

首届链博会上“看”什么



迄今为止世界上第一个以供应链为主题的国家级展会——首届中国国际供应链促进博览会（以下简称“链博会”）目前各项筹备工作已经基本就绪。11月21日，中国贸促会副会长张少刚介绍说，首届链博会将于11月28日-12月2日在中国国际展览中心（顺义馆）举行，展览面积达10万平方米，参展商涉及55个国家和地区，已确认参展企业515家，其中，国际展商共计132家，占比26%。

“举办链博会体现了中国致力于维护产业链供应链稳定畅通的大国担当。”张少刚表示，“首届链博会出现‘一展难求’的局面，多家展商已预约第二届链博会展位。”

展览设置 >> 五大链条和供应链服务展区



国际展区 >> 参展商涉及55个国家和地区
已确认参展企业515家

南非、加拿大、日本、越南、非盟国家、葡语国家、拉美和加勒比国家等将以国别和地区展位形式参展

参展商达515家

首届链博会以“链接世界 共创未来”为主题，旨在打造推进高水平对外开放的新窗口、服务构建新发展格局的新平台、推动建设开放型世界经济的新载体、践行人类命运共同体理念的新实践。

据张少刚介绍，首届链博会展览总面积达10万平方米，设置智能汽车链、绿色农业链、清洁能源链、数字科技链、健康生活链等五大链条和供应链服务展区，还将设立国际展区，南非、加拿大、日本、越南、非盟国家、葡语国家、拉美和加勒比国家等将以国别和地区展位形式参展。

首届链博会参展商涉及55个国家和地区，将有515家中外企业和机构参展，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。展馆特装展位面积达到100%。

以链为媒，以展促会、以会促展，首届链博会还将举办6场专题论坛，覆盖智能汽车、绿色农业、清洁能源、生命健康、数字科技、供应链管理等多个领域，还将举办贸促智库论坛暨《全球供应链促进报告》发布会，并与北京、天津、河北三地政府联合主办2023年京津冀产业链供应链大会，与四川、湖北、辽宁、深圳等省市分别举办优势产业推介会，共同打造

面向全球的招商推介和资源聚合平台等。

美企参展量远超预期

“中国经济发展到今天，已与世界经济深度融合。”中国贸促会展览部部长邬胜荣表示，进一步突出国际化是本届链博会的一大亮点。

“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参展，覆盖55个国家和地区，其中来自美国、欧洲的企业最为抢眼，占外方参展商总数的36%。”邬胜荣说。

据张少刚介绍，一周前，中国贸促会会长任鸿斌率领军近80家中国企业120多名代表赴旧金山参加APEC工商领导人峰会。“通过参加APEC活动，特别是工商界的活动，我们深切感受到，产业链供应链正在成为国际社会高度关注的热门话题和焦点议题。”张少刚表示，工商界是促进中美关系发展的重要力量，中美工商界加强互利合作的愿望十分迫切，首届链博会作为开放型国际合作平台，在美国企业中引起热烈反响。

张少刚进一步指出，美国企业参展呈现出数量远超预期、行业领军企业众多、首届首发首秀多三个特点。

例如，在行业领军企业参展方面，包括亚马逊、埃克森美孚、苹果、联邦快递、特斯拉、通用

医疗、英特尔、惠普、高通、霍尼韦尔等美国一批世界500强和跨国公司派高级代表参会。

近40个共建国家将亮相

除了欧美企业热情高涨外，“一带一路”共建国家企业在此次链博会上也占到了很大的比重。

据中国国际展览中心集团有限公司董事长林舜杰介绍，“一带一路”共建国家参展商数量占到境外参展商总数的将近一半，算得上境外参展的“半壁江山”。

今年是共建“一带一路”倡议提出十周年，链博会也为共建国家展示产业链供应链优势提供了重要窗口，为其企业融入全球产业链供应链提供了有效平台，充分展示了开放性和包容性。

据悉，链博会参展商涉及55个国家和地区，包括近40个共建国家。“既有哈萨克斯坦、印尼这样的老朋友，也有洪都拉斯、所罗门群岛、萨尔瓦多等新伙伴。南非、老挝、非盟国家、葡语国家、拉美和加勒比国家等将以国别和地区展位的形式来参展。”林舜杰说。

“我们看到‘一带一路’共建国家不只是通过参展来表现自己的供应能力或者生产能力，而更多的共建国家政府和商协会还会组织大量专业观众组团来参观链博会。在我们

招展招商过程中了解到，很多国家对我们链博会产业链招商的效果非常关注。”林舜杰表示，“因为中国具有世界上最完整的工业配套体系，所以本土企业能够迅速成长，但中国的企业来到这些国家以后，他们很难给中国企业提供支撑，所以他们希望进行短链招商，不是一个完整的供应链，而是一个相对独立、能够自成体系的产业链招商。他们特别希望来到链博会，对我们五大链条进行深入了解，跟能够自成体系的中国企业进行对接，争取吸引到他们国家去投资。”

亦是一个科普展

北京商报记者注意到，首届链博会不仅邀请了中外企业参展参会，也向社会大众开放。其中前3天是专业观众日，后2天是普通观众日。

“链博会非常适合专业学校的师生，包括普通民众去感受。”林舜杰表示，链博会除了专业供需以外，也是一个具有科普性的展览，把每一条链中从上中下游到横向服务全面展开，拼在一起这些企业最先进的产品和技术，构成了一幅未来的产业链全景图。

“我建议大家可以去看一看清洁能源链、智能汽车链。尤其智能汽车链，它绝对不是大家想象中的车展，不要抱着去车展的目的来看智能汽车链。在智能汽车链上大家能

看到整车，但它更多的是要把一辆车产生的全链条全过程给展示出来，每一个关键零部件、产品来自谁，技术领先在哪里，都会清清楚楚地摆在那儿。”林舜杰介绍说。

为提高参展参会人员的感受度、便利度和体验度，首届链博会也在参观便利、交通出行、餐饮住宿、供需对接和知识产权保护服务等方面做足了服务保障工作。

例如，在餐饮住宿方面，展馆有28个餐饮区，常设就餐位2400个，馆内中央厨房每天最大供餐量2.65万份；与15家酒店签订合作协议，提供各种房型和会议室，提供酒店咨询预定服务。

中国方案成焦点

面对当前严峻复杂的国际形势，全球产业链供应链都受到了严重的冲击，其间，中国工商界在维护全球产业链供应链稳定畅通中作出了重要贡献。

邬胜荣表示，“作为一个负责任大国，中国既是全球供应链融合发展的受益者、维护者，也是构建全球供应链新生态的探索者、建设者，在全球制造和供应链体系中举足轻重”。

具体来看，我国通过持续完善产业体系，支撑全球产业链供应链运行。中国是全世界唯一拥有联合国产业分类中全部工业门类的国家，制造业增加值占全球制造业增加值的比重近30%，制造业规模连续13年居世界首位。

同时，我国立足超大规模市场，促进全球产业链供应链稳定。中国有14亿人口和4亿以上中等收入群体，是全球最具潜力的大市场。中国主动向世界开放市场，是140多个国家和地区主要贸易伙伴，连续14年成为世界第二大进口国。超九成在华外资企业主要面向中国市场。

我国还推动共建“一带一路”国际合作，拓展全球产业链供应链空间。共建“一带一路”从中国倡议走向国际实践，成为深受国际公共产品和国际合作平台。10年来，中国企业在共建国家开展一系列产业投资合作项目，覆盖农业、能源、基础设施、数字经济、新能源汽车等行业，有力促进各国产业结构升级、产业链优化。

此外，一直以来，中国也在积极提出“中国方案”，增强全球产业链供应链韧性。

北京商报记者 方彬楠 程颢

西街观察 Xijie observation

OpenAI:最前沿的智能,最原始的宫斗

陶凤

董事会奇袭解雇自家CEO的故事，如果主角不是OpenAI与奥特曼，不会如此充满戏剧性。

“你还活着的时候却在读自己的悼词。”一无所知的情况下突然被判出局，奥特曼的遭遇，早在马斯克离开的时候就埋下伏笔。

马斯克曾经追问，自己捐赠1亿美元的非营利组织，怎么变成了一个市值300亿美元的营利公司？这场宫斗大概可以归于商业化和安全性的分歧。奥特曼推进商业进度扩大公司业务线，布局未来融资，而另一方则坚持以安全为重，对商业化没有很热衷。

风暴的中心，关于钱，关于人。

钱的部分在于，OpenAI营利更大还是安全更大。人的部分在于，一家公司该听谁的，谁来约束谁？即便是OpenAI，对面是星辰大海，只要成为一家公司就要直面钱的问题。无论乔布斯、马斯克、奥特曼，天才回归人，有人的地方就有江湖，古今中外都要直面管理难题。

OpenAI在“智能”方面走在了前列，却在“治人”方面陷入混乱。

大多数科技公司会设计双股权结构。创始团队一票顶投资者十票，俗话说“一鸟顶一万鸟”，确保创始团队的话语权、决策权，避免被后者牵着鼻子走。同时，引投资人入股，让公司有烧钱能发展，可以步步为营。

奥特曼也设计了一套独特的权力结构。用一个“限制利润”的子公司，筹集资金、吸引人才、制造商品。让一个非营利的董事会保持完全的控制权，用

非营利制衡营利，防止股东利益和决策起冲突。

产品的大成功打破了以上权力平衡。前者让公司迅速崛起，后者把奥特曼扫地出门。

ChatGPT从open变得不open，从free走向付费，OpenAI从一个完全不考虑营利的研究机构，摇身一变成了全球最热的人工智能创业明星。

去向哪里，与谁同行。全球最前沿的科技公司，上演的这场最原始的宫斗，把这个经典命题再次抛了出来。

不同的是，这两个问题具体到OpenAI身上，会更复杂更诡异。不仅关系到最前沿的科技公司的命运，也关乎与入深度绑定的人工智能的命运。

表面看，商业化与安全性在人工智能领域会“顾此失彼”。OpenAI选择了一方就意味着对另一方的“怠慢”，这样的矛盾随着ChatGPT的成功而愈发不可调和。

人工智能对社会的影响会更直接地与它的应用和布局捆绑在一起，这也是监管最重要的领域。由于市场经济鼓励竞争的实质，营利和占据市场份额的动机，很可能诱导人工智能失控。

不过，商业化与安全性“顾此失彼”也有另外一套逻辑。营利不代表唯利是图，可能是更多层面的开发，更广泛的应用。安全不代表绝对安全，可能让发展止步，让企业发展错失有利时机。

OpenAI要改变世界，乌托邦要回归现实。奥特曼们亲手创造的人工智能，带着期待和焦虑，无限向前也回到过去。无论是最前沿的智能公司，还是最原始的宫斗，其实都在窥视人类的本质，窥探不久的将来。

国内油价四连降 92号汽油回归“7元时代”

11月21日，国家发改委发布消息称，根据近期国际市场油价变化情况，按照现行成品油价格形成机制，自2023年11月21日24时起，国内汽、柴油价格（标准品）每吨分别降低340元、330元。

折算升价后，国内92号汽油、95号汽油及0号柴油每升分别下调0.27元、0.28元、0.28元。从近期油价情况来看，在本次调价落实后，除海南及西南多数地区，国内其他地区92号汽油将重新回归“7元时代”。

回顾来看，本计价周期以来，国际油价整体呈现区间震荡走势。周初经济数据疲软，美国原油库存骤增，国际油价宽幅下滑，原油变化率负值深位开局，下调预期浓厚。虽然交易商空头回补原油反弹，但对需求及经济的担忧始终笼罩市场，原油仍未涨至前高。

在此次调价调降后，今年以来，国内成品油价已经历23轮调整，分别为“10涨10跌3搁浅”。合并计算后，今年以来汽、柴油价格较年初分别上涨420元/吨、400元/吨，涨幅进一步收窄。

这也是国内油价2023年的首次“四连跌”。从数据上来看，本轮下调也是2023年下半年以来下调幅度最大的一轮。

“四连跌”后，标准汽、柴油累计跌幅分别达到每吨635元、615元；折合为升价计算，92号汽油、95号汽油及0号柴油分别累计下调0.5元、0.53元、0.52元。私家车单次加满一箱50升的92号汽油，将较“四连跌”之前少花25元。

具体到物流行业，以月跑10000公里，百公里油耗在38L的重型卡车为例，在下次调价窗口（12月5日24时）开启前，单辆车的燃油成本将较“四连跌”前减少922元左右。

国家发改委表示，中石油、中石化、中海油三大公司及其他原油加工企业要组织好成品油生产和调运，确保市场稳定供应，严格执行国家价格政策。各地相关部门要加大市场监督管理力度，严厉查处不执行国家价格政策



的行为，维护正常市场秩序。消费者可通过12315平台举报价格违法行为。

展望下个周期，油市价格有望低位企稳。前期在油价下跌后，市场传出沙特等将会进行减产来对油市进行托底，直接导致油市看空情绪修复并且逆转，后市转为谨慎看涨。此外，美国炼厂在前期开工下降后，后续将逐步提升，增加对石油的需求，加之美国将适度进行战略储备库的补充，也将增加石油需求，对油价形成提振。

国内批发市场方面，未来北方气温将继续下降，基建用油将继续回落。加之近期暂无假期支撑，居民驾车出行仍以日常通勤为主，汽油需求或表现疲弱。预计下周国内汽柴油价格或呈偏弱行情，汽柴油批零价差或短暂收窄之后，继续呈现扩大趋势。

国信期货指出，巴以冲突对国际油价形成了扰动，但是冲突持续1个多月后并没有造成风险外溢，没有导致中东原油产量或者出口量下降。所以，11月份原油市场交易逻辑再次回归到供需基本面。三季度全球原油供应偏紧，四季度原油转向供应偏宽松，需求明显转弱。

北京商报综合报道