



共享市场 共促发展 央企进博会采购 持续扩容

■ 王希 刘慧

原油、煤炭、甲醇等能源化工产品和化工设备、咖啡豆、果汁果粉、大豆等食品与农产品……11月5日，第六届中国国际进口博览会开幕当天，中国中化控股有限责任公司就签下多份采购大单。

这是中央企业以进博会为平台，推动高水平开放、加快高质量发展，与全球合作伙伴共享中国市场发展机遇的一个缩影。

“纵观历届进博会，中央企业‘购物车’不断扩容升级，采购规模保持稳中有升。”国务院国资委国际合作局局长朱凯表示。

——**聚焦科技创新，激活发展动能。**

进博会是创新创造的大舞台。今年进博会上，超过50个央企交易分团派出科研团队专程探馆，重点瞄准新产品、新技术、新服务，深化科技合作，拥抱新一轮科技革命和产业变革带来的机遇。

多家央企相关负责人告诉记者，企业进博会“购物车”科技含量十足，不仅有自动化、智能化技术类商品，也有数字化、信息化服务类商品，有望带动更多高端装备、尖端技术进入中国市场，在共享发展机遇的同时助力国内产业升级。

——**聚焦安全支撑，增强发展韧性。**

在近日举行的一场进博会主题论坛上，中国石化与卡塔尔能源公司签署北部气田扩能项目二期一体化合作协议，包括为期27年的液化天然气长期购销协议和参股协议。根据协议，卡塔尔能源公司每年将向中国石化供应300万吨液化天然气，并向中国石化转让合资公司5%股权。

——**聚焦民生保障，助力美好生活。**

从光子计数CT（计算机断层扫描）设备，到内窥镜手术控制系统，再到用于预防脑卒中发病的房颤早筛产品及技术……本届进博会上，通用技术集团将目光更多地投向了医疗器械和医疗保健类产品等，与多家国际一流企业签署了10余项采购合作协议。

“进博会汇聚了世界的精彩，作为以医药医疗健康为主业的央企，我们将以积极参加进博会为契机，不断扩大合作‘朋友圈’，做强产业‘生态圈’，引入更多全球好产品，服务百姓美好生活。”通用技术集团相关负责人说。

值得关注的是，央企采购结构不断优化

的同时，商品来源范围也在不断“扩大”。
“‘一带一路’共建国家特色商品采购有望实现量质齐升，越来越多最不发达国家的优质产品也进入了中央企业的采购视野。”朱凯表示，中央企业积极参与进博会，不仅助力中国经济稳中向好，也为全球经济复苏注入稳定性和新动能。

（据新华社）

中国与国际竹藤组织 发布“以竹代塑” 全球行动计划

当前应对塑料污染已成为全球环境治理领域的热点议题。7日，中国政府与国际竹藤组织联合发布“以竹代塑”全球行动计划（2023-2030），在“以竹代塑”倡议基础上呼吁相关国际组织和有关国家的各级政府部门、科研教育机构等，在发展战略和规划中纳入“以竹代塑”元素，共同推动减少塑料污染。

这是记者7日从中国国家林业和草原局与国际竹藤组织共同主办的首届以竹代塑国际研讨会上了解到的。

这一行动计划提出了加速支持措施的出台、促进科研水平的提升、鼓励创新领域的探索、推动市场机制的发展等多项目标。具体行动包括：鼓励将竹子纳入国际和地区层面的塑料污染防治或塑料制品替代政策、战略、法规、发展规划等框架中，促进“以竹代塑”产品的使用；强化成熟“以竹代塑”产品的生产转化及新型“以竹代塑”产品的开发研究，推动“以竹代塑”产品的应用多元化；支持竹种选育和基地培育，建立或优化竹材仓储及运输体系，促进竹材高效生产，加强原材料可持续供应；支持制定统一的“以竹代塑”产品国际标准体系，鼓励出台国家标准、认证规则和标识，确保产品质量、提升消费信心等。

中国国家林草局局长关志鹏在研讨会上表示，国家林草局将会同相关部门推进“以竹代塑”揭榜挂帅项目实施，破解“以竹代塑”关键技术瓶颈，并支持主要竹产区培育规模经营主体，组建专业化技术服务队伍，推动“以竹代塑”产业健康发展。还将加强国际合作，形成推进“以竹代塑”全球行动共同努力量。

2022年11月，中国与国际竹藤组织共同发起倡议，在全球深化“以竹代塑”合作，更好发挥竹子在代替塑料产品方面的突出优势和作用。

（胡璘）

百事公司斯蒂芬·基霍：

以进博会为契机 更好地服务中国消费者

11月5日至10日，第六届中国国际进口博览会在上海举行。作为全球领先的食品和饮料巨头，百事公司“盛装”亮相第六届中国国际进口博览会，呈现其全球可持续发展战略“百事正持计划”在可持续农业、绿色价值链和产品健康营养创新方面最新实践与创新成果。

百事公司全球执行副总裁兼全球首席集团事务官、百事基金会董事长斯蒂芬·基霍（Stephen Kehoe）在接受记者采访时表示，进博会是一个能让我们思考如何更好地为中国消费者服务的绝佳机会，自首届中国国际进口博览会举办以来，百事公司一直积极参与其中。“我们期待与来自中国和世界各地的伙伴们相聚，分享想法、相互学习，探寻新方法来实现我们的共同愿景。”

坚持可持续发展 创造共享价值

在历届进博会上，作为重要部分的虹桥论坛不仅是外交活动的重要载体，也是思想碰撞的重要平台。作为虹桥论坛的钻石会员，百事的高级管理层已经连续第3年参与这场高端对话。第六届虹桥国际经济论坛期间，斯蒂芬·基霍参加了“发展绿色投资贸易 共建全球生态文明”等平行论坛，在可持续发展和绿色农业产业链方面贡献“百事智慧”。

可持续发展已成为全球共识，多年来，百事公司始终秉承着“赢有道”的理念，积极探索有助于环境保护的可持续发展模式。

“我们始终相信地球生态和企业的生存密不可分。可持续发展与业务增长并不矛盾，而是成功的良方。”斯蒂芬·基霍（Stephen Kehoe）说，“中国是可持续发展目标的坚定支



●百事公司

持者和积极贡献者，百事公司亦是如此。我们希望继续与中国各级政府携手合作，互利共赢，共同为中国创造共享价值。”

早在2006年，百事公司即踏上了不断追求可持续发展的道路，并于2021年正式宣布百事正持计划（pep+）。百事公司将在“百事公司正持计划”的指导下，规划新的经营路线，即从更可持续的方式采购原料、制造和销售产品，到通过标志性品牌激励消费者为人类和地球生态的可持续发展做出贡献，再到在整个供应链中支持社区并改善民生。

斯蒂芬·基霍（Stephen Kehoe）表示，中国

一直是百事公司实施正持计划战略的重要部分。通过这一战略，计划到2030年，在百事公司全球食品和饮料产品组合中，每份产品的包装减少50%原生塑料的使用；同时，到2040年在整个供应链内实现净零排放。

看好中国市场扩大在华业务

作为中国改革开放以来最早进入中国市场的跨国企业之一，百事公司始终坚持“植根中国，服务中国，携手中国”的承诺，准确把握时与势，见证中国经济的腾飞，与中国市场共同成长。

美国农产品组团来华 “期待”成高频词

11月5日-10日，第六届中国国际进口博览会在上海举办。今年，美国联邦政府首次以官方名义参加进博会并设立了美国食品与农业馆，对于来自美国的参展商们而言，这一次，是寻求商机的重要契机。

规模之最

今年，美国农业部在进博会上设立了美国食品与农业馆，展台面积超440平方米，并带领由美国地方州政府、协会、出口商、食品加工和包装等组成的17家展商参展，包括爱达荷州、佐治亚州、美国肉类出口协会（US-MEF）等。

据悉，美国代表团规模创历年之最，这也是美国联邦政府首次以官方名义参加进博会并设展。此前的进博会大多由美国个别企业、贸易组织和地方官员出席，此次美国代表团派出美国农业部主要官员参加，也是美方首次派出此类高级别官员参会。

“本次展览不仅是一次商业活动，更是深入了解美国农产品和加强两国贸易联系的契机。”上海美国商会会长郑艺在接受媒体采访时表示。11月6日，2023进博会美国食品与农业馆开馆时，美国驻华大使伯恩斯也在发言中表示，中美经贸合作十分重要，美国不寻求同中国脱钩。

在17家参展商中，不少企业首次参展。Nicholas Tavernise所在的ORANGE CHEESE便是其中之一。作为该企业供应链及全球市场方面的负责人，Nicholas Tavernise在展会

现场告诉记者，第一次参加进博会，他感受到了很多的“激动”和“开心”。

“我们带来了美国优秀的一些奶酪样品、产品，所有的产品都来自美国威斯康星州，这次带来的主要有两个系列，一个是意大利风格的产品，一个是硬质干酪风格的产品。”Nicholas Tavernise介绍，“看到很多人围着我们的展位、品尝我们的奶酪，感到很激动，我觉得未来几年我们可能还会来参加进博会。”

寻觅商机

当问及参加进博会的感受，“期待”成为高频词。来自美国的参展商们，共同寻求着进博会带来的中国商机。

“在参加这次进博会之前，我们有一个美国农业贸易团，汇集了美国11个协会，这些协会的主要负责人共同代表着整个行业来参加进博会。”美国肉类出口协会市场总监赵春野向记者表示，多个协会携手，几乎构成美国农业贸易的完整产业链，“表现我们对中国市场的承诺和期待”。

在这之中，不同参展商的期待存在着些许差异。有的，是想保持初步踏入中国市场的高增速。“我们这个品牌的体量目前还不是特别大，从往年来看，我们每年在中国的市场都呈现出30%的增长，所以其实今年会有继续保持30%增长的期望，期待稳中向好。”Nicholas Tavernise表示。

有的，则是向中国市场的“更深处”进军。据赵春野介绍，美国肉类出口协会在中



国市场深耕多年，过往主要面向的市场是一线城市，但是进博会则可以将其带到更多的新一线城市、二线城市和“更多更广阔的市场”。

有的，则是作为“铁杆粉丝”，在稳稳迈步的同时推陈出新。从2018年首届进博会至今，美国大豆出口协会已是第六次参会。“第一届一直到现在一场不落。”美国大豆出口协会中华区首席代表张晓平告诉记者，美国大豆出口协会在现场有美国的创新产品——高油酸豆油做的一些食品。“这个产品去年也有，但是对于我们中国的产业来讲还是比较新的，目前还没有大量地、广泛地去使用它，所以其实今年想要扩大这种产品在中国的市场，让我们的产业客户能够认识到有这样一个新产品，给他们提供更多的选择。”

更加紧密

中国是美国农产品第一大出口目的地。2022年，美国对中国的农产品出口金额达到创纪录的409亿美元，同比增长了14.5%，中

通过服务中国，百事公司持续本地投资，积极助力地区经济建设，努力培养本地人才，并为中国实现循环经济和双碳目标、健康中国战略，以及乡村振兴提供支持。

在投资方面，斯蒂芬·基霍（Stephen Kehoe）介绍，百事公司过去十年在华投资已超过530亿元人民币，其中包括收购中国互联网最大休闲食品品牌之一——百草味。在过去三年里，德阳、佛山和临洮的三家新工厂已破土动工。新启动的百事广东佛山生产基地总投资额超过7亿元，已成为绿色智慧新工厂，引领行业高质量发展的新典范，产能将辐射亚太地区。

此外，百事公司不断加强自身的供应链能力，投资数字化和本地人才培养，并与当地合作伙伴携手推动整个行业的高质量发展。“目前，我们在中国雇佣员工超过2万名，我们的业务网络在中国各地创造了超17万个工作岗位，涵盖农业、制造、销售和分销等多个领域。”斯蒂芬·基霍（Stephen Kehoe）说。

深耕本土文化 引领口味创新

随着经济发展和收入提高，中国消费者开始寻求更多样化和高品质的食物，但“味道好”始终是消费者对吃的最核心诉求。iiMe-dia Research（艾媒咨询）数据显示，在2023年中国消费者选择休闲食品时的考虑因素中，81.5%的消费者会考虑口感、口味因素。

中国是饮食文化大国，食物品种多样，口味丰富。百事公司因地制宜，借鉴中国丰富饮食文化，在零食和饮料开发方面不断丰富产品矩阵，同时，不断推陈出新以及进行口味的延展。

（张欣烁）

国再次成为美国农产品出口的最大市场。在这之中，大豆在美国的出口农产品中则是“响当当的第一名”。2022年，美国对华农产品出口排名第一的产品是大豆，出口总额达到179亿美元。

“农产品贸易是中美关系的压舱石”，占了大头的大豆贸易，在中美农产品贸易中极具代表性。本届进博会上，大豆的表现如何？据张晓平介绍，11月6日，有很多协会会员出口企业来到其协会展位进行和中国进口企业的签约仪式，“今天是新冠之后的第一年，相比往年，今年的签约金额更大、企业更多，合同也比较多”。

张晓平指出，今年是美国大豆产业在中国开展业务技术服务和市场服务的第41个年头，参加本届进博会则全面展示了该协会过去40多年和中国的产业客户建立起来的紧密伙伴关系，也更加坚定中美两国大豆产业加深合作、互利共赢的信心。

“在大豆方面，美国和中国的贸易关系会更加密切，这是肯定的。”张晓平表示，“从大的层面来讲，我们也一直想进一步发挥压舱石的作用，来加强中美大豆行业之间的紧密合作。通过合作的项目，包括如何让中国的生猪、家禽、水产、饲料等行业能够进一步提高生产效率，实现可持续发展、降低碳足迹，在这些方面其实我们有很多的合作空间，在这样一个基础上，我们的关系一定会更加紧密。”

（方彬楠 冉黎黎）

目前的定位来看，我们认为齿轮装置正沿着小型化、高速化、标准化方向发展，以新能源汽车齿轮、机器人需求为主的精密减速机是未来主要的发展方向。”夏建敏说。

夏建敏介绍，在新能源汽车行业发展的背景下，公司新能源汽车三合一变速器的产能已难以满足客户对产能增长的业务需求以及新产品配套开发的需求。公司新能源汽车变速器具有结构紧凑、噪声低、传动效率高特点，其技术水平在行业内处于领先地位。

招股书显示，2022年公司营业收入达5.14亿元，其中汽车齿轮业务收入占比逐年上升，2022年达到46.01%，接近2021年的2倍；2023年1-6月，占比超过55%。

夏建敏表示，在工业机器人减速机领域，公司凭借长期的生产及经营经验，形成了对机器人减速机行业及生产工艺的完整认识，这有助于公司更好地把握市场需求和技术研发及产业化方向，为公司从工业机器人减速机用齿轮制造商转变为具备工业机器人减速机研发及生产能力的供应商奠定了基础。

根据《“十四五”机器人产业规划》，到2025年我国成为全球机器人技术创新策源地、高端制造集聚地和集成应用新高地。“十四五”期间，我国将推动一批机器人核心技术和高端产品取得突破，整机综合指标达到国际先进水平，关键零部件性能和可靠性达到国际同类产品水平；机器人产业营业收入年均增速超过20%。

（段芳媛）



稳健发展、优化创新的大前提下，与科研院校进行技术合作，获得更多的机会接触前沿科技力量 and 创新能力，提升自身的研发实力。”

根据中国机械通用零部件工业协会出具的《产品市场占有率证明》，2021年，公司在小模数精密圆柱齿轮产品的全球市场占有率为1.80%，位居全球第二。

2021年5月，公司被认定为国家级专精特新“小巨人”企业；2022年10月，公司入选第七批制造业单项冠军企业。

“我们深知作为一家专注于齿轮行业的企业，必须始终保持敏锐的市场洞察能力和技术领先地位。为此，公司将坚持以创新研发为基础，积极拓展与各界的合作，不断优化产品和服务，以满足客户的需求。”夏建敏说。

以先进技术打造“护城河”

“核心竞争力是公司的‘护城河’，但‘护城河’不是一成不变的。我们还要不断去挑战自我，革新壮大，坚持走创新发展这条道路，才能为我们的发展壮大保驾护航。”夏建敏说。