

聚焦链博会

第二届中国国际供应链促进博览会在京开幕 汇聚全球智慧共绘供应链新蓝图

本报记者 郭冀川 刘萌

11月26日,第二届中国国际供应链促进博览会(以下简称“链博会”)在北京开幕。链博会以其独特的魅力,吸引了全球目光。作为全球首个聚焦供应链主题的国家级展会,链博会致力于促进上中下游衔接、大中小企业融通、放大贸易促进、投资合作的作用,帮助各国企业更好地融入全球产业链供应链。

中国贸促会研究院国际贸易研究部主任周晋竹对记者说:“链博会以供应链上下游衔接的逻辑进行全链条展示,有助于跨国企业从世界各地选取更高质量、更低成本的原材料和零部件,组织更稳定的销售渠道,极大降低企业建立全球供应链所需的各类要素成本。”

新增先进制造链展区

本届链博会以“链接世界共创未来”为主题,有1000多名中外政商界代表出席11月26日上午举行的开幕式,中外政要、国际组织负责人、世界500强跨国公司负责人等发表致辞,进一步凝聚共识、共谋发展。

中国贸促会会长任鸿斌在开幕式上介绍,与首届链博会相比,本届链博会国际化水平更高,共有620多家企业、机构和国际组织参展,比首届增加20%;涉及69个国家、地区和国际组织,其中包括78家世界500强企业,86家中国500强企业,境外参展商占比从首届的26%上升到32%,预计有来自100多个国家的政商界人士观展参会。

在展览布局方面,本届链博会在首届“五链一展区”的基础上,新增了先进制造链展区,全方位、多角度地展示了科技创新与产业创新的最新融合成果,展览面积从首届的10万平方米扩增至12万平方米。

霍尼韦尔中国总裁余锋在接受《证券日报》记者采访时表示,相较于去年,霍尼韦尔展台的实物展品数量增加了三分之一。这些展品中,不乏根据中国市场需求本土研发和制造的产品和解决方案。此外,公司还巧妙地通过系统演示与实物展品相结合,为观众呈现出更全面、更直观的展示效果,不仅让观众了解了霍尼韦尔在多个领域的技术实力,也彰显了公司对中国市场的重视。

西门子全球执行副总裁,西门子中国董事长、总裁兼首席执行官肖松说:“构建协同创新的产业链供应链是全球制造业迈向高质量发展的关键途径。链博会为推动科技共创、产业共融、生态共赢注入关键动能。我们愿充分发挥‘链主’势能,以西门

子Xcelerator开放生态助力更多企业增值、强链、补链。”

在创新层面,本届链博会也实现了突破,首次设立主宾国与主宾省。匈牙利作为主宾国,以“科技链接”为主题,精彩呈现了其优势产业与文化瑰宝;湖北省作为主宾省,依托强大的产业基础,搭建了特色展馆,携28家代表性企业及70余件展品亮相。

“链式”思维巧妙布展

在展台设计与展区规划上,本届链博会更加注重“链式”思维的运用,通过全方位、全流程的展示,让观众深刻体会到各链条的关键环节和内在联系。大中小企业在供应链中紧密联结、互补共赢,共同构成了全球供应链的繁荣景象。

在展会上,《证券日报》记者亲身体验了一场集互动性、体验性、沉浸性于一体的展览,深切感受到了“链”的独特魅力。展览现场,每一个展区都精心设计,巧妙地将“链”的理念融入其中,让参观者仿佛置身于一条条错综复杂的供应链网络之中。

智能汽车链展区无疑是本次展览的一大亮点。科天新材料营销总监崔建军在接受记者采访时表示,这是科天新材料第二次参展链博会,带来了诸多创新技术和应用案例。在展台上,科天新材料重点展示了科天二硼化钛陶瓷铝晶种技术在汽车关键零部件制造领域的卓越应用价值与成功案例,并进一步延伸展示了企业在航空航天、船舶等高新科技制造产业场景下的广阔应用潜力。

崔建军介绍:“我们此次还特别邀请了合作伙伴到场,共同展示了配备自动换挡模块和智行底盘系统的红旗汽车旗下E-HS9车型,以及采用科天陶瓷铝晶种作为关键材料制备的零部件等实物产品。这些产品展现了重量减轻、强度提升、韧性增强等关键性能优化,使得汽车能够实现横行、斜行、原地转弯、角转向等全新功能,令人叹为观止。”

诺和诺德此次携带胰岛素周制剂“诺和期”参展健康生活链展区,这款产品也是启动于2019年的“中国同创”项目落地成果。诺和诺德



图为链博会现场
郭冀川、刘萌/摄 魏健骥/制图

链博会,见证全球供应链新风貌

郭冀川

第二届中国国际供应链促进博览会(以下简称“链博会”)11月26日在北京开幕。作为两届链博会的东道主,记者深刻感受到了第二届链博会的几大亮点。

国际化水平的显著提升,是笔者来到本届链博会的最直观感受。从参展企业的国籍分布到国际观众的参与度,都呈现出前所未有的广泛性。各国企业纷纷设立展台,展示着各自在供应链管理中的创新实践与成功案例。国际交流与合作,在这里得到了充分的深化。专业化程度的增强,体现在链博会对供应链各环节、各领域的深入挖

掘与展示上。从原材料采购到生产制造,从物流配送到终端销售,每一个链条上的新产品、新技术、新工艺、新材料都得以集中亮相。这种全方位的展示,不仅为参会者提供了丰富的信息,更为企业间的合作与共赢提供了广阔的舞台。

绿色化标准的提升,是本届链博会最为鲜明的特色之一。在全球气候变化与环境保护日益受到重视的今天,链博会积极响应国家绿色发展理念,将绿色供应链理念贯穿于整个展会之中。参展企业纷纷展示着自己在节能减排、资源循环利用等方面的最新成果与绿色产品,共同推动着全球供应链的绿色转型与可持续发展。

此外,中外企业以联合展台形式参展,也是本届链博会的一大亮点。这种创新的参展方式,进一步促进了中外企业之间的深入交流与合作。在联合展台上,中外企业共同展示着各自的优秀产品与先进技术,共同探索着全球供应链的新机遇。

链博会,不仅是展示新产品、新技术、新工艺、新材料的舞台,更是企业向全球市场进发的出发点。在这里,每一个参展者都能感受到全球供应链的脉搏与节奏。在全球化的今天,供应链已不再是简单的物流链条,而是连接各国经济、推动全球发展的重要纽带。链博会,正是这一纽带中最为闪耀的一环。

全球高级副总裁兼中国区总裁周霞萍对记者说:“进入中国以来,诺和诺德一直全力以赴,践行使命,深耕中国市场,已经形成涵盖研发、生产、运营三大引擎的全产业链布局。我们希望以‘链’会友,与各方合作伙伴共同驱动改变,更好地服务中国患者。”

在健康生活链展区,稳健集团再次以“链长”企业和健康生活链馆,代表企业的身份亮相。去年,稳健集团在首届链博会上展示了棉产业带

动沙漠变棉田的绿色正能量。今年,稳健集团继续聚焦“棉”,以“中国棉花,一棉一世界”为主题参展,向世界分享以棉花为纽带的全球绿色供应链故事。

稳健集团相关负责人告诉记者:“稳健集团是以‘棉’为核心的大健康企业。这次我们主要展示绿色材料、绿色生产、绿色生活三大板块,展示棉花产业链中下游的合作、创新和发展,以及在科研创新和产品创新两大层面的最新成果。希望能够让更多了解

‘棉’的价值和魅力。”

随着第二届链博会的璀璨启幕,全球供应链领域的交流与合作翻开了新的篇章。周晋竹表示,链博会汇聚了全球供应链上的众多优质“链主”企业,展示了行业内最前沿的技术成果和创新应用。这不仅有助于推动创新要素在世界范围内的流动共享,还促进了全球供应链上知识和技术的相互交流,有望进一步推动企业优化供应链产品、业务模式、营销策略等。

链博会观察:

近百家企业亮相绿色农业链展区 展示数字化转型等成就

本报记者 谢岚
见习记者 梁傲男

11月26日,第二届中国国际供应链促进博览会(以下简称“链博会”)开幕。作为本届链博会的“六大核心链条”之一,绿色农业链展区吸引了广泛关注。

当前,绿色农业已成为推动农业高质量发展的必由之路。在此次绿色农业链展区内,近百家企业亮相,围绕产业链、供应链、价值链的战略布局,全方位展示了公司在可持续经营、绿色低碳、数字化转型等方面所取得的成就。

在采访中,多位企业高管对记者表示,供应链正逐渐成为企业发展的核心竞争力,绿色农业正成为驱动全产业链可持续发展的新引擎。

推动全产业链可持续发展

绿色农业作为推动全球粮食体系向可持续方向转型的关键力量,重要性不言而喻。

在绿色农业链展区,近百家企业不仅带来了覆盖“田园”到“餐桌”全链条的关键技术,还展示了丰富的绿色农业成果,显示出绿色农业在推动全产业链可持续发展方面的巨大潜力。

五粮液展厅内,全产业链“画卷”徐徐展开,“种子到美酒”的生产生态链、“包装到物流”的产业供应

链、“链接世界和美”的消费与服务双向链,展示了公司生态产业链体系的系统性和科学性。

“我们立足酒业横跨一二三产业的特点,发挥白酒产业链条长、辐射带动强、影响范围广的独特优势,推进企业绿色低碳发展,协同推进降碳、减污、节能、扩绿、增长,在产品生产、包装、运输、销售过程中,全力实现全产业链的生态环保,致力于构建绿色产业生态圈,带动上下游企业加快绿色技术、绿色产品的研发应用,推动全产业链绿色发展。”五粮液相关负责人对《证券日报》记者表示。

科技创新在绿色农业发展中同样扮演着至关重要的角色。通过深化国际科技交流合作,可以协同推进降碳、减污、扩绿、增长,实现农业生产、加工、销售等全链条的绿色转型。这一理念在百胜中国的展台上得到体现。百胜中国利用数字科技赋能创新采购,上线了供应商公开招募管理平台,实现了与供应商之间的智能双向互动选择。

本届链博会现场,百胜中国打造了集视频、互动、品尝于一体的全供应链展,通过螺旋大屏和互动体验,观众得以了解其从源头到餐桌的整个供应链生态。百胜中国相关负责人表示,“可持续发展是供应链未来发展的关键,我们将在链博会期间召开供应商全球招募发布会,以创新采购为

消费者带来更多安全美味的产品。”

作为链博会的老朋友,今年的星巴克展位稍有不同。在云南咖啡香的萦绕中,串联咖啡产业链上下游的核心环节得以展现。在以“与中国共享价值链”为主题的第三空间中,星巴克的咖啡师们呈现着“从生豆到咖啡”的精彩旅程。

探索合作新机遇

在本届链博会中,加强互联互通成为推动农业供应链发展的重要议题。众多国内外企业齐聚一堂,不仅展示了各自在绿色农业、智慧物流、数字化转型等方面的最新成果,还积极寻求合作伙伴,共同探索合作新机遇。

首次亮相链博会的麦当劳中国,不仅通过沙盘展示今年在湖北新投产的供应链智慧产业园,还带来不少首发首秀,包括绿色农业文创周边、以“RFID+物联网”为核心技术的新一代“一箱一码”智慧物流

方案新成果等。

据悉,麦当劳中国每年采购300多种食材与原材料,超过95%为本土采购。2023年,麦当劳中国供应链总计供应了64万吨食材。麦当劳中国首席执行官张家茵表示:“麦当劳扎根中国30多年,始终与供应商合作共赢。链博会提供了非常好的平台,让我们能和供应链‘朋友圈’加深交流和沟通,以创新和合作为驱动,提高供应链效率,推动可持续发展,更好地服务餐厅、服务消费者,让更多消费者享受到我们新鲜、自然、安心的好食材。”

土耳其展位展示了从农田到餐桌的食品供应链生态系统,包括TFI集团旗下的自有食品加工厂、物流配送体系和连锁餐饮品牌。

“我们参展的企业涵盖餐饮、食品、贸易、信息技术等领域。近年来,TFI通过加强数字化建设和技术创新,拓展业务版图,不断提升自身供应链供应生态系统的韧性。”土耳其TFI食品投资集团首席执行官、汉堡王(中国)投资有限公司董事会主席科尔汉·库尔多鲁对《证券日报》记者表示,只有通过经贸合作才能实现优势互补、合作共赢。期待和中国企业加强互信合作,通过对话磋商解决问题,助力维护全球产业链供应链的安全稳定畅通。

作为农业和食品产业上下游的连接者,嘉吉全面展示了从谷物和

油籽的采购、储存、贸易到加工和分销的完整农业供应链业务。展台上,嘉吉以裸眼3D屏幕直观呈现了大豆从种植、收获到跨境运输,再到中国加工及端上消费者餐桌的全过程。

嘉吉农业与贸易亚太集团总裁柯沛瑜对《证券日报》记者表示:“嘉吉致力于加强中国与其他市场农业和食品体系的互通。链博会为我们提供了一个宝贵的平台,让我们能够与中国市场的客户、合作伙伴以及其他利益相关方进行深入的交流和合作,助力打造稳健、可持续的全球农业和食品供应链。”

“链博会通过更高效率的供应链连接国内外市场,是展示中国高水平开放的重要平台。”恒天然大中华区首席执行官周德汉对记者表示:“恒天然此次参加链博会,体现了对中国发展先进供应链的全力支持。紧扣中国‘双碳’战略目标,恒天然致力于与本地合作伙伴通力合作,推动乳制品行业的可持续发展。”

记者了解到,在贸促会的支持下,多家参加链博会的企业将共同发出倡议,围绕加强国际合作、促进全产业链减排、推动可再生能源利用、探索农业ESG管理模式等议题进行深入探讨。这些倡议旨在共同推动全球农业和食品行业的可持续发展,加强互联互通,共筑全球农业食品供应链新生态。

2024年贺岁档新片票房突破3亿元 年内总票房逼近400亿元

本报记者 李豪悦

灯塔数据显示,截至11月26日17时,2024年贺岁档(11月22日至12月31日)新片票房榜总票房达到3.04亿元,其中,《好东西》以1.92亿元断层领跑。今年以来,总票房已达399.63亿元,即将突破400亿元大关。

《好东西》成年未黑马

具体来看,灯塔数据显示,2024年贺岁档新片票房榜共计20部新片,《好东西》档期内票房位列第一。该电影主要出品方涉及7家公司,包括上海电影、阿里影业、中国电影三家上市公司。其中,上海电影已陆续和《好东西》导演邵艺辉合作两部高口碑影片,《好东西》豆瓣评分已上升至9.1分,成为2024年最高分国产片。而上一部共同合作的电影《爱情神话》评分也高达8.1分,票房达到2.6亿元。

随着贺岁档热度持续,年内总票房即将突破400亿元大关。灯塔数据显示,电影作品方面,《热辣滚烫》《飞驰人生2》《抓娃娃》位列2024年总票房前三;而在影院管理公司方面,目前全国年内分账票房达到361.28亿元,万达、横店、星映分账票房金额分别为52.78亿元、12.61亿元、9.17亿元;2024年观影人次已达到9.4亿。

观影人次下滑的问题仍需引起重视。截至11月26日,年内观影人次同比下滑了28%。

拓普电影CEO程飞向《证券日报》记者表示,影响观众进影院的因素主要有两方面。一是上游缺少资金,流入电影行业的资金减少,导致头部项目缺失严重;二是腰部、尾部影片质量无法支撑票房,难以满足观众预期。此外,对于影视公司来说,需要制定更加精准的发行策略,合理运用宣发模式。

电影行业如何“提质”

一位业内制作人向《证券日报》记者表示,对于电影行业来说,提升影片质量、创作符合时代需求的内容变得尤为重要。

在11月份“庆祝上海电影制片厂成立75周年大会”上,《好东西》导演邵艺辉谈及电影内容与时代结合的重要性。她表示:“我的电影要怎么跟当下的时代结合,还要成为好玩的故事?这是一个很难的工作。根据我的经验,首先要坦诚面对时代,其次不能小看观众,因为观众对时代的感知其实比创作者更快、更直观。我认为抓住时代脉搏,是创作者一生都应该努力去思索和努力的事。”

市场观影人次下降,导致第三季度影视上市公司业绩普遍下滑。针对市场的变化,上市公司要如何逆境攀升,提升竞争力?

11月23日,上海电影总经理戴运对外表示:“经过行业的发展周期,我们发现单纯的影院经营其实已经很难去支撑上市公司的高质量发展,为此我们布局第二增长曲线IP业务,同时也在线上线下跟各个不同领域的伙伴跨界合作。”11月22日,上海电影宣布进一步收购优质IP开发平台上影元股权。上海电影表示,此次收购旨在进一步增强核心盈利能力,提升投资者回报。

阿里影业的2025财年半年报(2024年4月1日至9月30日)也证明,在行业承压的背景下,通过第二增长曲线实现对冲,仍然是有效降低风险的手段之一。阿里影业的三大业务分别为内容、票务及科技平台、IP衍生品及其他业务,由于电影市场低迷,公司内容业务有所下滑,但其余两项业务的增长,对公司业绩形成支撑。财报显示,2025财年上半年阿里影业实现收入约30.51亿元,同比增长17%;经调整EBITA盈利约6.42亿元,同比增长39%;净利润达3.37亿元。

力源科技第四代膜电极新品发布

本报讯(记者吴文婧)11月26日,2024氢能与燃料电池产业年会举行,力源科技第四代高性能高耐用膜电极新品重磅发布,成为全场瞩目的焦点。膜电极是燃料电池的核心部件,高性能、低铂载量、低成本、长寿命的膜电极对于加速氢燃料电池产业化进程具有非常重要的意义。

据了解,此次发布的第四代膜电极新品,在主要性能参数上实现了全面升级,运用于现有量产燃料电池产品中具有高功率密度、长寿命运行、适应复杂工况的技术特点,性能处于国内领先水平。

作为目前行业内少数可实现氢燃料电池关键部件膜电极和双极板、电堆、氢燃料电池发动机系统等多维度自主研发和生产的企业,力源科技持续在氢燃料电池关键领域展开技术深耕。

力源科技总经理侯俊波在演讲中介绍称,为了实现该款膜电极的高性能,力源科技膜电极研发团队做了大量的研究工作。比如在催化剂浆料聚合物树脂的研究方面,团队成员通过独特制备的技术实现了树脂结构有序化设计。

今年以来,我国氢能顶层设计不断完善,地方政策持续加码,助力加速氢能产业链发展和商业化落地。

已经在膜电极领域具备领先优势的力源科技,有望借政策红利释放,市场需求量增长的重要机遇,打造坚固的技术护城河优势,并获得自身长足发展。