谷、三元食品、麦肯、凯爱瑞和九联11家供应商伙伴,首次以中国“麦链”形式亮相第三届链博会,展示中国“麦链”上下游合作共赢,推动本土化发展、积极开拓“出海”机会的成果。

## 技术创新 驱动农业绿色革命

从田间地头到百姓餐桌,农业绿色转型的各个环节都离不开技术创新。链博会上,多家企业结合自身实践分享了绿色转型领域的技术实践。

袁隆平农业高科技股份有限公司副总裁胡博介绍:“我们培育的16个绿色超级稻品种具有高氮吸收特性,可减少30%化肥使用。种业作为‘农业芯片’,为绿色农业发展带来巨大价值。”

全球四大粮商之一的路易达孚集团借助中国光伏技术推动碳减排。其北亚区副总裁孙咏华提到,路易达孚在天津工厂屋顶加装光伏设施,不仅可以回收碳指标,还可以转化经济效益。去年路易达孚在广州南沙也实现了散货豆粕货车运输的碳减排。这些在中国的绿色转型经验已推广到路易达孚其他市场。

数字信息技术则为农业机械化生产插上了“智能翅膀”。国机数字科技有限公司副总经



理邢凯表示:“如今,通过‘农机云’物联网技术,我们可以实时采集农机作业数据,实现农机精准调度,推动农业生产数字化、智能化发展。”

## 链博平台 促成务实合作成果

在推动农业绿色转型过程中,供应链合作同样重要。企业“链”上对接,这让链博会为农业绿色转型作出独特贡献。

据介绍,今年绿色农业链按照“田园到餐桌”的逻辑,设置全产业链板块、上游农产品生产板块、中游农产品加工板块和下游农产品及流通板块,展示包括研发、生产、加工、流通、仓储和销售等农业全产业链条的各环节要素。

此外,还首次设置室外展区,进一步拓展展示空间与形式。

在链博会这一平台上,更多企业获得了扎实的绿色合作机遇。

百胜中国在本届链博会上发布了“百胜和羹发展计划”,旨在以供应链为产业纽带,构建多方对话协同的生态网络。

例如,雪川农业集团在百胜“零废工厂”倡议下,与外部专业机构一起应用土豆皮还肥技术减少环境污染,改善土壤结构,为循环农业助力;福建圣农则与百胜中国通过标准共建、技术共享、数据互联的深度协同,推动禽肉供应链“安全可追溯、产能可预测、品质可量化”。

百胜中国供应链管理副总裁陈建平表示,百胜中国始终坚持向消费者提供优质与创新的美食体验,这背后依托的是其强大的供应链

生态体系。当前在面临全球产业链重构的时代浪潮,百胜中国将携手供应链伙伴努力构建开放、共生、韧性、可持续的世界级供应链生态。

链博会带来的合作硕果正在显现。金马与基研两家专精特新农业科技企业合作连续三届参展链博会的老朋友,通过在前两届链博会现场深入交流达成了新合作。本届他们联合展示共建数字平台的阶段成果,并在现场举办发布活动,充分体现了链博会在促合作、促落地方面的重要平台价值。

正如嘉吉大中华区副总裁刘畅所说,链博会不仅为企业提供展示技术和解决方案的极佳平台,也帮助企业深刻了解市场,链接上下游和中国的产业伙伴。借助链博会,企业与合作伙伴、客户以及友商共同学习,应对行业共同的挑战,促进行业发展。(转自中新网)

# 打造“国际重工” 以长期主义的信念,坚定迈向全球化发展

■ 钟轩

在国内外市场竞争日趋内卷的情况下,山东重工在存量上做增量,在夹缝中另辟蹊径,在内卷中做品质,始终保持稳扎稳打的战略定力,挑战国际格局的勇气魄力,加速推进全球化战略布局,逐步从单一整车出口模式,向市场全球化、生态本土化、品牌国际化的立体格局跨越。

上半年,在行业出口形势不容乐观的情况下,山东重工早在2024年9月份,就全面开展“优化市场布局、打造品牌矩阵”行动,面向高潜力、高附加值、高端市场精准调整市场布局,发挥大集团品牌矩阵的协同带动效应,不断增强对国内外市场风险的韧性,在行业大变局下展现出了顶风开船、逆势上扬的强大后劲。

“要加快构建‘1+N’品牌矩阵,一体推动集团与权属企业母子品牌全球传播,增强品牌家族价值认同。要将国际市场作为战略重心,优化市场布局,强化业务协同,持续巩固优势市场、拓展潜力市场、挖掘新兴市场,在重点区域加快团队本地化、运营本地化、制造本地化。”山东重工集团党委书记、董事长满慎刚在代会上提出要矢志不移打造“国际重工”。

## 持续优化市场布局 战略调整有目标

今年上半年,在出口战略调整下,山东重工一边抢抓“一带一路”发展机遇,一边开拓新的战略蓝海,将出口市场的战略重点转向亚太、中东、美洲、欧洲等高潜增长市场,凭借过硬的产品技术、完善的服务网络、强大的品牌效应,频频斩获大订单、频频取得新突破,引领出海热潮。

在智利,有一抹中国红穿梭在城市、海滩与矿山之间,为这个国家增添“绿”色风景。这抹中国红就是中通客车。3月份,中通客车斩获895辆纯电动客车订单,服务智利首都圣地亚哥的公共交通系统。中通N1系列纯电动、H12plus纯电动高端旅游客在智利赢得政府、大客户的一致赞扬,成为中国制造的骄傲担当。

无独有偶,高端新能源客车只是山东重工以硬核产品撬动全球高端市场的一个侧影。去年以来,山东重工持续开展“质量、创新、成本”管理提升行动,通过对标世界一流企业,持续加大资源要素投入,提升产品的质量、技术和成本竞争力。在这个背景下,一系列高科技含量、高性价比、高附加值的产品陆续在全球叫响中国制造的品牌名片。

开拓的脚步,永不停歇。在东南亚,潍柴自主研发的“黄金动力总成”系统完成千套级出口订单,中国重汽高性能工程车辆获当地政府领导人亲自接车、为中国智造品质点赞;在墨西哥,潍柴大数据中心发电机组以“布局全、响应快、性能优”的全链条速度优势,成功打入国际巨头的丛林;在欧洲,中通N12系列新能源客车首登北欧大陆,为丹麦客户专属定制……集团重卡、客车、发电设备在全球高端市场披荆斩棘,一往无前。

今年上半年,山东重工集团出口收入利

润同比增长5.6%,集团重卡出口牢牢占据行业第一,轻卡出口同比增长73%。中国重汽重卡出口成功突破7万辆大关,同比实现增长3%;潍柴数据中心发电机组同比增长66.4%。

正如山东重工集团党委书记、董事长满慎刚所说:“在国际复杂多变的形势下,要持续优化市场布局,哪个地方附加值更高、赚钱更多,哪个地方更安全、更高效、更可持续,我们就要在哪里发力。”

不在内卷中加剧内卷,不在低效中消耗品牌,山东重工选择在更加广阔的空间中攫取增量,有节奏地调整战略步伐,走出了一条稳健增长的高价值道路。

## 坚定全球化发展步伐 本地运营有深度

为什么山东重工能够赢得全球客户的信任和青睐?这得益于山东重工深植全球化思维,坚持“在世界、为世界”的理念,全面推进本地化运营,扎根当地市场需求,秉承为当地市场输入卓越的产品与技术的朴素初心,将中国先进制造工厂的理念与效率带到世界,致力于为全球客户提供差异化的产品和定制化的服务。

为了适应海外市场的需求,在山东重工集团的支持下,山推成立应用工程部,保证产品的本地适应性。在澳洲市场上,山推针对澳洲市场特点及矿山严苛复杂的施工环境“私人定制”,DH16-B3推土机配备3D辅助自动找平技术,显著提高了施工精度和效率,同时配备整体式正压及ROPS&FOPS驾驶室,进一步保障设备的安全性和舒适性。年初,山推联合潍柴启动“质量服务万里行”系列活动,服务网络覆盖20余国,600余台设备。通过集中走访,为客户提供设备巡检、技术培训、售后回访等服务。

除了增强产品当地适应性以及完善的亲人服务,遍布全球的网络成为山东重工服务全球、响应全球的强大支撑。截至目前,山东重工在全球拥有300多个海外办事处,1000余家营销渠道,在25个国家设有36个贸易平台公司,全球海外工厂(含KD工厂)40座,实现了在全球30多个国家的海外本地化组装和制造,近2000名员工常驻海外,旗下各

企业之间建立了遍布全球的网络体系,产品已出口到全球170多个国家和地区。

同时,充分发挥以强带弱、以大带小、组合销售的大集团资源优势,借助中国重汽、潍柴等强势品牌的海外渠道网络优势,与山推、中通客车、雷沃智慧农业等公司共享,目前,集团海外渠道1000多家,其中共享的渠道近300家,协同带动集团内客车、工程机械、农业装备等业务迅速上量。

## 扛牢全球责任担当 品牌打造有温情

山东重工集团在阔步出海、扬帆全球,奋力擦亮“中国制造”名片的同时,也与当地民众上演着一段段手相牵、心相连的温情故事。

在哈萨克斯坦,山东重工筹备建设尼山书屋,加强文明交流互鉴,为当地教育做贡献。今年3月份,缅甸发生7.9级地震,山东重工旗下潍柴集团、中国重汽、山推股份、雷沃智慧农业等企业积极为缅甸地区提供物资和设备援助。潍柴运送发电机驰援震区,中国重汽满载40吨抗震救灾物资赶赴震区,山推SE210LC挖掘机挺进震中。中国重汽在肯尼亚卡卡梅加森林成功栽种1000棵树苗,为当地生态环境建设贡献力量。5月份,中国重汽举办2025年外籍培训师训练营,来自非洲9个国家的25名学员参加了培训,为当地汽车行业培养专业人才。

在全球,山东重工通过举办全球合作伙伴大会搭建与客户交流的平台。至今,山东重工已陆续在印尼、迪拜、墨西哥举办多场全球合作伙伴大会,辐射全球五大洲。今年还将在青岛,邀请全球合作伙伴走进山东,走入山东重工,进一步加深合作、凝聚共识、发展共赢。

在国际品牌殿堂,山东重工品牌家族熠熠生辉。集团旗下德马泰克、丽娃、林德叉车、博社安等一批百年品牌享誉全球,中国重汽、潍柴等也都在向着百年品牌迈进。打造百年老店,是山东重工打造“厚重重工”的必然要求,也是对客户和品牌最真诚的承诺。

阔步全球化,山东重工不跑短跑,而是坚定做长跑者。从“走出去”到“走进来”,再到“走上去”,山东重工的国际化征程正迈入新阶段。



●山东重工旗下中通客车出口智利的895辆纯电动客车订单的首批车辆,在山东聊城隆重发车。

活动房,又称移动式装配式建筑,以其快速搭建、灵活拆卸、重复利用的特点,广泛应用于灾后重建、基础设施建设、临时办公与居住等领域。近年来,随着绿色建筑理念的普及和技术的迭代升级,活动房不仅成为应急救援的“生命之舟”,更在城市更新、乡村振兴等场景中发挥着重要作用,围绕着活动房的建造、设计和创新,这一建筑行业蓝海也正蓬勃发展。在发展浪潮中,福建万邦活动房有限公司董事长林志辉,以技术创新与社会责任并重的理念,书写着中国活动房领域的崭新篇章。

2012年,林志辉创办福建万邦活动房有限公司。彼时国内活动房行业尚处于粗放发展阶段,产品同质化严重,技术门槛较低。面对挑战,他提出“标准化设计、模块化生产、智能化管理”的发展思路,带领团队突破传统工艺局限,逐步将企业打造成集研发、生产、销售于一体的专业化企业。历经十余年发展,现如今公司业务已覆盖福建本土市场,并向广东等周边省份延伸,其产品体系涵盖坡屋顶活动房、多连体组合房、活动岗亭等标准化模块。在疫情防控期间,林志辉组织企业在福建、广东等地建成50个隔离方舱,这一举动不仅彰显了企业的社会责任,更凸显了活动房在公共卫生应急领域的不可替代性。同时,作为福州市民营企业家协会副会长与福州市青年企业家商会副会长,林志辉还积极推动行业资源整合,为中小企业搭建合作平台,倡导“共享型商会”理念,助力青年创业者成长,通过战略协同与生态共建,推动活动房行业向规范化、集群化方向迈进。

作为企业掌舵人,林志辉深知技术革新是行业突破瓶颈的关键。基于对建筑工业化与智能化融合趋势的洞察,于2024年6月20日正式推出“活动房设计与建造自动化系统V1.0”。这一系统通过数字化建模与物联网技术的融合,实现了从设计到施工的全流程智能协同。其核心创新在于将BIM技术(建筑信息模型)与自动化生产调度结合,该系统可根据设计方案,自动化地驱动生产线设备运行,大幅减少人工干预环节。该系统突破性实现三大行业应用:参数化设计模块结合数字孪生技术,可快速生成适配极端环境、应急救援等场景的标准化方案,某国家级新区项目应用后建设周期缩短近半,材料损耗远低于行业水平;通过“设计-生产”数据直通机制,BIM模型直接驱动自动化产线,配合实时参数优化,使构件合格率达行业领先;在工地施工环节,系统利用智能调度与质量预警功能,对设备运行、工序衔接进行精准把控,降低施工返工率近三成,减少现场人力超六成。林志辉的这项贡献不仅重塑了活动房生产范式,还通过全流程数字化为装配式建筑打造出可借鉴的绿色转型范本。

在追求技术创新的同时,林志辉始终将“企业公民”的责任刻入企业发展基因。2023年12月,甘肃临夏州积石山县发生6.2级地震。得知消息后,他第一时间向福州市福延公益慈善服务中心捐赠2万元,用于采购棉被、防寒服等应急物资,驰援灾区。这批物资为寒冬中受灾的村民带去了抵御严寒的力量。这并非林志辉的首次公益行动。多年来,他持续投身教育扶贫、乡村振兴等事业:累计资助贫困学生超百名,捐款逾50万元;为福建偏远山村捐赠活动房改建校舍,惠及上千名儿童;联合福延公益及22个社区举办“浓情物九节”敬老活动,为老年人送去温暖。2023年,他荣获“首届温暖福州十大人物”称号,并获聘为福州市福延公益慈善服务中心荣誉理事



## 林志辉· 智能科技升级开新篇 社会责任立身献大爱

■ 方丹哲

长,这些荣誉背后,是他十余年如一日躬身公益的坚持。

面向未来,林志辉已勾勒出清晰的蓝图:一方面,他将亲自推动“活动房设计与建造自动化系统V1.0”向更广阔的民生领域延伸,让智能化技术深度赋能乡村基建、灾害应急、偏远地区医疗等场景,以模块化、高效化的解决方案破解资源不均难题;另一方面,他计划以企业为创新枢纽,联合协会力量搭建行业公益平台,通过技术共享、标准共建、人才培养等方式,吸引更多社会资源投向公益事业,让温暖覆盖更多需要帮助的群体。作为行业变革的“技术创新者”与社会价值的“责任践行者”,林志辉正以双重身份书写新的篇章:既以自主创新推动装配式建筑向智能化、绿色化跃迁,更以公益情怀构建技术普惠的生态,让每一次技术突破都成为照亮社会进步的星火。

“活动房不仅是建筑,更是守护生命的载体。”林志辉的这句话道出了这位行业佼佼者的初心与愿景。从技术创新到公益实践,他始终以行动诠释着中国企业家的大国情怀——在商海搏击中创造价值,在乐善好施中传递温度。