



信息集结号

国际动力展  
首次使用在线配对系统

**本报讯** 由德国汉诺威展览公司、汉诺威米兰展览(上海)有限公司、中国液压气动密封件工业协会和中国机械通用零部件工业协会联合组织的2011亚洲国际动力传动与控制技术展览会将于10月25日至28日在上海新国际博览中心举办。本届亚洲国际动力传动展有1500家中外企业参展,面积达9.2万平方米,较上届增长33%。

据悉,今年展会将首次使用在线配对系统,旨在为买家观众提供更便捷、更有效率的商务接洽平台。主办方之一的汉诺威米兰展览会(中国)有限公司总经理符禹表示,作为动力传动行业规模世界第二、亚洲第一的国际性专业展会,国际动力展始终秉承德国汉诺威工业博览会科技、创新及服务的先进理念,立足中国市场,为展商提供高端专业展会。

(王婷紫薇)

淮北煤博会  
首日签约额87.94亿元

**本报讯** 10月16日,2011中国(淮北)煤矿机械博览会开幕。来自美国、英国、波兰、日本、俄罗斯、台湾等十几个国家和地区、国内20多个省市600余家企业参展。据悉,开幕当天签约项目55个,投资、贸易总额分别达到87.94亿元、2650万美元。其中投资类项目50个,投资额80.24亿元;贸易类项目5个,贸易额7.7亿元。

据了解,淮北市地处安徽省北部、淮海经济区腹心,周边200公里内有19个大型矿业集团和230个大型煤矿,每年煤矿机械交易额达500多亿元,仅淮北市的淮北矿业集团和皖北煤电集团,需求量就达60亿元。煤博会的成功举办,有力地带动了淮北煤矿机械产业的集聚发展和煤矿机械专业市场繁荣。自2006年,中国(淮北)煤矿机械博览会已经成功举办五届,共吸引国内外逾2500家知名企业参展,专业观众和采购商达2万余人次,贸易成交额累计达70多亿元,项目投资额达200多亿元,展览规模达3万平方米。

(季春红)

石材展:  
综合化专业化相结合

**本报讯** 2011第七届中国石材展览会(以下简称石材展)将于2011年11月14日至16日在广州琶洲国际采购(展览)中心举行。展会将使用9个展馆,展出面积达7万平方米。在全球化的背景之下,为适应展会不断发展的要求,石材展将以一个全新的面貌登场。

经过多年努力,该展会已发展成为集时尚发布、行业交流、商贸互动等功能于一体的综合性平台,为上游生产者和下游采购商开展有效对接提供了极佳的交流途径。本届展会将继续走综合化和专业化相结合的发展道路,将通过科学规划展区布局、举办高档次论坛与活动,提供优质现场服务等措施为与会者营造出最佳的洽谈环境与沟通氛围,打造高端国际一流展会。(毛雯)

节庆快递

红酒文化节:  
促进国内外品牌交流合作

**本报讯** 2012广州萝岗区美食文化节(以下简称2012萝岗美食节)将于2012年1月1日至18日在广州萝岗保税区食品国际博览馆举行。除了上万种日常生活用品外,还有越南威拿咖啡、四川手工糖等各地特产亮相会场,让市民享受一站式采购年货的乐趣。

想买全国各地的特产?想在年前购置好所有的年货?不用四处奔波,来2012萝岗美食节就是个不错的选择。而在价格方面,2012萝岗美食节首开先例,在特价场推出砍价团。1000多家厂商低价直销,正品保证,价格不设底线,能砍下多少就是多少,真正做到物美价廉。

(静安)

第十届中国摩博会:

摩企巨头粉墨登场 大排量车成市场宠儿

■ 本报记者 叶灵燕 魏小央

今年1月至7月,由于国内摩托车市场需求冷淡,摩托车产销量同比下降8.84%和6.26%。低迷的行业市场让在重庆举办的第十届中国国际摩托车博览会成为众多摩托车企业寻求突围的重要平台。

记者注意到,国内外品牌扎堆亮相的大排量摩托车成为本届摩博会的一大亮点。受国内摩托车产销市场萎缩、年轻消费群体个性化消费需求不断加大等影响,参展的众摩企纷纷将目光瞄准了极具休闲娱乐特性的大排量摩托车市场。

大排量摩托车成展会主角

“截至目前,我们已接到50多个订单。”大长江的工作人员在展会现场向记者表示,短短两天时间,大长江展出的GW250骊驰就有这样不错的参展表现。

“销售量非常可观,展出的摩托车已经售出20多台。”大地鹰王的工作人员介绍说,其中售价为1.5万元的精品太子车街头霸王、售价2.5万元的迪特那高档巡航车最为热销,热销车型排量多为250CC、350CC。

展会第二天,各大国内品牌的多款大排量摩托车都有不少订单进账。不仅如此,各大国际一线品牌大排量摩托车也颇受观众青睐。

“目前,中小排量摩托车销量呈下滑趋势,但大排量摩托车的销售形势喜人。我公司大排量摩托车今年的销量较之2009年、2010年翻了8倍多,展出的摩托车基本上全是样车,已无现车可销售。”杜卡迪的工作人员表示,目前,购买意向极强的客户已超过8个,其中售价为24万元左右的杜卡迪sbk受到诸多客户关注。此外,售价为32万元左右的Diavel Carbon已被客户初步敲定购买。

据记者了解,美国豪华机车胜利推出的入门级vegas 8—ball已收到了不少有意向客户的订单;被全国数十家经销商抢购的还有奥古斯塔怪兽920、F4RR990、F4R990等售价从24万元至37.98万元的多台顶级豪车。

在本届摩博会上,休闲娱乐功能突出的大排量摩托车受到观众的广泛关注和参展商的高度重视,成为当仁不让的主角。

观众王先生称:“我想买辆大排量摩托车,有空时和朋友一起飙车、一起玩。”据记者观察,像王先生一样将摩托车作为娱乐工具的年轻消费者大有人在。普通市民对摩博会关注度的提高说明摩托车已经从单一的交通工具向娱乐工具转变,高端摩托车市场正在打开。

记者通过现场采访了解到,本田从欧洲、日本、中国香港等地调运系列休闲娱乐功能的大排量摩托车参展,隆鑫则携目

前国内最大排量的两轮摩托车——650CC“德系之巅—隆鑫LX650”运动型街跑车隆重亮相。此外,力帆携手MV—Agusta大排量摩托车首次亮相摩博会,春风携650NK水冷大排量摩托车开展西南地区首发,大长江也带来了250CC大排量摩托车开展全国首发……

面对大排量摩托车的热销,中国国际摩托车博览会负责人王伟表示,由于国内不少城市“禁摩”,摩托车上路受到了不少的限制,摩托车作为交通工具的功能在国内不少城市逐渐淡化,反之,其作为娱乐工具的功能却迅速加强。与此同时,“80后”、“90后”等新生消费主力军对摩托车的选择标准正从简单交通工具向时尚用品转变,这进一步加大了对大排量摩托车的需求。

“近年来,各种摩托车越野赛、摩托车俱乐部在国内纷纷举办、成立,以娱乐功能为主的大排量摩托车,正在成为拉动国内摩托车市场需求的主力。”王伟表示。

摩企巨头高调亮相

首度亮相展会的胜利机车、再度回归的杜卡迪、重装亮相的巴斯夫……第十届中国摩博会国际化进程全线加速:北极星等相继以最新展车首次亮相,各大品牌展示面积同比均大幅递增,境外专业观众突破2000人。

有数据显示,本届摩博会的境外参展

品牌突破30个,同比增幅达200%,境外展商展示面积突破3000平方米。

“由于中国摩博会辐射力、影响力日益增强,全球摩企巨头才会纷纷高调华丽亮相本届摩博会。”第十届中国摩博会组委会工作人员如是说。

据记者了解,胜利、本田、杜卡迪、雅马哈、奥古斯塔、比亚乔……本届展会国际一线摩企纷纷集结重兵挥师重庆,再度重磅出师的本田联合了五羊—本田和新大洲—本田粉墨登场。

本届摩博会开幕当天,采购商洽谈区热闹非凡,来自全球10多个国家和地区的采购商与本土供应商进行了有效对接。“本届摩博会的国际采购商数量明显增加,观众素质也大幅提高。”浙江杰程机车部件有限公司负责人表示,他们先后与南非、巴西、哥伦比亚等地的国际采购商进行了洽谈。

据组委会工作人员介绍,本届展会吸引了美国、德国、英国、法国等40多个国家和地区的国际采购商参会。从各大国际买家采购需求分析,绿色能源摩托车和摩托车服饰受到诸多欧美国际采购商青睐,而摩托车新技术和产品则受到新兴市场的高度关注。

展业聚焦

10月17日,为期5天的2011大连秋季房屋交易大会在大连世界博览广场和星海会展中心闭幕。近年来,大连房交会受到了众多海外展商的青睐,自2005年以来,有来自美国、日本、新加坡、澳大利亚、英国、马来西亚、阿联酋等国的近30个城市的项目参展。本届秋交会共有来自新加坡、休斯顿、奥兰多、布里斯班、悉尼、墨尔本等近20个海外项目参展。

据悉,大连迎新春房屋交易大会将于2012年1月6日至15日在大连世界博览广场举办。

本报特约记者 倪玉 摄影报道



中国海工制造业紧盯韩国和新加坡

■ 本报记者 郝昱

近日,由国家能源局指导,中国民族贸易促进会、德国BMC商务传媒集团主办的2011中国国际石油石化技术大会暨展览会开幕(以下简称CIPTC 2011)。多家石油公司、天然气公司、油气田技术服务供应商等齐聚北京中国国际展览中心(新馆)共同助力此次展会。

今年是国家“十二五”规划的开局之年,国家“十二五”规划纲要明确指出:要加快培育和发展中国高端装备制造业。CIPTC 2011围绕国际石油和天然气行业的政治、经济、技术、环境和设备制造等问题,旨在为参展商、观众和该领域专家们打造一个中国石油石化行业技术装备国际化高端展示及交流平台,与国家“十二五”规划纲要目标要求不谋而合。

据了解,现在全球深海石油储量将超过100亿桶,目前海洋石油产量已占世界石油总产量的30%,预计到2015年将提高至39%。可见深海石油业的前景非常广阔。那么中国的深海石油业还有哪些问题有待解决?我们又该朝着什么方向发展?对此几位专家在展会上阐述了他们的观点。

突破:自主创新、并购落后产能

在展会上,记者了解到,产业链的设计研发环节是集中体现企业创造能力的重要

环节,创新能力是增加附加值的关键要素,我们现在面临的问题是:技术革新的速度往往超过我们的消化速度,而引进的技术还没有被充分消化和吸收就面临被淘汰,企业投入再多也只能获得有限的技术。

对此上海振华重工集团常务副总裁戴文凯提出:“要突破这一瓶颈只有靠自主创新。目前,我国的海洋工程企业在技术上已经有一定积累,完全有能力进行自主创新和研发。自主创新是提升产品层次,延伸产业链条,实现产业结构升级转型的关键,而持续的研发投入是自主创新的保障。但是,我们的研发投入远远落后于国外企业。另外,从海洋工程产业链的联系方式来说,大多是通过项目交易联系的,其关联程度不是很高,这也部分程度上限制了科研人员的积极性和创新的能力,如果增加控股进行合作,则可调动科研人员的积极性,从而有效地改善海工装备产业的发展状况。”

他还指出,海工企业必须练好“内功”。“从大环境来讲,我国企业面临着造船行业产能过剩问题,由于国内海工企业定位比较雷同,主要的产能大多集中在中低端船舶和海工产品上,导致了过度投资和过度依赖低廉劳动力要素的状况。目前,我国正处在通胀的周期内,劳动力成本的优势将会逐步消失,健康成熟的产业链能

够使资源得到合理配置,相信在不久的将来,规模较大且优质的海工企业,将通过并购吸收这些落后产能,并整合各方优势,提升我们的整体实力。”他说。

目标:赶超新加坡、韩国

谈到我国企业的发展目标,中国船舶工业经济研究中心首席研究员、高级工程师张勇慧指出:“从国际的海洋石油竞争格局来看,第一阵营是欧美国家,他们仍然在各方面遥遥领先。第二阵营是韩国和新加坡,他们在过去的一二十年里发展比较快,有了自主设计的品牌。而在第三阵营的中国、部分东南亚国家和中东国家的船厂也进入了较低端的装备改造阶段。我们国家处在第三阵营,要跨越到第一阵营比较困难,所以,未来韩国和新加坡是我们追赶的目标。新加坡在自升式钻井平台市场一直占领着主导地位,而韩国企业基本上包揽了所有的钻井船的订单,中国只拿到很少的一部分。”虽然我们有目标,但要赶超他们并不是一件容易的事。

烟台中集来福士海洋工程有限公司海洋工程部总经理高上指出:“韩国和新加坡都有自己的核心产品,产品布局完善,他们又同时完成了全球产业布局,中国想进入这个市场的优势就是价格,而韩国和新加坡不给我们留任何空间。实际上我们在供应链上面跟他们比已经没有

优势。前段时间,许多业内人士包括我也在想,新加坡、韩国的基础设施总归有限,他们总有吃饱的一天,我们就等那一天。但事实上,这一天不会来临,新加坡同业者曾明确表示:‘这个行当是强周期,只要赶上好日子,我们宁可撑死也不让利润、资源外流。’”

那么韩国和新加坡又是靠什么跻身行业第二阵营的呢?其实,韩国、新加坡都只发展几个产业,凭借的就是历史渊源和充分利用当地的地缘优势。高上在谈到韩国的经验时说:“拿韩国来说,实际上发展的就是电子、汽车、钢铁、造船等有限的几个产业,而这些产业是依托三星、现代和大禹三大集团发展起来的。韩国在世界上领先的造船技术助力其钻井船制造业,给予了这一行业很大的信心。有了自主的设计,其建造效率等就得以提升,成本就会下降,那么在国际上就能得到更多的订单,跟供应商谈判就有筹码。随着成本的下降,会获得更多的订单,有更多客户选用他们的设计,自主设计又降低了成本,提高了效率,就获得更多谈判的筹码,形成了一个良性循环。”

市场风向