

用绿电，米其林上海工厂还被认定为上海市绿色制造体系示范企业和上海市智能工厂。

在采访中，叶菲特意提到了2004年10月在上海举行的第六届米其林必比登挑战赛（Michelin Challenge Bibendum）。

1898年，米其林轮胎先生必比登（Bibendum）正式诞生，在之后的百余年里，必比登一直是米其林企业文化的象征。在必比登诞生百年的1998年，米其林在法国首次举办了米其林必比登挑战赛，随后几年在美国和欧洲各国举行，旨在推动和促进环保车辆的开发。

2004年是中国第一次举办米其林必比登挑战赛，共有143辆车参加。相比之前五届挑战赛，上海赛场新增了两项内容：一个是亚洲普遍使用的城市两轮车参赛，另一个是召开国际研讨会，使那些经过验证的技术实现工业化应用。

2004年米其林必比登挑战赛的成功，使上海在2007年又成为了第九届挑战赛举办地。上海也成为米其林诞生地克莱蒙费朗之后，第二个举行过两次米其林必比登挑战赛的城市。当时很多讨论的理念和试验的技术在今天看来，仍然不过时。

2017年开始，米其林必比登挑战赛正式更名为开拓前行峰会（Movin' On Summit），每年吸引包括政策制定者、企业家、科学家、学者、NGO等社会各界人士，共同探讨解决交通运输面临的各类挑战，譬如脱碳就是其中重要的议题。更多关于可持续的创新科技和理念在峰会上激荡。

上海之于米其林的意义远不止于此。得益于上海这一国内外人才的汇聚之地，米其林中国已经成为集团的重要服务枢纽之一，为多个地区提供IT、研发、采购、企业和商业等多方面服务，为集团的长期可持续发展提供持久动能。

2016年，首版上海米其林指南在沪发布。



从驰加到米其林指南都首选上海

因为中国区总部在上海，米其林集团推出的业务，落地中国的首站也往往在上海。

2002年，米其林集团在全球推出了汽车售后服务品牌——驰加（TYREPLUS）汽车服务中心。2003年1月，中国第一家驰加服务中心在上海开业。当时，专业的轮胎销售及服务在国内尚属空白，驰加带来了米其林在国际市场所积累的成功经验和成熟的商业模式。

20年后的今天，驰加在中国已有1600多家门店，轮胎、机油和制动的保养是其三大核心业务。“驰加有一个加盟体系，总部设在上海。我们会去帮助那些普通的轮胎店进行转型升级，把他们培养成可以进行汽车快修服务的门店。”叶菲透露。

对于不开车的老百姓而言，提到米其林，首先想到的是美食而不是轮胎。这源于公司创始人爱德华·米其林的一个创意——1900年，在爱德华的倡导下，米其林公司推出了一本简易方便的手册《米其林红色指南》（Le Guide Rouge，后更名为《米其林指南》）。手册主要是为汽车驾车者提供一些实用资讯，比如关于车辆保养的建议、行车路线推荐以及酒店、餐馆的地址等。

在随后的一百多年间，《米其林指南》（Le Guide Michelin）成为全球食客的“美食圣经”，但直到2016年，《米其林指南》才正式进入中国内地，上海则是其首发站——2016年9月，首版上海米其林指南榜单正式发布。

之所以选择上海作为《米其林指南》进驻中国内地的首站，是因为上海不仅有大众化口味的食物，也有明星级的美味。可以说，在上海几乎可以找到烹制任何一个国家地道风味的精致餐厅。如今，《米其林指南》已在广州、北京和成都登陆，5月30日即将发布的首版杭州米其林指南也值得期待。

叶菲强调，近几年，《米其林指南》也引入了更多绿色元素。例如，绿星奖是米其林指南在2020年首次设立的，旨在褒奖推动可持续餐饮的模范餐厅。同时，米其林集团旗下的《葡萄酒倡导家》（Wine Advocate）还在2021年推出“绿徽”榜单，用以表彰那些践行环保方面做出卓越贡献的葡萄酒酒庄。

2024年是中法建交60周年，也将是米其林进入中国内地市场35周年。而继续看好中国、深耕上海的米其林，让绿色、低碳的创新灵感变为现实，融入出行、制造、能源、材料、餐饮等多个领域，推动社会的可持续发展。■