



新时代 共享未来

第五届中国国际进口博览会特别报道

中核集团

探索零碳未来 开创美好生活

本报记者 王洲

中国向全世界宣示，中国二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值，努力争取2060年前实现碳中和。党的二十大报告明确提出，积极稳妥推进碳达峰碳中和，并作出“积极安全有序发展核电”的重大部署。

2020年9月，中核集团提出在浙江围绕核电基地建设零碳未来城的规划设想。零碳未来城位于浙江省嘉兴市海盐县，由中核集团秦山核电与海盐县共同建设，重点开发面积约30平方公里。规划建设北部零碳产业区、南部未来科教区和核电小镇升级版，最终形成生产、生活、生态有机融合，全域零碳的未来城市新空间。

2021年5月，浙江省提出要围绕中核集团秦山核电基地开展零碳未来城(园区)建设，鼓励开展核能综合利用，延伸产业链，提高附加值。今年，由海盐县与中核集团秦山核电联合提出并向浙江省发改委申报的《零碳未来城发展规划》已获正式批复。目前，零碳未来城的同位素生产基地、核能供暖、核工业数据中心等项目建设正有序推进。

年年在行动，年年有进展。建设零碳未来城是中核集团与浙江省深入贯彻落实碳达峰、碳中和战略部署的具体行动，是开创清洁能源与地方经济高质量发展的新模式，体现了央企与地方的协同发展、融合发展。在第五届进博会上，中核集团举办了主题论坛，“新时代核能综合利用的实践——零碳未来城”就是论坛推介的重点。

零碳未来城建设正在路上，先导工程已经扎实起步。10月28日，中核秦山同位素生产基地建设项目在海盐县正式开工建设。项目建成投产后，将成为国内最大的同位素生产基地。目前，六大同位素核技术应用项目已集中签约落户同位素生产基地，后续将进一步发展同位素医疗、康养中心等生命健康产业。

此外，核能工业供热项目有望年内建成。项目供热管网延伸至秦山工业园区，将为园区内的工业用户提供企业生产所需供热和24小时热能供应保障。达产后，项目年工业供热相当于节约标准煤约1万吨，减排二氧化碳约2.4万吨，实现产业发展和节能降碳双赢。据介绍，核能供热一阶段工程已于去年12月建成投运并顺利完成首个供热季供热。

下一步，中核集团秦山核电将继续协同做好零碳未来城开发建设，努力打造以零碳能源为基底、低碳产业为支撑、零碳生活为风尚的高质量发展示范区，建设浙江省乃至全国的零碳创新示范基地，促进能源结构调整，带动区域经济发展。



图①：参观者在进博会现场体验科大讯飞智能产品。科大讯飞供图
图②：蒙牛旗下雅士利携多款奶粉亮相进博会。蒙牛集团供图
图③：进博会技术装备展区人山人海。本报记者 张武军摄
图④：参观者在进博会五粮液特色展台前驻足。五粮液集团供图
图⑤：中核集团秦山核电与美丽乡村和谐发展。中核集团供图

本版责编：林琳 白之羽 韩春瑶
版式设计：蔡华伟

蒙牛集团——努力满足消费者的高品质需求

本报记者 吴姗

第五次参加、同类企业中参展面积最大……蒙牛集团携旗下雅士利、贝拉米、酷鲜生以及合作伙伴阿尔乐，亮相第五届进博会。

作为进博会的“老朋友”，5年来，蒙牛集团在全球乳业中的排名连续上升。再赴进博之约，体现了蒙牛集团不断扩大国际合作、推动全球粮食和乳制品行业稳定发展的决心。

进博会不仅为蒙牛集团创造了向全球市场展示高质量发展最新成果的机会，也搭建了同各国同行、上下游合作伙伴交流互动的平台。5年来，集团不断创新展示理念、优化展示内容，参展规模和展品质量逐年提升——参展面积从首届进博会时的200平方米扩大到本届的700平方米，参展产品涵盖液态奶、奶粉、婴幼儿辅食等多个品类。

蒙牛集团相关负责人表示，集团按照目标要求，持续加强产业链、供应链建设，加大创新研发投入，持续完善“从牧草到奶杯”的全产业链质量管理流程，引入国际领先的质量安全管理体系，用数字化、智能化手段覆盖养殖、加工、物流各环节，全封闭监控生产、全流程动态检验，不断满足消费者对安全、营养、健康乳制品的需求。

一方面，汇聚全球资源，满足国内消费升级需求，为消费者提供更优质的产品和服务；另一方面，积极开拓全球市场，不断提升品牌国际影响力，助力乳业高水平对外开放……经过多年发展，蒙牛集团不仅在境内建立了41座生产基地，而且在新西兰、印度尼西亚、澳大利亚建起了海外生产基地，全球工厂总数达68座，年产能合计逾1000万吨。同时，集团积极布局海外高品质奶源，借助海外乳企在当地奶源、物流、分销网络等方面的优势，开拓更广阔的全球市场空间。

此外，蒙牛集团积极开展科研合作，在北美、欧洲建有跨国研发中心，并与国内外多家知名科研机构进行合作，在饲草料种植、养殖与加工、乳业基础科学、产品创新等领域开展联合攻关，在智能制造、原奶保鲜、益生菌、质控技术等领域取得长足进展。

蒙牛集团通过进博会等国际舞台，向世界讲好中国乳业故事、展示中国乳业品牌力量。目前，蒙牛集团已成为国际乳业联合会等国际组织的高级别成员，是首批加入全球“乳业净零之路”倡议的企业之一。

蒙牛集团总裁卢敏放表示，集团将始终坚持企业的发展愿景，继续走好脚下的路，助力增强国内国际两个市场两种资源联动效应，致力于为全球消费者打造高品质的产品，为全球乳业发展做出新的更大贡献。

五粮液集团——持续提升中国品牌影响力

本报记者 王明峰

走进第五届进博会人文交流活动展示区，国家级非物质文化遗产“五粮液酒传统酿造技艺”的展陈，形象地介绍了五粮液传承千年的酿酒工艺，让观众近距离感受传统白酒的魅力。

今年是五粮液与进博会第五次携手，呈现了范围更广、形式更多、力度更大的合作。五粮液联合进博会推出第五届进博会纪念酒，传递对全球经济开放与共享的美好期许；同时，双方联合推出的“五福进宝”系列盲盒，吸引了颇多关注。

五粮液集团(股份)公司党委书记、董事长曾从钦表示，五粮液始终践行和美理念，今年还明确了“生态、品质、文化、数字、阳光”一体发展的路径，并且正在加快设计推出“五粮液·和美中国”系列创意酒。

近年来，立足进博会这一开放的大平台，五粮液加快“走出去”的步伐，与各国企业的合作越来越密切，国际影响力不断扩大。

5年间，五粮液成为首批入选中欧地理标志互认的品牌之一，在欧洲乃至全球市场得到认可；建成亚太、欧洲、美洲三大国际营销中

心，在德国杜塞尔多夫等地建有品鉴中心。随着拓展海外市场的步伐加快，五粮液的全球经营网络布局持续完善。

在本届进博会上，五粮液还作为虹桥国际经济论坛的会员，积极参与了“RCEP与更高水平开放”高层论坛。该论坛是本届虹桥国际经济论坛的重要活动之一，重点围绕《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)和区域一体化、更高水平开放等重要议题，为构建开放型世界经济、推动疫后世界经济复苏和增长建言献策。

当前，五粮液抢抓RCEP新机遇，积极对接综合保税区、自贸试验区等对外开放平台，持续推进国内外酒类产业标准接轨，助推中国酒业走向世界，实现内外市场联通、要素资源共享。五粮液积极参与全球酒业分工与合作，在巩固产业链、供应链的同时，为构建新发展格局贡献力量。

随着新发展格局加快构建，五粮液将充分利用两个市场两种资源，持续提升中国品牌的影响力。

科大讯飞——以人工智能为用户创造价值

本报记者 钱一彬

作为我国AI(人工智能)领域的代表企业之一，科大讯飞在本届进博会上携最新AI硬件产品亮相，为全球消费者展示基于AI技术打造的新产品、新技术、新服务。科大讯飞消费者事业群常务副总裁赵翔表示，希望通过参与进博会，与不同领域的顶尖企业一道，向世界传达中国推动建设开放型世界经济、更好惠及各国人民的决心与信心。

在进博会现场，科大讯飞展示了智能办公本、翻译机、智能录音笔等最新产品，覆盖现代化办公的多个场景。“本届进博会现场新设置了AI专区，这体现出全球市场对新技术、新产品的需求在不断提升。”赵翔介绍，科大讯飞坚持利用AI技术为用户赋能，打造的多元化产品能够在工作生活中为用户提供更智能、更高效的服务。

2016年至今，讯飞消费者业务推出的产品已经涵盖AI办公、AI学习、AI健康三大领域。11月2日，科大讯飞公布“双11”开门红成绩，销售额同比增长52%，旗下多款产品连续4

年在电商平台的销售表现名列前茅。在AI办公赛道，科大讯飞已推出智能办公本、智能录音笔、翻译机、智能投影仪等多款产品，利用AI技术解决了移动办公、跨语言沟通、语音转文字、高质量会议等多个办公需求。赵翔认为，帮助用户从单一繁琐的传统工作中解放出来，能够让他们有更多精力投入更有价值的创新工作中。

教育作为科大讯飞另一个重点发力的消费者领域，发展目标是通过多种AI产品应用落地，引导用户自主学习并提升能力。据介绍，科大讯飞AI学习机可快速、全面、精准地找到用户学习的薄弱点，并推荐个性化学习内容，有针对性地提升学习水平。

赵翔表示，科大讯飞不会追求技术噱头，而是始终坚持不断创新关键技术，深入洞察用户需求，并以此来完成从技术到产品的转化。未来，科大讯飞将秉承用AI共创美好生活的科技使命，利用AI产品和服务为广大用户创造切实的价值。

