



观众在第八届进博会国家展中国馆参观。 新华社记者 陈浩明 摄

跨越山海携手并肩 合作共赢同赴未来

外企参展本届进博会的三个关键词

■ 万泽玮 实习生 王馨婷

11月5日至10日,第八届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)在上海举办。据主办方数据,本次进博会共吸引155个国家、地区和国际组织,4108家境外企业参展,规模再创新高,其中不乏大众汽车、巴斯夫、葛兰素史克、宝洁、DHL快递等知名企业。

在复杂多变的全球经贸形势下,从4000余家积极参展本届进博会的外企身上,我们可以看到三个关键词:扎根、创新、绿色。深耕中国市场的外企们正不断推出本土化的创新产品与可持续的绿色服务,表达着它们对中国市场的信心与扎根中国市场的决心。

扎根

本届进博会上,不少外企宣布在中国市场的新动向,承诺进一步扎根中国市场。

1984年首次进入中国市场的大众汽车集团已经连续参展八届进博会。本届进博会上,大众展示了8款车型,覆盖奥迪、保时捷等多个品牌,其中五款车型为新型电动汽车,保时捷新款911 Turbo S在进博会上迎来亚洲首秀。

在大众汽车集团展区,还有交互式沉浸式体验“数字幻方”,融合展现大众在中国市场技术创新的三大预期技术成果:全新整车平台(CMP)、全新电子电气架构(CEA)以及高级驾驶辅助系统(ADAS)解决方案。

据了解,这些技术均由大众汽车集团与小鹏汽车、酷睿程等中国合作伙伴共同开发,本次进博会上展示的一些车就已搭

载CEA电子架构,上述三大技术创新落地后,大众汽车产品在中国市场的竞争力或将进一步加强。

“本届进博会将成为大众汽车集团坚定深耕中国市场、坚持长期投入的又一力证。秉持‘在中国,为中国’战略,大众汽车集团近年来持续投资强化本土研发实力。作为中国汽车产业的坚实伙伴,我们正持续推动行业高质量发展。展望未来,我们将进一步深化与本土伙伴的合作,推动中德汽车产业携手共进。”专程前来参加本届进博会的大众汽车集团管理董事会主席奥博穆说。

除了大众,还有不少外资企业借进博会平台,与中国合作伙伴建立联系,签署合作协议,谋划未来共同开拓业务市场。法国知名会展企业智奥会展在进博会期间与中国酒店企业明宇商旅签署了合作协议,提出围绕会展客群,共同开拓全球优质商业机会,提升会展活动的整体品质与体验价值,在全球范围内拓展会展与酒店综合体项目的合作机会。

该公司大中华区总裁吉娜思表示,未来,智奥会展将与中国合作伙伴实现资源的高效整合,结合运营经验与本地市场特色,共同推动更多国际会展项目顺利落地,同时积极促进中法两国在文化与体育类展会方面的交流。

创新

本届进博会是全球企业展示其创新成

果的重要平台,共展示了461项新产品、新技术、新服务,其中有近一半是全球首发,覆盖了从工业装备到消费电子、从医疗器械到日常用品的诸多行业。其中,也有不少外企带来本土化的创新产品,展现着外企对中国“新质生产力”建设的认同和参与。

在本届进博会上,知名日用品品牌宝洁集中展现了其近百款“中国定制”的创新产品,覆盖旗下多个中国消费者熟知的品牌:OLAY的超红瓶面霜版是亚洲首发、进博首秀的明星产品,它基于科研人员对亚洲女性肌肤的研究,应用了多种创新成分;海飞丝的二硫化硒去屑洗发水是针对中国消费者头皮专门研制;吉列全新混动Pro剃须刀、舒肤佳健康净护沐浴露、护舒宝液体卫生巾Pro健康专研版等首次亮相的新产品,同样来源于对中国市场消费者需求的分析。

这些创新产品来源于宝洁旗下各品牌在生产过程中应用的技术创新。在宝洁的“数智创新引擎”展区中,观众可看到自适应机器人、在体双光子显微成像系统、模型仿真系统、EMS数字化环境监测系统、潘婷头皮发质检测仪、SK-II肌肤光透镜等设备。一件件各具特色的创新产品,正是通过这些设备研发生产出来的。

“进博七年之约,于宝洁而言,不仅是商业参与,更是一场与十亿消费者的连接。”宝洁大中华区董事长许敏说,多年来公司坚持以消费者为中心,不断挖掘品类发展潜力,持续投入创新,在中国市场获得了积极回

应,实现了更高质量、更可持续的增长。

渣打银行在本届进博会上带来中小企业“出海通”和一站式跨境金融平台“渣打环球链”等创新产品。“渣打长期扎根沪港两大国际金融中心超过165年,我们希望继续发挥渣打在全球网络和跨境金融服务等领域的独特优势和能力,持续推动中国经济高质量发展。我们愿借助进博会平台,持续加深沪港‘金融双引擎’联动,助力中国新质生产力全球布局。”渣打银行(香港)有限公司执行董事、香港兼大中华及北亚区行政总裁谢惠仪说。

知名药企葛兰素史克的展示主题中也有“创”。本届进博会上,“防治结合、全生命周期健康管理”成为葛兰素史克展台的展示布局 and 核心理念,既有全球首款获批上市、在中国首个开展三期临床的呼吸道合胞病毒(RSV)疫苗,针对多发性骨髓瘤的全球首个抗BCMA抗体偶联药物注射用玛贝兰妥单抗(Belantamab Mafodotin)等创新产品,也有该公司在肝病全周期管理、HIV防治一体化、呼吸道疾病综合治理等方面的成果。

绿色

绿色是各家外企参展本届进博会的另一个关键词。在全球绿色转型浪潮深入发展的今天,不少外企都带来了它们在可持续发展领域的探索。

物流巨头DHL快递就是其中之一。在该公司的展台上,观众可以了解到该公

司在推动采购和使用可持续航空燃料方面的举措。近年来,该公司采购了大量可持续航空燃料,并推出“绿色航燃(GoGreen Plus)”服务,为客户提供“绿色寄件”选择。通过使用可持续航空燃料,该公司将支持以“碳嵌入”的方式推动减排。目前,“绿色航燃”服务在中国市场已经取得积极反响。截至2025年9月,已有超半数DHL快递中国区客户企业使用了该服务。

“从投资可持续航空燃料到推出‘绿色航燃’服务,再到‘最后一公里’电气化配送,DHL快递通过全链条的绿色创新,将可持续发展理念深度融入业务运营,致力于到2050年实现物流相关净零排放的目标。”该公司负责人介绍。

此外,美国陶氏公司在新能源领域带来了全球首发产品,日本欧姆龙公司展示绿色化解决方案,宝洁也带来“使命2030”可持续发展目标全球最新进展……外企在进博会上的绿色故事,比比皆是。

“中国市场不仅蕴含着巨大的发展机遇,更是引领未来创意生态与品质生活的核心力量。”索尼中国总裁吉田武司的评价,正体现着众多外企的心声。4000余家的参展规模,是外企用行动对中国市场投下的信任票。从宝洁的研发定制、DHL的绿色物流到渣打的数字金融,外资企业正进一步扎根中国,将发展重心聚焦于以创新、绿色、智能为特征的新质生产力,通过更深度的本土化运营,积极参与并分享中国高质量发展带来的持久机遇。

嘉吉农业与贸易亚太集团总裁柯沛瑜：携手更多合作伙伴共建农业供应链

■ 本报记者 张凡



嘉吉农业与贸易亚太集团总裁柯沛瑜

“中共二十届四中全会强调要坚持高质量发展、因地制宜发展新质生产力,这与嘉吉致力于依托其‘全球技术+本土洞察’积极参与中国经济高质量发展,与农业供应链上下游合作伙伴携手共创价值的战略高度契合。”嘉吉农业与贸易亚太集团总裁柯沛瑜(Penne Kehl)在第八届进博会期间接受《中国贸易报》专访时表示,中国始终是嘉吉重要的市场之一。

中国人口占全球总人口的17%,是全球农业供应链的重要市场。嘉吉深耕中国市场超过五十年,并持续探索新的方式以服务中国乃至亚洲不断增长的食品和农业市场需求。近年来,嘉吉持续加码在华投资:

2024年6月,嘉吉正式启用全新升级后的上海创新中心。该中心升级投入约400万美元,面积扩大至原有两倍多,并配备先进的尖端技术设施,为中国乃至整个亚太地区不断升级的消费者需求和食品行业发展需求提供创新解决方案。

2025年7月,嘉吉阳江天然酯生产基地二期工程正式投产,项目一、二期总投资超800万美元。

2025年9月,计划投资总额约5亿美元的嘉吉南通粮油工厂扩建项目正式启动,这是嘉吉在华投资战略的又一重要里程碑。

“这一系列投资充分彰显了嘉吉扎根中国、持续投入的长期承诺,我们将继续深挖中国市场的巨大潜力与发展机遇,与中国市场共成长。”柯沛瑜介绍说,嘉吉将持续贴近本土政策导向与市场趋势,因地制宜地灵活调整本土化运营与创新投入方向,并深化客户协同,以此更精准响应中国

消费者持续升级的需求,实现与本土市场及伙伴的高质量共赢。

柯沛瑜介绍,特别是在打造互利共赢的绿色供应链体系方面,嘉吉在中国市场开展了一系列实践。例如,嘉吉阳江的工厂率先采用新能源重型卡车用于大宗农产品的公路运输,以进一步实现供应链在碳减排方面的突破。此外,嘉吉还通过多种手段减少碳排放,包括绿色创新技术的运用,生产工艺的改进,绿色能源采购等。目前,嘉吉已在其所运营的五家工厂安装了分布式光伏发电设备。这些光伏发电设备均已并网投入使用。

从链博会到进博会,嘉吉多维度呈现其创新成果。在今年7月举办的链博会上,嘉吉重点展示了其贯通上、中、下游的全流程供应链能力,重点聚焦更具韧性且可持续的农食供应链体系建设。而进博会则是嘉吉首发新品、链接生态的关键平台,嘉吉希望借助这一平台的影响力,正式开启“从田间行至未来”的创新旅程,全面展现“全球技术+本土洞察”融合下的全链路创新能力,进一步彰显嘉吉在推动构建更具韧性、更负责任、更可持续的农业与食品体系方面的领先实践与长期承诺。

在本届进博会上,嘉吉不仅展示了在食饮领域助力中国健康消费升级的创新成果,还展示了推动中国养殖产业智能化、高质量发展的创新解决方案。此外,嘉吉还突破农食行业边界,将创新与可持续发展实践拓展至海运、美丽护理、生物工业、金属及风险管理等更多元的产业领域。

“在过去七届进博会上,嘉吉已成功将众多创新成果推向中国市场,累计签署超过300亿美元的意向合作协议。今年,我们预期将与行业伙伴在多个领域达成超30亿美元的战略合作,持续携手各方伙伴共建更创新、更可持续的产业未来。”柯沛瑜说,通过积极参与进博会、链博会等国家级展会平台,嘉吉不仅展示了创新成果、对接了产业链资源,更深刻感受到中国市场的巨大潜力与开放决心,进一步坚定了扎根中国、与本土伙伴共同成长的承诺。

柯沛瑜表示,嘉吉向来是开放和包容性贸易政策的坚定支持者。面向未来,嘉吉将继续借助进博会、链博会等开放平台,展示创新实力、深化产业协作,携手更多合作伙伴,共建一个更具创新性、更具韧性、更可持续的农业供应链。

与中国开展贸易超过120年,50余年铁矿石输华合作硕果累累,连续3年参加中国国际供应链促进博览会(以下简称“链博会”),与3家中国工程公司新签合作备忘录(MOU),对矿卡进行500项工程改动……这些数字正在构成力拓与中国伙伴的供应链合作新图景。

“中国是我们最大的客户,也是我们至关重要的供应基地。我们清晰地看到中国供应链的优势。”力拓集团全球采购总裁桑杰明(Jamie Sanders)近期在接受《中国贸易报》专访时表示,力拓与中国供应商合作具有巨大优势,中国不仅拥有全球最完善的工业生态系统,而且正在加快发展新质生产力,这将为力拓发展带来更大机遇。“我们要更加深入地了解与中国的哪些区域、哪些合作伙伴开展更深入的合作,为我们的业务提供解决方案。”桑杰明说。

这折射出包括力拓在内的广大外企高管心目中的中国市场或合作伙伴的地位正在不断变化:

1.0版本是“世界工厂”——工业体系成熟。桑杰明介绍说,力拓全球采购的标准一致,看重的是有竞争力、可持续且有韧性的供应链,并致力于让项目本地和全球供应商实现优势互补。正因为这一点,在澳大利亚皮尔巴拉地区,中车齐车集团与澳大利亚当地的Gemco Rail公司携手合作,共同为力拓提供铁路货车。中车齐车集团向Gemco Rail提供部件,后者在当地进行组装。在这一“全球+本地”的组合里,中国伙伴输出的是制造工艺、流程与经验,帮助本地伙伴贴近矿区开展生产。“这打造了一个全球与本地供应商协同推进工

力拓全球采购总裁桑杰明：期待与中国合作伙伴共同创造价值

■ 本报记者 张凡



力拓全球采购总裁桑杰明

作的典型案例。”桑杰明表示。

2.0版本是“创新策源地”——协同创新。桑杰明举例说,力拓最近从国家电投为蒙古国奥尤陶勒盖(Oyu Tolgoi)铜矿项目采购了一批载重90吨的电池电动换电矿卡。从开始接洽到电动矿卡交付过程中,双方协同合作,对这些矿卡设计进行高达500多项的工程改动,最终仅耗时一年就打造出完全契合项目运营需求的矿卡。

“中国供应商在快速响应和快速创新方面的能力在世界范围内独一无二。”桑杰明说,能够与中国合作伙伴携手完成这些改动,体现了协同创新的价值。

3.0版本是“早周期共创者”——从设计阶段就开始合作。近期,力拓

与中国恩菲、中国瑞林、中钢国际三家工程公司分别签署了合作备忘录。这些备忘录将帮助力拓在项目初始阶段就能充分发挥中国伙伴在设计 and 工程服务领域的领先优势。桑杰明希望与中国合作伙伴尽早开展合作,充分借助中国快速发展的创新势能,助力力拓全球项目的开发与卓越运营。

“双方在合作过程中可以实现共同成长。通过相互学习,我们能够更好地服务中国市场,中国伙伴也借此走向全球市场。”桑杰明表示,与中国企业的合作模式要从供应商和采购方关系,转变为更加紧密的合作伙伴关系,共同创造价值。

正因如此,力拓集团连续三年参加链博会,展示与中国合作伙伴结成的硕果。继在第二届链博会上与宝武、博世、小鹏联合参展之后,在第三届链博会上,力拓与宝武集团联合参展,展示合资项目的成果,特别是双方在西澳大利亚皮尔巴拉的西坡项目。除此之外,还展示了力拓与中铝集团、宝武等合作伙伴共同开发的西芒杜项目,重点呈现了与中国港湾、中铁十八局、徐工集团等供应商在西芒杜项目中的合作成果。

在全球产业链供应链加速重构的今天,从“世界工厂”到“创新策源地”,再到“早周期共创者”,以力拓为代表的跨国公司与中国供应链的故事仍然在书写。