



# 多家公司携黑科技亮相进博会

■本报记者 徐一鸣

天南海北,八方来客。第三届中国国际进口博览会的成功举办受到海内外人士的一致认可。六大展区、四大专区各具亮点,数百项新产品、新技术、新服务在本届进博会上进行全球首发、亚洲首秀、中国首展。其中,全球首发的数量占比达一半以上。这一切充分说明世界各国企业充分认可进博会的重要平台作用,看好中国市场的巨大潜力。这场顶级盛会,也对新发展理念作出生动阐释。

## 黑科技产品诠释环保理念

近年来,建设资源节约、环境友好型社会已经成为全球共识。在世界环境变化趋势下,绿色经济、低碳经济和循环经济等概念纷纷提出,建设“绿水青山”发展美丽中国,成为中国生态文明建设的重要目标。

秉承着绿色发展理念,此次爱普生携众多创新产品及解决方案首次亮相第三届中国国际进口博览会,以“智绘中国 绿动未来”为主题,聚焦绿色创新与可持续发展。展会上带来了全球首创的爱普生PaperLab干纤维纸循环环

系统,引发各界广泛关注。爱普生品牌及市场营销经理陈松接受《证券日报》记者采访时表示,PaperLab拥有两大核心优势,首先可通过干纤维技术,以无须用水的方式将使用过的办公用纸再生为环保新纸,用绿色循环的方式帮助节约能源与自然资源。与此同时,还能够通过纤维分离的方式,将纸张信息完全销毁,从根本上避免纸张处理过程中存在的绝密信息安全隐患。

除了首度亮相进博会的爱普生,位于汽车展区的HRC(恒瑞)公司同样吸引着记者的关注。作为一家来自西班牙的创新型高科技企业,专业从事高性能轻量化碳纤维零部件的研发和工业化量产,主要面向汽车制造、航空航天、轨道交通等多个行业,现已成为一汽、吉利、沃尔沃等多个国内外知名主机厂的指定碳纤维零部件供应商。

公司市场总监陈文瑾告诉《证券日报》记者,此次HRC携Polestar 1整车亮相进博会,将不光带来碳纤维产品应用的先进理念和技术,更加直观地传达碳纤维材料和设计一体化成型的效果,观众也可以通过近距离观赏汽车,试坐等方式现场体验明星品牌“纯粹、先锋、高性能”的三大核心特质。

公司市场部副部长韦丹对《证券日报》记者讲述,“2015年进入中国之初

HRC便开始紧密与各大主机企业进行商务及技术的多方对接,共同探讨可行的汽车轻量化复合材料解决方案。相信随着各主机厂开发对于复合材料了解的日益加深以及复合材料量产加工技术的日趋成熟,碳纤维必将成为传统,尤其是新能源汽车大量使用的常规材料之一。”

## 参展商热议“进博效应”

走可持续发展道路,推动贸易自由化和经济全球化,不仅局限于硬核科技,食品业提质也在行动。作为第三次参展的企业,嘉吉为本届进博会带来了一系列跨领域的创新产品,涵盖植物肉、食品配料、动物营养、美丽护理和变压器绝缘液等。通过在新方面的持续努力和对研发的投入,提供更健康的食品原料和产品,来满足中国消费者对健康生活的追求。

嘉吉中国区亚太区媒体事务总监苗杰向记者介绍,“参观者可以在嘉吉200平方米的展台体验到一系列创新产品,包括无糖新式茶饮、植物肉和烘焙产品等。嘉吉植物蛋白产品兼顾美味和健康,为消费者提供更多样的蛋白选择。原材料严选大豆、豌豆和小麦等天然谷物,在品控上层层把关,也致力于倡导

环境可持续。”

不难看出,对于企业而言,发展绿色制造,走可持续发展道路,履行自身社会责任,构建清洁、高效、环保及安全的绿色制造产业已势在必行。

级别高、平台大、覆盖面广,影响及受众范围是一般行业展会无法比拟的——这是多数参会人士对本届进博会的一致看法。

在会场中,有这样一家中国企业。该公司打造一款全球食品集成展销平台,通过采购、外销、内销等模式把国外的好产品运到中国,同时把中国的优质产品运输到国外,实现产业链国际国内双循环发展。这家公司正是光明食品。公司销售总监王建对《证券日报》记者表示,“公司对本届进博会的举办非常重视,随着中国人们生活水平的逐渐提高,对进口产品的需求也会越来越大,未来中国的消费市场肯定会升级。”

嘉吉中国区总裁刘军告诉《证券日报》记者:“借助全球资源优势和本地专业积累,嘉吉一直专注于创新,满足中国市场的多样化需求。进博会不仅为我们提供了展示创新产品的平台,也为我们获得消费者需求创造了难能可贵的机会,可以进一步启发和助推我们的产品研发。”

# 借力进博会深度链接世界行业巨头 山东助推产业链创新发展

■本报记者 王 僊

连续三届进博会,潍柴海外高端品牌展位,一直是智能及高端装备展区最引人注目的明星之一。潍柴旗下的意大利拉帝高端游艇、法国博杜安高端发动机、德国林德叉车、美国德马泰克智能仓储……而这些看似互不相连的产品背后,则是潍柴多年来潜心在海外布局的成果。

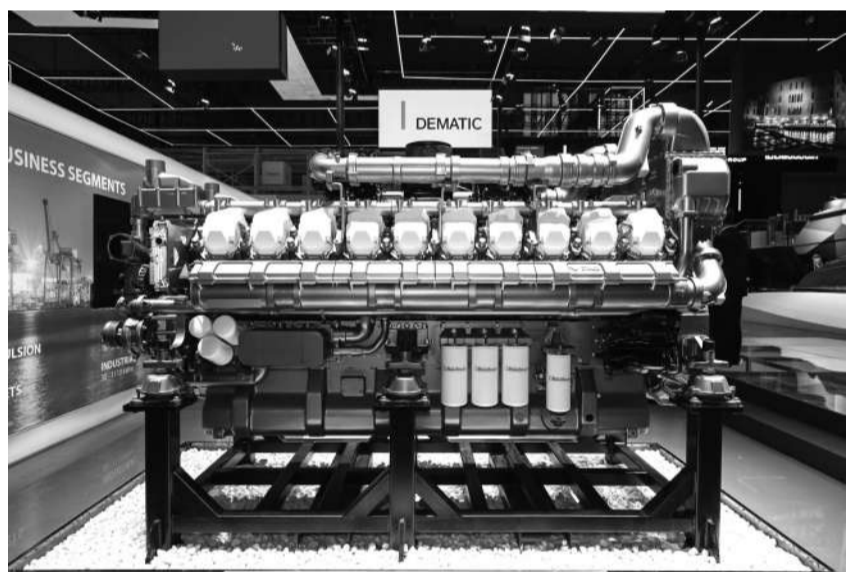
《证券日报》记者了解到,潍柴海外品牌在进博会上的海内外双向出击,恰是山东强化健全产业链发展的一个缩影。展会期间,15个山东省重点外商投资项目现场签约,总投资达16.8亿美元。

## 2.0版的国际化和本土化

潍柴的海外高端品牌展位占地1050平方米,为智能及高端装备展区最大的展位。除最吸睛的两艘意大利拉帝高端游艇外,潍柴几个海外品牌共同组成的智能物流业务板块展区堪称此次潍柴高端海外品牌展的重头戏。

据了解,2016年,潍柴支持德国凯傲集团以21亿美元的价格,收购美国德马泰克公司全部股份,成功筑起了一条“凯傲物料搬运+德马泰克智能仓储”的智能物流产业链。

在本届进博会上,德马泰克推出堆垛机新一代优选系列,智能仓库仓储系统集成了机器人拆垛和自动导引车,自动搬运,使仓库无人化作业变成了现实;另外一边,凯傲集团旗下的林德叉车,则展示出智能无人操作的林德搬运机器人,还有最高速度可达2m/s的潜伏



式机器人AMR,备受参观者关注。

潍柴旗下法国博杜安,在本届进博会上展出了一台一人高的高端柴油发动机20M33,据介绍,这款发动机可广泛用于发电、工程机械、数据中心备用电源等领域。“2009年潍柴并购博杜安,迈出海外产业布局第一步,经过十多年的融合创新,博杜安从2009年销售发动机不足万台,目前已经达到几千台。”展位现场一位负责人对《证券日报》记者介绍,博杜安产品目前拥有法国、潍坊两个生产基地,但销售主要在海外,从2017年开始海外市场销售量每年都是翻倍增长,只是国内增速相对较慢,此次参加进博会则是为了推出最先进产品,对接更多中国市场潜在客户,拓展国内市场份额,努力实现国际、国内市场“双循环”。

展会期间,潍柴集团的母公司山东重工集团相关负责人表示,山东重工集团把每届进博会都作为展示集团国际化进展的一个重要舞台。以潍柴海外品牌展为例,就是潍柴以国际化视野,通过兼并、收购等资本运作来引进先进技术,如高端液压、电控、新型电池等是我国的弱项,而国外有一些先进技术苦于没有应用市场和资金,双方正好通过战略重组形成互补、补强短板。而面对如今复杂的国际形势,山东重工集团正在继续走“2.0版的国际化道路”。

## 健全助推山东产业链发展

不仅企业积极展示、主动出击,山东省也注重借力进博会优势平台,对接全球优质资源,进而优化畅通产业链、

供应链。期间,招引外资项目成为山东加强与跨国公司合作的重要渠道。

11月6日,山东省与世界500强产业链高质量发展对话在上海举行。期间,15个重点外资项目正式签约,总投资16.8亿美元,涉及高端装备制造、新一代信息技术、新能源新材料、医养健康、现代物流、环保等行业,合作方来自法国、瑞士、意大利等12个国家和地区。

《证券日报》记者注意到,由于山东具备非常好的制造业基础,因此成为世界许多行业大咖布局产业链、供应链的重要伙伴。如卡特彼勒作为全球排名第一、产业链最完整的工程机械制造商,就在山东青州通过全资收购山东山工机械设立生产基地,还在青岛设立了研发中心。卡特彼勒全球副总裁陈其华将这一发展模式称作“双品牌双循环”,“我们不仅要在山东建智能制造高端产业链,而且要把产品和方案推广到全球。”陈其华说。

引进来的同时,山东各地也借助进博会平台积极向外推介。如展会期间,烟台市对自贸试验区进行了推介,7个外资项目集中签约;威海市则重点推介激光打印机等优势产业链,与惠普、捷普等跨国公司进一步洽谈合作。“政府有明确的产业发展战略定位,专业的政策服务,成熟的产业上下游供应链,更加坚定了我们在威海发展的决心。”捷普公司全球化业务拓展总监张旭初表示。

山东跨国公司研究中心专职副主任张庆伟表示,借力进博会平台,让展品变商品,让展商变投资商,共享山东高质量发展新机遇。

# 以自律管理促进上市公司质量提升

■宋志平

10月9日,国务院印发了《国务院关于进一步推进上市公司质量提升的意见》(国发〔2020〕14号)(以下简称《意见》),这是新时代党中央国务院对提高上市公司质量作出的系统性、有针对性的重大部署,是推动上市公司高质量发展的纲领性文件。中国上市公司协会将按照《意见》要求,充分发挥自律管理作用,全力助推上市公司高质量发展。我担任中国上市公司协会会长已有一年半,协会一直把推动提高上市公司质量作为重要工作主题。这里,我想就学习和落实《意见》谈几点体会和认识,同大家交流。

**一、深刻理解《意见》的重要意义**  
日前,党的十九届五中全会顺利召开,对“十四五”时期我国发展作出系统谋划和战略部署。资本市场作为经济高质量发展的重要支持力量,也面临着历史性发展机遇。同时,面对新冠肺炎疫情和外部经贸环境的影响,上市公司生产经营和高质量发展也面临一定的考验。上市公司质量是资本市场健康发展的基础。高质量的上市公司是贯彻新发展理念、推进高质量发展、构建新发展格局的重要主体。高质量的上市公司也是我国从容应对国内国际疫情变化、恢复经济的生力军。

《意见》提出六个方面17项重点任务,既为上市公司整体质量的提升提供了方向性、引领性的制度安排,也提供了很有针对性的具体安排,找准了影响上市公司高质量发展的关键问题,回应了市场各方的关切,同时也对上市公司提出了更高的要求。

今年是资本市场发展的而立之年,我们的上市公司群体从无到有,由弱到强。截至10月30日,境内上市公司已达4082家,市值已经超过73万亿元。经过30年的发展,我们上市公司数量迅速增加,质量稳步提高。我们拥有世界第二数量的上市公司,如果加上海外上市的中国企业,则是全球上市公司最多的国家。与此同时,涌现出一大批非常优秀的上市公司,积极参与全球资源配置和国际竞争,在业绩、市值、分红等方面都做得很好。应该说,上市公司发展的30年另造出了全球瞩目的成绩。但从另一方面看,的确还存在着很多不尽如人意的地方,如公司治理有待进一步提升、信息披露质量、运营质量有待进一步提升等。这些问题和我国经济高质量发展以及资本市场健康稳定发展不相适应,亟待改善和解决。

2005年,《国务院批转证监会关于提高上市公司质量意见的通知》发布到今年已经有15年了。这15年里,我们国家围绕提高上市公司质量做了大量的工作。习近平总书记也多次对资本市场高度重视,多次就提高上市公司质量作出重要指示批示。党中央国务院最近几年也有过多次部署,证监会也把提高上市公司质量作为核心工作。在中国上市公司协会2019年年会上,证监会主席易会满专门讲到要提高上市公司质量作为我们的中心工作,同时对上市公司董监高关键少数提出了“四个敬畏、四条底线”等原则性要求。去年11月,证监会印发《推动提高上市公司质量行动计划》,提出力争通过3年-5年的努力,使上市公司整体面貌有较大改观。

可以看到,《意见》是在深刻认识总结我国经济发展和资本市场新特点、紧密结合上市公司新实践新变化、深刻体会上市公司质量重要性的基础上出台的。《意见》对提高上市公司质量提出了新的更高的要求,同时为一系列相关政策的修订出台提供了良好的外部环境,为促进提高上市公司质量提高营造了良好的氛围。广大上市公司群体要认真学习、深刻领会《意见》的重要意义。

**二、认真落实《意见》各项要求**  
《意见》提出要全面加强资本市场制度建设,大力提高上市公司质量,并从提高上市公司治理水平、推动上市公司做优做强、健全退出机制、解决上市公司突出问题、提高违法违规成本、形成工作合力等六个方面,提出了17条具体举措。现在这些举措和建议正在稳步落实。

10月21日,在2020金融论坛年会上,易会满主席表示,将在总结试点经验的基础上,稳步在全市场推行注册制。11月2日,中央全面深化改革委员会第十六次会议审议通过了《健全上市公司退市机制实施方案》(关于依法从严打击证券违法活动的若干意见)。这是我国资本市场历史上,第一次由中央层面制定出台

关于资本市场基础制度建设的专门文件。注册制的全面推行和退市制度的完善将更好地把上市公司的“入口”和“出口”,“零容忍”地从严打击证券违法,提高违法成本的制度安排,共同推动上市公司质量的全面提升。

可以看到,当前全面深化资本市场改革的各项重点任务正在落地实施。上市公司要主动担起高质量发展的主体责任,认真贯彻落实《意见》的各项要求,把握机遇、迎接挑战,坚持敬畏市场、敬畏法治、敬畏专业、敬畏投资者,牢记初心使命,切实提高自身质量,用质量夯实资本市场改革发展的基础。

提高上市公司质量要注重治理质量、运营质量、创新质量三个维度,三个方面要共同推进,形成上市公司提质增效的内生动力和市场文化。

治理质量是上市公司高质量发展的前提和保障,《意见》17项重大举措的前两条专门提出提高上市公司治理水平。上市公司规范的治理结构和良好的内部控制,公司信息真实、准确、完整、及时、公平的披露,独立董事、监事会的作用以及各专门委员会职能的充分发挥,这些都是公司治理质量的范畴。大家要高度重视,不断优化完善公司治理结构,提高治理水平。

在运营质量方面,《意见》特别提出要推动上市公司做优做强,多方合力助推上市公司坚持主业、扎实经营、做优业绩,真正成为实体经济的“优等生”。公司的战略能力、管控能力、财务能力、市场能力、盈利能力等均是构成公司运营质量的基础。只有运营质量不断提高才能为股东创造良好回报,才能为市场稳健发展打下牢固的基础。

# 满足消费者品质升级需求 参展企业称“进博会溢出效应正在扩大”

■本报记者 桂小笋

“今年是麦德龙第三次以参展商、采购商、食材供应商三重身份深度参与进博会。这三年里,麦德龙深切感受到,进博会的影响力早已远远超出了6天的展期,溢出效应正在不断扩大。”在第三届中国国际进口博览会期间,麦德龙中国总裁康德对《证券日报》记者介绍,随着中国持续扩大对外开放,优化营商环境,麦德龙正将越来越多全球优秀产品带到中国市场,也看到越来越多国际合作伙伴、供应商来华投资,共享中国机遇。

《证券日报》记者还了解到,国内零售企业正在发挥各自优势,积极拓展品类,满足消费者的品质需求,并以进博会为契机推出众多全新产品。

## 爆款产品领衔 整体销量大增

麦德龙是进博会的“老朋友”,在前两届进博会上,凭借明星展品法国夏洛莱牛肉等吸睛无数。法国夏洛莱牛肉不仅成为麦德龙超市里的“爆款”,还带动今年上半年麦德龙进口牛肉类产品

整体销量同比增长128%。

康德对记者表示,近年来,中国消费者不断升级的品质化、差异化消费需求,对供给端提出了新的要求。基于对中国消费者的深度洞察,麦德龙不断调整升级产品战略,积极引进更多高品质、价位又适合不同消费者需求的产品,让消费者在麦德龙就能实现所需物品的“一站购齐”。凭借全球五大采购中心,麦德龙的进口商品已超5600种。今年的进博会上,麦德龙带来更多高品质、差异化的生鲜类产品,如荷兰8个月奶筒小牛肉、西班牙伊比利亚黑猪火腿、印度野生捕捞的黑虎虾等。另外,麦德龙提供的进口冷冻烘焙食品,如冷冻蛋糕、简单烘烤即可食用的植物基比萨等,可让消费者在家轻松享受各国风味美食。

来自麦德龙方面的资料显示,此次进博会期间,公司展出的进口商品来自20多个国家和地区,覆盖超过30个品类,囊括乳制品、冷冻甜点、肉类、冷冻海鲜、蔬菜、葡萄酒、啤酒、油、咖啡、罐头等近2000种进口商品,尤其是近年来热度不断攀升的进口火腿、牛肉、植物基食品等,可供消费者选择的产品十分丰富。

康德介绍称,在今年的进博会现场,麦德龙还搭建起数字直播间,将展馆延伸到线上,与场外消费者“零距离”互动交流。在连续5天的直播中,麦德龙精心打造了多个产品主题,覆盖早餐、下午茶、正餐等不同消费场景。

麦德龙是如何抓住C端消费者的心?来自该公司的资料显示,数字化、全渠道是麦德龙今年发展的关键词,依托合作伙伴多点Dmall的线上优势,麦德龙正在打通线上、线下以及移动端等多平台,为消费者提供一体化购物体验。

## 依靠技术企业 拓展销售渠道

多点Dmall在去年成为麦德龙的技术合作伙伴,今年是第一次来到进博会,将数字化零售服务中环节的“直播”带到了进博会现场,形成线上、线下更广泛的联合。麦德龙从全球优选美食,不仅使之从国外产地快速“跑”到国内,还通过多点Dmall“直播+配送”的形式,以更快速度“搬上”消费者餐桌,让消费者有了更惊喜的体验。