

■ 聚焦第二十七届高交会

3天1700亿元！

从高交会成绩单看科技创新的“中国机遇”



◎林铭藻 记者 杨子墨

11月16日,第二十七届中国国际高新技术成果交易会(简称“高交会”)在深圳落下帷幕。本届展会吸引了全球120多个国家和地区的专业观众前来参展参观。3天累计入场人数突破45万人次,同比增长13%;现场发布新产品新成果5000余项,同期举办重大活动200余场,共促成1023项供需对接和投融资项目签约,意向成交与投融资金额突破1700亿元。

意向成交额创新高 中国科创动能强劲

作为“中国科技第一展”,意向成交与投融资金额创新高折射出中国高科技创新的强劲动力。本届高交会设置了人工智能与机器人、半导体与集成电路、消费电子、新能源汽车、低空经济与商业航天等展区,均为与新质生产力相关的最前沿行业,展品是各行业最尖端产品、最先进的技术与解决方案。“这次来高交会,看到了不少让人‘眼前一亮’的项目。”赛创未来创投福州公司副总经理、产业招商总监林远涛告诉上海证券报记者。据了解,在展会上,90%以上实物展品为“高、精、尖”技术与产品。备受关注的具身智能展区展出了从核心零部件到整机及各种场景应用。宇树科技人形机器人拳击格斗,零次方机器人轮臂人形机器人 Zerith H1 做家务,肯索科技外骨骼机器人助力观众轻松“爬山”……在“展示”功能背后,中国机器人产业技术的快速迭代和广阔的落地场景引得观众、采购商、投资人驻足。“来到高交会,我第一个看的是机器人展馆,机器人‘看得摸得着’,能让我更加直观地感受到中国科技的实力。”在宇树科技机器人格斗赛的围观人群之中,一名来自德国的观众告诉记者,他所从事的是咨询工作,通过参展,他看见了中国机器人产业发展的“日新月异”。“新能源”作为我国重点发展的领域,在本届高交会上亦表现亮眼。展会首日举办的国际采购

团新能源产业及储能技术专场活动,吸引了80余个国际采购团与国内企业密集洽谈。主营风力发电、光伏设备制造及新能源技术开发的明阳智能带来了“双转子漂浮式风机”这一“明星”展品。明阳智能现场工作人员告诉记者:“国外采购商更关注我们产品的技术参数、性能及出海情况;国内采购商对公司已经比较了解,更多关注成本等问题。”生物医药也是本届高交会上备受青睐的“未来赛道”。香港中文大学展出的治疗抑郁症的创新药项目受到了很多投资人的关注。现场工作人员告诉记者,当前该项目仍处研发阶段,但接受了许多投资人的咨询。

新成果竞相涌现 创新主体活力奔涌

本届高交会汇聚了央国企、民营企业、科研院所等多元创新力量,他们在三天时间里发布新产品新成果5000余项。航天科技集团、中海油、中广核、南方电网、中国电气装备集团等40多家央企带来硬核智造尖端技术;长征火箭、海葵一号、华龙一号、“深圳星”亚太6D卫星、EH216-S无人驾驶载人航空器等大国重器展现创新发展的“中国方案”,振奋人心。比亚迪、腾讯、华为、荣耀、华大九天等2000多家领军企业携前沿科技燃爆全场,开源鸿蒙生态、昇腾384超节点、国产AI生态主题特展、卫星通信超远程机器人手术、全球首台“摄像”核磁共振等令人眼花缭乱的新产品、新技术,成为展会热门,吸引人们频频驻足打卡。高校科研院所也展示了十足的创新劲头。以清华大学、北京大学、香港中文大学、复旦大学、中国科学院、深圳湾实验室等30余所高校与科研院所为代表的产学研机构,带来了Pico-Rio 1.0和PicoRio 2.0处理器芯片、多维单分子动态成像平台、国内首款高通量智能多肽合成仪等科研成果。在深圳理工大学展区,不少项目前摆放的介绍小卡早已被领取一空。“针对阿尔茨海默病项目的介绍小卡,基本上一补卡就秒光。”深圳理工

科研产业处副处长李冰告诉上海证券报记者,本次展出的64个生命健康领域项目主要为创新药与合成生物药。深圳清华大学研究院海洋氢能研发中心展示了团队研发的500千瓦和兆瓦级电解海水制氢装备,深圳清华大学研究院海洋氢能研发中心主任助理、氢致能源总经理助理余恩德告诉记者,这组装备已经达到世界领先水平,并应用于深圳能源集团、中海油、中广核、国家能源集团等制氢工程之中,未来在海外亦有广阔的应用空间。

全球目光齐聚 “中国机遇”双向奔赴

本届高交会举办全球采购对接大会与投融资供需对接会,吸引了英国、俄罗斯、加拿大、印度等国家和地区1036个采购团到场洽谈,摩根大通、高盛集团、红杉资本、贝恩资本、IDG资本等3000多家国内外投资机构现场参与。记者了解到,仅首日举办的国际采购团新能源产业及储能技术山东专场活动,就吸引了全球多个核心市场30余家国际采购商深度参与,具有决策权的企业负责人在现场面对面沟通对接,为后续实质性订单落地奠定基础。零次方相关负责人向记者介绍,公司接到不少意向订单,其中海外客户表现出更为强烈的采购意向。“我所接待的新加坡客户想把轮臂人形机器人 Zerith H1 应用到当地的洗衣房中,做一些搬运、折叠工作。来自墨西哥的客户想批量‘进货’并在当地销售,让这款机器人应用到当地更多不同的场景。”该负责人说。肯索科技带来的外骨骼机器人π运动助力机器人备受欢迎。“我们目前接到的意向订单中,国外订单占到一半。”肯索科技营销总监栗建冰向上海证券报记者介绍,“这款外骨骼机器人能够为行走精准助力,为户外爱好者、行动不便的老年人提供帮助,因此格外受欢迎。”量旋科技区域销售总监张新尧告诉记者,量旋科技致力于量子计算产业化。除了国内客户,来自俄罗斯、西班牙等采购商也透露了采购意向,欲购入公司的量子计算机用于海外销售、科研教育等。

全球资本“寻宝”高交会 谁会是下一个“腾讯”“比亚迪”？

◎记者 唐燕飞 何漪

中国国际高新技术成果交易会(下称“高交会”)既是前沿科技的秀场,也是全球资本“寻宝”的舞台。一大批高新技术企业龙头,如腾讯、比亚迪,都是从高交会的舞台起步,从初创企业成长为具有世界影响力的“巨无霸”。11月14日,第二十七届高交会在深圳拉开帷幕,国际知名投融资机构和投资家如约而至。

前沿科技汇聚全球投资目光

穿梭在高交会的各场馆间,随处可见“洋”面孔。在广东科技馆的领益智造展台,上海证券报记者看到展台工作人员正在给一群“老外”介绍其展出的擅长精密分拣的领珑机器人和专攻高精度搬运的磐石机器人。“我们在高交会第一天就接待了来自日本、德国及东南亚、北美等国家和地区的海外投资人。”领益制造相关负责人对记者表示,“这些海外机构投资者较为关注公司是否会向全球其他市场拓展,机器人能在哪些场景应用,能否进入工程生产线等问题。”在龙华展区,乐聚机器人展示的5G-A人形机器人“夸父”,以高度拟人的奔跑姿态,成为本届高交会上的亮点。来自加拿大、美国、巴西等国家和地区的海外客商围拢在展台周围,不停地向工作人员发问:“人形机器人能否在复杂物流仓库里进行巡检?”“除了奔跑,它的双臂能否执行

精细的装配作业?”

在第11号展馆,宇树科技现场展示了人形机器人武术和格斗。参加格斗的人形机器人佩戴了头盔、拳击手套,搏击动作标准,即使被击倒也能迅速起身。来自加拿大、美国、巴西等国家和地区的海外采购商与投资人和现场负责人聊起了人形机器人的商业未来。让国际客商与投资人更关心的一个核心问题是:中国的前沿科技将如何在各国市场落地生根,从而成为全球企业。俄罗斯I-teco公司工业数字化中心销售部负责人帕维尔·季托夫斯基对上海证券报记者表示,目前许多俄罗斯企业对中国的IT技术、机器人及半导体芯片都颇感兴趣。I-teco公司专注于为冶金、化工等行业提供工业数字化解决方案,已与部分中国机器人企业开展合作,他们希望能借高交会与更多机器人企业深化在特定工业场景的应用合作。仅半天时间,日资银行瑞穗银行(中国)深圳分行的团队就在高交会上接触了近十家创业企业。“参加高交会,让我惊喜地看到中国科技的变化。今天接触的企业中,有自动化城市清洁、人工智能、机器人等领域科技企业,这些企业都很年轻、有活力。”一位工作人员表示,希望能够帮助有意出海的中国企业对接日本市场商务资源、客户资源,进一步拓展市场。

资金、项目对接如火如荼

不仅是国际投资者在高交会上四处“寻宝”,

◎年悦 记者 张雪

在中国钢铁工业发展的长卷中,有一家以“合作”为基因,专注于焊接钢管领域的公司——天津友发钢管集团(以下简称“友发集团”)。从几位合伙人白手起家,到连续20年蝉联全国焊管产销第一,友发集团用25年的奋斗时光,书写了一段从无到有、从小到大、从中国走向世界实业故事。

友发集团的发展并未止步于此。当全球化的浪潮席卷制造业,友发集团正以“全球造卖全球”的崭新姿态,开启中国管业的出海新篇章。友发集团的企业文化、发展路径与战略眼光,都值得深入探究。近日,上海证券报记者走进友发集团,聆听公司董事长李茂津讲述“钢管巨人”的过去、现在与未来。

合作共赢: 从创业基因到“大友发”生态

“友发的合作文化是深入骨髓的,是从创业那天起就具备的基因。”李茂津的开场白朴实而有力。回顾友发25年的发展历程,其实就是一部合作伙伴们同心同德、携手共进的创业史。创业之初,几位创始股东倾其所有,凭着“心往一处想,劲往一处使”的信念,开启了友发的事业。这种最初的选择,奠定了友发独特的企业底色——股权充分分散的民营股份制企业。在友发,所有管理层都是股东,这种制度设计让“合作”从口号变成实实在在的行动准则。

“合作是一种资源的整合。”李茂津深入地阐释道,“你懂财务,我懂生产,他懂销售,我们合作在一起就什么都懂了。”这种整合不仅体现在知识技能的互补上,也体现在财力、精力、能力、渠道等全方位资源的汇聚中。正是这种“1+1>2”的合力效应,推动着友发在25年间实现了持续快速增长。

随着企业规模不断扩大,友发的合作文化也在不断升华。如今,集团提出“大友发”理念,将客户、经销商都纳入这个共生共荣的生态系统。“我们的经销商也在学习友发的合作文化,推行‘1+1>2’的合作精神。”李茂津表示,这种文化的延伸和复制,让友发不再是一家孤立的企业,而是一个充满活力的产业共同体。

然而,管理如此庞大的“大友发”体系并非易事。李茂津分享了面临的三大挑战:一是创始股东如何保持创业精神不“躺平”;二是如何让新加盟的友发人尽快融入并认同合作文化;三是如何在规模领先的基础上,保持技术、成本、品牌、管理等方面的领先地位。

“高质量发展不是一句口号,而是需要我们不断学习、不断创新,始终保持进取的态度。”李茂津的这番话道出了友发持续成长的秘诀——在坚守合作基因的同时,永葆创业初心与进取精神。

产品战略: 从“流通天下”到“撑起世界”

“友发钢管:流通天下,撑起世界”——这句宣传语生动地概括了友发产品的两大用途:流体输送和结构支撑。李茂津详细解释道:“流通”是指公司的焊接圆管、镀锌圆管、螺旋焊管、不锈钢管及钢塑复合管等,主要应用于供水、排水、供气、供热、消防等流体输送领域;“撑起”是指公司的矩形焊管、镀锌方矩管及脚手架用圆管等,主要用于钢结构建筑支撑;“天下”和“世界”则代表公司“做全球管业第一雄狮”的战略发展目标。

李茂津说,从消防、燃气、自来水等市政设施到钢结构、水利、能源、交通等基础设施建设领域,友发的产品已经渗透至国民经济和生活的各个角落。

随着市场的变化,友发的产品战略也在不断升级。在传统优势产品如热镀锌管等领域,友发正在从全国三分之一的市场占有率向二分之一的目标迈进。“未来在这些品类上要达到50%以上的市场占有率,这是我们的一个奋斗目标。”李茂津说。

在品类拓展上,友发秉持“每个钢管品类不介入则已,一介入就要做到行业最好”的宗旨。今年上半年,公司收购河北海乾威钢管有限公司75.35%股权,为公司增加了JCOE工艺油气输送类焊接钢管产品,为拓展高附加值新品类钢管奠定基础。这标志着友发正式进入油气钢管领域。从传统的焊管到油气钢管,友发正在不断延伸自己的产品边界,构建更加完整的产品矩阵。

在新兴产品领域,友发采取的是“深耕细作”策略。通过成立专业研究院,友发正在各个细分领域深化服务能力。“比



友发集团李茂津: 以合作文化为基 做全球管业“第一雄狮”



如在水务领域,怎样让服务更到位,让终端能够更安心地使用,为此,公司成立水利管道应用研究院,让这个系统的用管更加贴近市场。”李茂津说。

目前,友发集团已成立了三个专业研究院,这标志着公司正从规模扩张向深度服务转型。李茂津表示:“未来公司不只是追求规模的增长,更重要的是通过内部的管理提升,让产品更有竞争力。”这种从规模增长到价值创造的转变,正是友发作为行业龙头企业的责任与担当——不再满足于简单地生产销售钢管,而是要通过产品创新和服务升级,为客户创造更大价值。

逆势拓展: 从“中国造卖全球”到“全球造卖全球”

如果说合作文化是友发发展的根基,那么敏锐的战略眼光和逆势布局的勇气,则是友发持续领先的关键。在传统焊管行业这个与经济周期密切相关的领域,友发形成了独特的“逆周期”发展智慧。

“友发成长了25年,钢铁的高峰期、低谷期都经历过了。”李茂津回忆道,“不管市场是高峰还是低谷,实际上都应该有自己应该去应对的策略。”这种历经周期淬炼的从容,让友发在行业低谷时反而能看到机遇。“市场越不好的时候,恰恰可能是收购兼并和扩张的比较好时机,危中也有机,关键看怎么把握。”他说。

基于这样的判断,友发在今年初制定了“三年行动”规划,在拓展产品品类之外,通过空白区域收购和出海布局驱动企业逆势增长。

在国内市场,友发正在完成最后的战略拼图。“既然定位是全国性品牌,就不应该有空白。”李茂津表示。目前友发已有10个生产基地,预计到明年还将完成更多生产基地的全国布局。上半年收购吉林华明,就是完善东北市场布局的关键一步。这种全国性的生产基地网络,使得友发能够更好地应对从以前的“北钢南运”到当前“全国一盘棋”的产业格局变化,在成本控制和市场响应速度上建立起竞争优势。

友发集团新的十年发展战略目标可以概括为“由千万吨迈向千亿元,做全球管业第一雄狮”,力争实现3000万吨的钢管产销规模,包括国内和国外。友发的出海战略更展现了公司未来发展的雄心与魄力。李茂津分享了今年上半年与荣成集团等企业合作成立“中新联合”平台的始末。“这个平台主要是为了服务出海企业。”他解释道,“随着中国的经济发展,我们要由‘中国造卖全球’转向‘全球造卖全球’。”

这个转变的背后,是中国制造业发展到新阶段的必然选择。李茂津介绍,任何一家企业走出去都要搭架构、走程序,而多数中国企业对此还比较陌生。“中新联合”平台的建立,正是为了帮助更多中国企业顺利走向世界。对于友发而言,这也是实现“全球造卖全球”梦想的重要一步。

李茂津透露:“未来友发在海外设立钢管生产基地、供应链企业,就用‘中新联合’平台搭建投资架构,去实现友发全球布局的梦想。”目前,友发正在东南亚、中东、中亚等地开展调研,期待看到友发海外第一个生产基地的尽快落地。

这仅仅是友发海外战略的起点。按照规划,友发将“用三年时间完成全国布局,用十年时间在海外再造一个友发”。这个宏伟的蓝图,是友发从中国领先到全球领先、做“全球管业第一雄狮”的决心与信心。

在中国制造业转型升级的大背景下,友发的故事不仅是一家企业的成长史,也是中国制造业从大到强、从国内到全球的缩影。凭借着深厚的合作文化和敏锐的战略眼光,友发的梦想正一步步照进现实。