

首届中国国际供应链促进博览会： “链”享新机遇 “博”出新未来

■中国城市报记者 郑新钰

11月28日至12月2日,以“链接世界 共创未来”为主题的首届中国国际供应链促进博览会(以下简称链博会)在北京举行。

这是全球首个以供应链为主题的国家级展会,来自全球重要的产业链、供应链的上下游企业汇聚北京,绘就了一幅全球供应链的宏大图景。

以链为名 打开合作空间

在本届链博会上,来自国外的参展商占比达到26%,世界500强和全球供应链体系的龙头企业齐聚亮相,覆盖55个国家和地区。其中,来自美国、欧洲的企业占外方参展商总数的36%。

从广交会、进博会、服贸会到消博会,我国已有多个高水平国际化的大型展会。那么,链博会有何不同?

从展示逻辑来说,不同于以往展品的物理集聚,这次来同一展区的企业,都是一条“链”上的。

本次展会共设置智能汽车链、绿色农业链、清洁能源链、数字科技链、健康生活链五大链条和供应链服务展区,集中展示各链条上中下游关键环节的新技术、新产品、新服务。

在清洁能源链的霍尼韦尔展位,中国城市报记者看到该企业集中展示了在可持续发展与能源转型领域的成熟技术与解决方案,涉及能源转型、航空交通、智慧建筑、智能制造等领域。

“链博会上,我们见到了很多上下游的合作伙伴。”霍尼韦尔中国总裁余锋向中国城市报记者表示,“相对于其他展会,链博会更加注重供应链上中下游企业的交流合作,让大家找到自己在供应链上的准确位置,找到最对口需要的合作伙伴,关注长期合作和共同发展。”

余锋介绍,作为一家进入中国市场近90年的企业,霍尼韦尔在中国的投资布局已形成了从生产制造、技术研发到采购和供应链的全价值链本地化布局。

“中国在数字经济和低碳发展等领域的前景给霍尼韦尔带来了广阔的发展空间,我们的核心业务契合中国的市场需求和发展趋势,公司看好‘双碳’目标下相关行业推动节能减排、实现可持续发展带来的



观众参观首届中国国际供应链促进博览会绿色农业链展区。
中国城市报记者 全亚军摄

机遇。”余锋说。

智能座舱、超充桩及智能充电桩、自动充电机器人、工商业液冷储能系统……在能链智电展位上,多款科技产品登陆链博会,为行业提供多场景能源补给方案。

“我们跟海博思创共同打造了一个储能产品,他们的展位在我们前方;宁德时代也是我们的合作伙伴,展位就在我们对面。”能链智电相关负责人告诉中国城市报记者,在链博会上不仅见到了老业务伙伴,还开发了新客户。

“今天上午和一家做移动充电的参展企业洽谈了一个多小时,接下来我们可能会为他们遇到的变压问题提供一些解决方案。”该负责人表示。

以链为媒 汇聚发展合力

链博会上,不少企业以技术变革、产业孵化、应用场景为线索,现场展示科技创新和产业升级带来的最新成果。

在科德数控展区,几个“硬核”设备吸引了不少参观者前来问询。据悉,此次展会科德数控共展示了6款面向不同领域、不同型号的国产智能制造代表产品,还有重磅新品首次亮相。

“这是我们开发的一款超动态、高刚度整体叶盘高效加工中心。”科德数控营销中心副总经理黄岩告诉中国城市报记者,凭借自主掌握的完整高档数控机床技术链和产业链的优势,该设备关键功能部件包括数控系统、伺服驱动、伺服电机、力矩电机、主轴及主轴电机、高分辨率高精度电子细分等全面实现自主研制。

数实链接不仅打开了传统制造业的想象空间,更推动着产业链和供应链的转型升级。

“写一篇链博会的欢迎稿,用一个温柔女主播的形象生成视频。”科大讯飞展区大屏上,展示着最新发布的讯飞星火认知大模型V3.0。展商语音输入需求短短几秒后,屏幕上就出现了一位身着白色正装的女主播进行信息播报:“尊敬的各位来宾,诚挚地欢迎各位莅临首届中国国际供应链促进博览会……”

科大讯飞相关负责人告诉中国城市报记者,基于讯飞星火认知大模型技术底座,羚羊工业互联网平台打造了羚羊工业大模型,以大模型驱动新型工业化发展。

“比如‘大模型+知识’可以盘活海量的工业领域知识,改变知识获取的方式;‘大模型+数据’可以让产业体系数据更好地实现交互式运用;‘大模型+业务’可以成为每个工作岗位的AI助手,有效提升工作效

率;‘大模型+工业机器人’可以驱动生产硬件,更好地支撑‘无人工厂’和‘黑灯工厂’。”该负责人举例称。

以链为基 共创美好生活

当谈论供应链时,很多人可能会想到复杂的商业网络和物流系统,很少会将其与人们的日常生活联系在一起。

但实际上,供应链与我们的日常生活息息相关,它像一根无形的纽带,将世界各地的产品和服务紧密地连接在一起,为我们的生活提供便利。

仅1秒钟,一条生产线就有16瓶青岛啤酒下线……在健康生活链展区的青岛啤酒展台,一瓶啤酒从原料、生产到销售的全链条流程一目了然。

据介绍,对啤酒来说,原料的品质以及酿造性能的合理利用是基础。“每年,我们从中国、加拿大、澳大利亚、法国、阿根廷等9大产区采购大麦。而啤酒花则来自中国、捷克、德国、美国、斯洛文尼亚、新西兰等6个国家7大产区。此外,青岛啤酒还建立了覆盖全球主流品种的‘大麦指纹数据库’,青岛啤酒的科研人员结合首创的风味特征图谱技术进行全生命周期跟踪检测。”青岛啤酒相关负责人表示。

“没想到一瓶啤酒的背后,也有一条完备的现代供应链体系。”参观完该展位的观众李凯感慨地说道,“酿造一瓶风味独特的啤酒,看似只有麦芽、酒花、酵母、水等几种原料,但简

单背后的过硬质量、独特口感,凝结着全链条的合力。”

在思爱普公司展台,观众饶有兴趣地指着屏幕上的牛肉询问讲解员:“一块牛肉从哪里来到哪里去?”

“思爱普的智慧供应链管理系统可以直观展示牛肉的供应链信息,从牛肉的海外产地和牧场信息,到产品批次、运输港口和全程冷链运输温度,都能实时查询。”据展商介绍,通过这样一套商业网络系统,思爱普可以给客户提供供应链上下游的数据信息,让企业和消费者了解牛肉从牧场到餐桌的“运动轨迹”。

中国城市报记者在健康生活链展区参观时看到,该展区分为医疗健康、品质生活、健康人居、中华精品4个板块,华润、国药、华熙生物、星巴克、阿斯利康等众多全球企业集中展示了与人民群众日常生活息息相关的产品和服务。

而在绿色农业链展区,从田园到餐桌的全链条产品和服务遍布整个空间。现场不仅有金灿灿的“麦田”,还有一杯杯香味浓郁的咖啡,也有智慧农业、农产品加工、全球地理标志及特色农产品、现代农业服务等领域的精彩成果。

“链博会除了专业供需以外,也是一个具有科普性的展览,把每一条链从上中下游到横向服务全面展开,将这些企业最先进的产品和技术拼在一起,构成了一幅未来的产业链全景图。”中国国际展览中心集团有限公司董事长林舜杰说。

会场特写

一朵棉花串出健康产业共赢链

■中国城市报记者 郑新钰

一朵棉花从农田到成品,又到回收利用的旅程。

在展位举行的一场发布会上,稳健医疗轮值CEO张燕回顾了稳健集团的成长轨迹:“1991年,稳健医疗创建。那会儿,我们国家没有那么完备的产业链和供应链,所以我们生产的一些纱布产品就只能出口到发达国家。”

多年来,这家企业通过科研合作育种、生产实力提升和产品创新研发,使棉花产业链形成良性的供应链循环,还打造了为人熟知的消费品牌——全棉时代。

数据显示,全棉时代创立

14年来,累计采购25万吨棉花,助推新疆棉花种植面积上升53%,产量提升95%;累计售出全棉服装、床品5800余万件,减少等量化纤制品加工与生产带来的污染;累计售出全棉柔巾577亿张。

据介绍,作为链主企业,稳健集团还整合产业链上下游,打造了“以棉为起点延伸的产业链”,通过研发链、制造链、流通链和服务链融合,促进产业链上下游共赢。

“希望我们能将棉花变成千家万户不可或缺的健康舒适产品,满足人们对美好生活的追求。”李建全说。