

中塞深化新能源优质产能合作

本报驻达喀尔记者 林家全

近年来,中国新能源产业蓬勃发展,以电动载人汽车(新能源汽车)、锂电池、太阳能电池为代表的“新三样”在全球受到广泛欢迎,为全球绿色低碳转型注入强劲动力。中非绿色能源领域合作持续深化,中国风电、光伏产品远销海外,帮助广大发展中国家获得清洁、可靠和用得起的能源。以塞内加尔为代表,双方绿色合作加速落地生根。

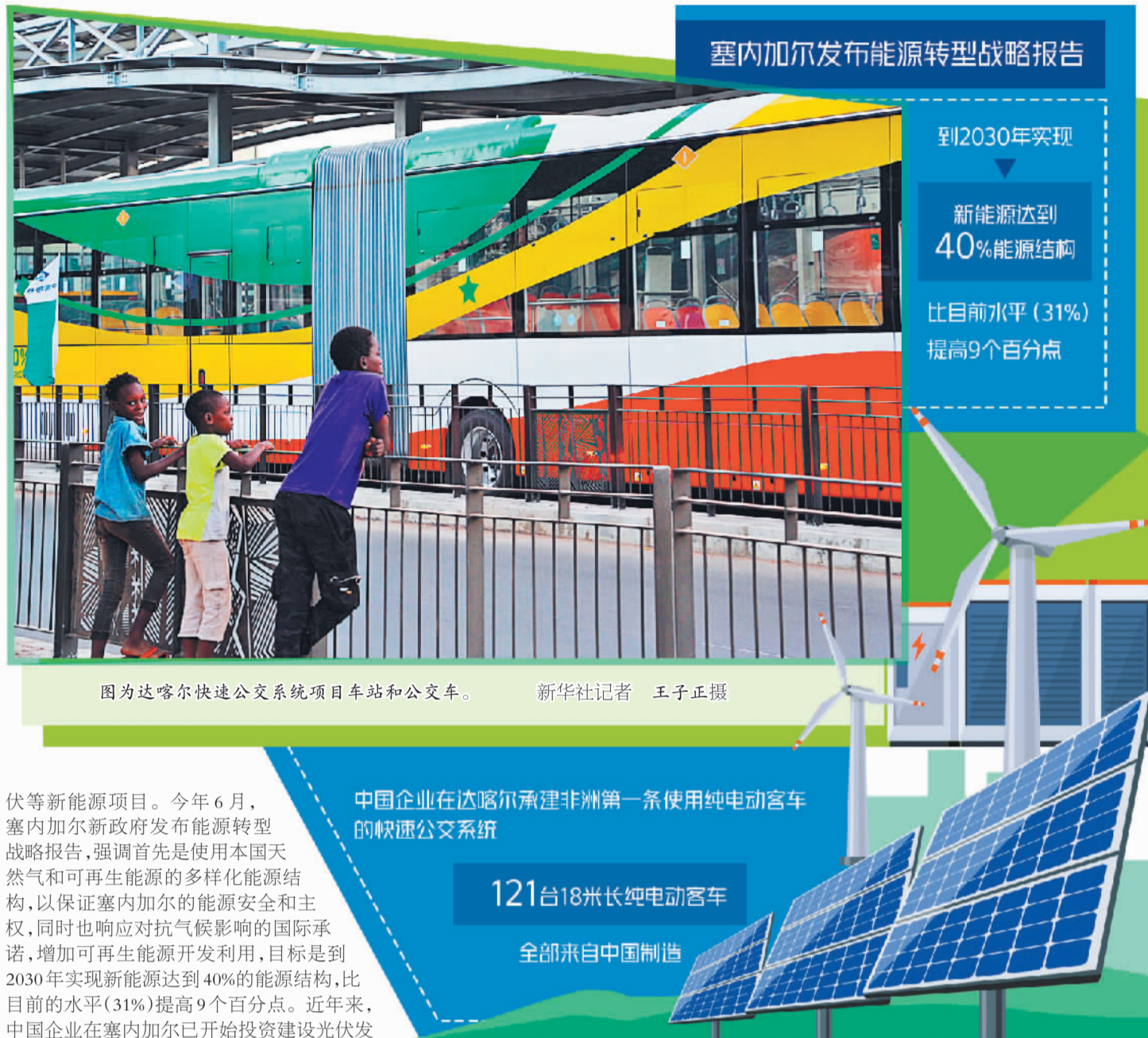
近日,比亚迪在塞内加尔首都达喀尔举办首场品牌发布会,正式面向塞内加尔市场推出电动车型“元PLUS”,该车型具有续航能力强、技术先进、服务可靠、价格合理、维护成本低等特点,能很好解决当地传统车型对石油进口的依赖及空气污染问题。该车型的引入为塞内加尔民众提供更加环保、高效且智能的出行选择,受到当地消费者的广泛关注和欢迎。截至目前,比亚迪新能源汽车的足迹已遍及南非、摩洛哥、突尼斯等9个非洲国家。未来,比亚迪将继续深化非洲市场布局,助力非洲大陆绿色发展。

中国新能源产品正逐步走进塞内加尔寻常百姓家,如在遍布该国的太阳能路灯中,大部分使用的是来自中国的产品。此外,由于缺乏足够的储存条件,塞内加尔每年的蔬菜水果损耗率很大,已有中国企业与塞内加尔企业探讨建设太阳能蔬菜水果冷藏库,减少农产品的损失,提高农民收入。

中塞新能源产业合作持续深化。中国企业为达喀尔承建了非洲第一条使用纯电动客车的快速公交系统(BRT),121台18米长纯电动客车全部来自中国制造。由中国企业承建的20个车站和维保基地也都设置有中国制造的光伏系统。

电力基础设施建设有效推动当地绿色转型与可持续发展。塞内加尔城市和农村电力供应不均衡,乡村地区电力短缺严重制约农村居民生产生活。目前已有中国企业参与农村离网发电项目计划,在没有电网通达的农村建设太阳能离网光伏电站以及配套的低压输电网与配套服务,进而提供电力基础设施和生活用电,解决电力覆盖问题,同时会为部分村庄配备如水泵、榨油机等生产设备,促进农村发展。如果项目顺利实施,将提升新能源发电占比,提高偏远农村地区通电率,在偏远地区创造就业。

中国帮助保障塞内加尔新能源供应。塞内加尔在电力能源和基础设施方面有迫切需求,当地光照资源丰富,有利于发展光



图为达喀尔快速公交系统项目车站和公交车。新华社记者 王子正摄

伏等新能源项目。今年6月,塞内加尔新政府发布能源转型战略报告,强调首先是使用本国天然气和可再生能源的多样化能源结构,以保证塞内加尔的能源安全和主权,同时也响应对抗气候影响的国际承诺,增加可再生能源开发利用,目标是到2030年实现新能源达到40%的能源结构,比目前的水平(31%)提高9个百分点。近年来,中国企业在塞内加尔已开始投资建设光伏电站,并且规模还在不断扩大,二期光伏储能项目已经开始可行性研究,展现出良好合作前景。一些来塞投资的中国企业正在准备建设自用的太阳能发电厂,同时减少重油发电对环境的污染。中国企业也在研究在已建成的高速公路沿线铺设太阳能电池,发电自用或提供给沿线的农户。

塞内加尔发展新能源产业具有得天独厚的有利条件。在电力领域,非洲拥有丰富的水能、太阳能、风能、光能等资源:撒哈拉沙漠位于赤道附近,光伏发电的自然条件独一无二;非洲海岸线长,海洋风力发电资源优势明显。中国新能源产业经过多年积累和发展,技术成熟,已在非洲

121台18米长纯电动客车
全部来自中国制造

塞内加尔发展新能源产业具有得天独厚的有利条件。在电力领域,非洲拥有丰富的水能、太阳能、风能、光能等资源:撒哈拉沙漠位于赤道附近,光伏发电的自然条件独一无二;非洲海岸线长,海洋风力发电资源优势明显。中国新能源产业经过多年积累和发展,技术成熟,已在非洲

非洲大陆是一片广袤富饶、充满朝气的热土,孕育着巨大的发展潜力和机遇。塞经济、计划与合作部长阿卜杜拉马内·萨尔表示,塞方愿同中方加强配合,扩大在新能源领域的合作。

今年是中非合作论坛的“大年”。中非合作论坛是南南合作和全球发展集体对话和务实合作的重要平台,已成为南南合作和国际对非合作的榜样。中非新能源领域的互利共赢合作,进一步充实了中非合作论坛的内涵,成为中非合作新的亮点和增长极。中塞双方在中非合作论坛框架下不断深化新能源优质产能合作,将帮助当地发展新能源产业,实现能源转型,造福人民,为中塞合作开辟更加美好的未来。

近日,食品巨头玛氏(Mars)宣布,以每股83.50美元的现金价格收购品客薯片等热门零食的制造商凯拉诺瓦(Kellanova),交易总额高达359亿美元,预计2025年上半年完成。此次收购是玛氏公司迄今为止最大的一笔交易,同时也是近10年来包装食品领域最大的一笔交易。

说起凯拉诺瓦,大家似乎有些陌生,但提起它的前身——全球知名谷物早餐和零食制造商家乐氏(Kellogg's)却是家喻户晓。2023年底,家乐氏被拆分为两家独立的上市公司,凯拉诺瓦就是其中之一,主营零食业务。

此次玛氏收购凯拉诺瓦,一方面丰富了自身现有产品组合,凯拉诺瓦的所有品牌、资产和业务,包括零食品牌、国际谷物和面粉产品组合等都包含在交易中。另一方面也将帮助玛氏再度开辟一个新的零食细分市场,加强其市场竞争力。玛氏公司首席执行官保罗·威劳赫(Poul Wehrhach)表示,此次收购将为玛氏提供巨大的机会,可以进一步发展成为未来的可持续零食业务。

玛氏公司成立于1911年,在其100多年的发展过程中,收购整合可以说是惯用策略。1986年,玛氏凭借收购德芙,正式进军冷冻休闲食品行业。2008年,玛氏更是斥资230亿美元收购了美国最大的口香糖制造商箭牌,进一步巩固了其在全球食品行业中的地位。近年来,玛氏开始将目光聚焦在更健康的零食和膳食市场。自2020年以来,玛氏陆续收购了能量棒制造商Kind的北美业务,以及英国高端巧克力品牌Hotel Chocolat等。业内人士表示,此次对凯拉诺瓦的收购将帮助玛氏进一步进军薯片和饼干领域,也代表着玛氏将从传统的甜食领域跨界到咸味零食市场。

近年来,全球食品行业面临着巨大挑战,尤其是在零食市场。一方面,受高通通胀率的影响,食品公司不得不上调产品价格,但由此导致食品市场需求放缓,许多消费者开始转向价格更低、由超市或零售商自行开发的私有品牌。另一方面,随着健康生活理念的逐渐增强,消费者越来越注重食品的健康和营养,食品市场正在经历深刻变革,竞争日益激烈。

在这样的背景下,并购和扩大规模成为众多食品公司的选择,各家公司以此整合资源、扩大市场覆盖范围,保持其在市场中的竞争优势。例如,2021年11月,可口可乐公司宣布将以56亿美元的价格收购运动饮料公司BodyArmor,以调整自身的产品组合。2022年6月,拥有奥利奥、炫迈等品牌的亿滋宣布,以29亿美元的价格收购有机成分能量棒制造商Clif Bar & Company,想在大热的能量棒领域分一杯羹。此次玛氏与凯拉诺瓦的合并,也许将成为全球食品市场新一轮竞争中的一次重要布局。能否在保持传统优势的同时,推出更多满足消费者需求的新产品,将是玛氏完成收购后是否再创佳绩的关键所在。

刘畅

中国正成全球生物医药创新策源地

“中国是全球第二大经济体,正成为全球生物医药健康领域的重要创新策源地。武田中国将紧抓中国创新机遇,推动新的发展战略。”武田制药全球高级副总裁、武田中国总裁单国洪近日接受经济日报记者采访时表示。

20世纪90年代初,看好中国市场潜力的武田制药开始在中国布局业务。1994年,武田制药生产工厂落户天津。1994年至2014年被中国视为在华发展的第一个阶段。

单国洪介绍,这期间,武田中国行政总部落地上海,武田亚洲开发中心成立上海办公室,公司在江苏设立了物流中心,在北京、广州等多个城市设立区域分支机构,完成了从新药开发、生产到药品保障供应、商业化运营的完整药品价值链布局。

2015年起,武田在中国的布局进一步深化,开启了在华发展的新阶段。“武田花了很多精力做相关工作,包括工厂扩建、实验室扩建等,并把亚洲开发中心总部从新加坡迁到中国。”单国洪说,在此期间,武田提出中国“Catch-up(追赶)”计划,将武田在国外已上市的创新产品加速引进中国。同时,武田连续5年每年在中国投入约3亿元人民币专项资金,用于支持公司在华的新药开发,加速将创新产品引入中国,该专项资金不受公司财务状况的影响。

单国洪表示,武田在全球化布局过程中,始终把中国视为重要的战略市场。“中国正在不断与全球监管体系规则接轨,作为成员国进入ICH(人用药品技术要求国际协调理事会),成为重要的管委会成员之一。在医保准入、提供均质化服务等方面,国家医保局和卫健委也在积极推动改革。这些因素都

在武田中国生物医药产业进入高质量发展阶段。”

2017年起,中国成为武田全球研发的四大关键区域之一。此后,武田在中国新增1亿美元,其中大部分用于新药开发。2019年,武田投资1.5亿元人民币扩建武田天津工厂。在一系列举措的推动下,武田在华业绩进入高速增长期,自2018年以来始终保持两位数的增长速度。

2020年,武田中国推出开放式创新孵化平台TakedaSpark。目前,TakedaSpark已经吸引超过200家国内企业参与。武田中国还与复旦大学智能医学研究院合作建立武田数字创新研究院,推动数字技术与药物研发深度融合。

2022年1月,武田制药宣布将“开拓中国”战略,目标是到2031年,中国将成为武田全球第二大市场。为此,武田制药将在中国市场配置重点投资,充分挖掘中国医药市场的巨大潜力。“拓展中国”战略的首要任务,是将武田在肿瘤、消化、罕见病、血液制品、神经科学和疫苗等核心领域的全球创新成果加速引入中国,同时持续加强本土合作。此外,武田将数字化置于更重要的战略定位。

单国洪表示:“将数据、数字技术视为战略体系中的基础能力,并将持续进行投资,展现了武田拥抱未来、引领数字化创新的决心。数字技术将对整个行业变革产生深远影响。我们拥抱这样的变化。武田在中国更加切实体会到这一点,因为中国的数字化创新应用场景最丰富。”

单国洪表示:“将数据、数字技术视为战略体系中的基础能力,并将持续进行投资,展现了武田拥抱未来、引领数字化创新的决心。数字技术将对整个行业变革产生深远影响。我们拥抱这样的变化。武田在中国更加切实体会到这一点,因为中国的数字化创新应用场景最丰富。”

单国洪表示:“将数据、数字技术视为战略体系中的基础能力,并将持续进行投资,展现了武田拥抱未来、引领数字化创新的决心。数字技术将对整个行业变革产生深远影响。我们拥抱这样的变化。武田在中国更加切实体会到这一点,因为中国的数字化创新应用场景最丰富。”

访武田制药全球高级副总裁

武田中国总裁单国洪

武田中国总裁单国洪

“悟空”打开游戏“出海”思路

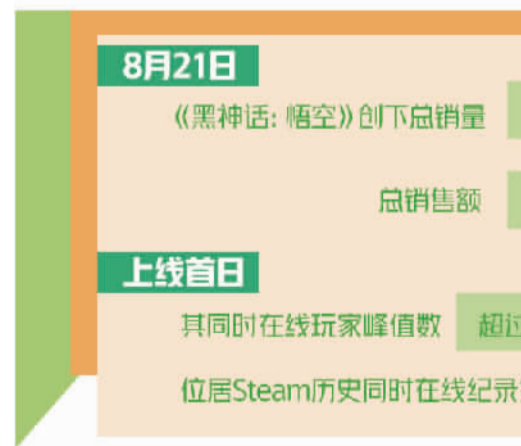
本报记者 施普皓

8月20日,国产游戏《黑神话:悟空》正式发布。这款游戏是首个国产3A单机游戏,发布前的数年里,它已在游戏圈频繁引起热议。发布后,更是瞬间引爆了游戏玩家们的热情。《黑神话:悟空》的火爆,宣告着中国游戏产业在“出海”上实现了突破,同时也为整个产业如何更好地接触、融入国际社会提供了不少思路。

游戏大作往往需要一定时间才可判断其是否名副其实,然而《黑神话:悟空》在数天内已是“叫座又叫好”。关于叫座,8月21日,《黑神话:悟空》在个人电脑(PC端)游戏平台Steam上已售出超过300万份,加上WeGame、Epic和PlayStation等平台,创下总销量超450万份、总销售额超15亿元的佳绩。上线首日,其同时在线玩家峰值超过200万人,位居Steam历史同时在线纪录第二;关于叫好,截至8月21日,Steam平台接近17万的评价中有96%的好评,令这款游戏收获“好评如潮”标签,并且少数差评中也有相当一部分是热心玩家为解决游戏内的小问题而提供的“小贴士”。也就是说,短短几天时间里,《黑神话:悟空》不仅销量可观,而且收获的评价极高,这在全世界游戏行业都难得一见。

这个“悟空”究竟是如何创造“神话”的呢?3A游戏,往往具备画面精美、互动性强、剧情丰富等特点,被认为是游戏工业皇冠上的“明珠”。这个领域长期被外国公司垄断。由于各种原因,国内玩家而言,网络游戏已成为主流消费习惯,短平快的游戏体验成为当下年轻人的首选,因此单机游戏较为小众。玩3A的人少,做3A的人也不多。

近10年来,国内的消费水平和个性化消费需求不断提升,对游戏时长较长的单机游戏需求增多。需求推动供给,市面上开始有团队愿意花大量时间精力来研发3A游戏。与此同时,当今游戏开发技术不仅日益成熟,而且门槛没有以往那么高,技术已不是游戏开发的主要壁垒,不再成为有想法



的游戏开发者望而却步的阻碍。越来越多想要开发出好游戏的年轻人开始朝着梦想进发,《黑神话:悟空》的火爆无疑是一个鲜明例子。

《黑神话:悟空》的热度不仅限于国内,这款游戏已火出国门。在国外的游戏论坛和视频网站上,《黑神话:悟空》的相关内容早已刷屏,百万播放量的内容比比皆是。究其原因,《黑神话:悟空》如今已不单是一款优秀的游戏,正在朝着文化标识发展,给整个中国游戏产业“出海”提供了全新思路。

对“游戏”二字的全面理解十分重要。要想做一款好游戏,通常不能只把游戏当做一种消费品,而是必须要重视其内在所承载的东西。当今社会,玩家们尤其是热衷于主机游戏的玩家们十分看重一个游戏的世界观、剧情、文本,以及背后的文化背景和团队想传达的思想。在国外,不乏一些质量十分上乘的游戏作品因思想内核存在争议而褒贬不一。从这一点看,一款游戏在制作之初,团队就必须把它当作类似电影作品甚至文学作品一样去看,在内容上精雕细琢。

过硬的游戏质量必不可少。一款好的游戏会

被视作艺术品,但对于广大消费者而言,它本质上仍是个产品,产品本身的质量如果出了问题,再深切的情怀也无济于事。在游戏界,曾有作品因其世界观之宏伟吸引不少玩家,发售之后人们发现技术问题比比皆是,让玩家无法正常进行游戏,因此口碑崩塌。对中国游戏行业而言,技术关是必须认真对待的一关,不仅要让玩家尽量少出错,还要在优化层面尽可能考虑普通大众的情况。

《西游记》中孙悟空的形象在国外流传甚广,这也推动了《黑神话:悟空》在全球范围内的火爆。这并不仅仅是一款国产游戏的偶然成功,更是文化力量的体现。中国深厚的历史文化积淀,是游戏开发的“富矿”。如果能将其融入一款质量上乘的游戏,那便是文化传播与市场运营的双赢。

《西游记》中,师徒四人历经八十一难方才取得真经,中国的游戏行业当然也需要不断磨练自身才可于世界范围内占得一席之地。希望越来越多的游戏能跟着“悟空”一起出海,让中国游戏产业跟着“悟空”一同精彩。



视频报道请扫二维码