



## 信息集结号

## 临沂珠宝博览会 促进行业发展

本报讯 2015第五届中国(临沂)珠宝工艺品博览会将于5月15日至18日在山东临沂商城国际会展中心举办。

临沂素有“钻石之乡”的美誉。到目前为止,全世界仅有百克拉以上的钻石2000颗,山东临沂就有5颗。临沂有众多钻石原生矿,临沂国际珠宝城、珠宝玉器市场、古玩城等的繁荣发展,彰显出临沂珠宝玉器行业巨大的发展潜力。

该博览会已连续举办了4届,由青岛海之星商务会展有限公司策划组织。本届博览会将吸引更多品牌珠宝、首饰、玉器、工艺品的商家参展;以点带面,商贸结合,有力促进临沂珠宝玉器行业的发展。(静安)

## 成都全国糖酒会 探索自身新常态

本报讯 第九十二届(成都)全国糖酒会将于3月26日至28日在成都世纪城新国际会展中心举办。本届展会规划面积12.5万平方米,设立酒类、葡萄酒及国际烈酒、食品、调味品、食品机械及包装展区。在国家经济转入新常态,由外延式增长向内涵式增长转变的时代大背景下,全国糖酒会也与时俱进,迈开了探索自身新常态的步伐。

本届糖酒会在总结以往经验的基础上,启动了面向消费市场的相关活动——全国糖酒会全球食品欢乐购和美食嘉年华。

全球食品欢乐购活动是以进口食品参展商为主要参与对象的展店联动。展店联动活动理念一经推出,就吸引了法国、美国、新加坡、泰国等国家相关食品协会的关注,进口食品专区的西诺迪斯、大昌行、江山宏达、上海进洋等40余家品牌展商也对活动表现出浓厚的兴趣,纷纷表示将参加。(钟欣)

## 中国贸促会将推会展培训 强化人才队伍建设

本报讯 日前,记者从中国贸促会(中国国际商会)培训中心(以下简称培训中心)了解到,2015年该部门将把会展人才培养纳入重要的工作日程,以进一步提升会展人员从业水平,强化行业竞争能力。培训中心表示,当前,中国的会展行业正由高速增长转向市场细分、内容专业、品牌强化,以及国际合作与竞争。同时,在国家经济结构调整和产业转型的大背景下,企业对新常态下的业务渠道和推广平台的选择也有更为严苛的标准。

据了解,本次培训将围绕培育打造精品展会、品牌展会的目标,针对展览策划、组织等实务设计培训内容,培养具有较高专业素养和实际操作能力的办展人才。对参加培训、考试合格者颁发《展览从业能力培训证书》。培训内容均根据实际办展业务需求设立,授课老师均为业界具有丰富办展经验的权威专家,并将课堂教学和实践教学结合起来,突出实务性、实用性、可操作性和权威性。

据悉,本次培训得到国内外知名办展机构、展览管理机构、会展协会广泛支持认可。培训中心还与法兰克福展览(上海)有限公司联合设立奖学金,奖励优秀学员。

同时,培训中心将专门组织几十家签约办展单位面试录用培训学员,以实现教育培训、就业促进和人才推荐的多重功能叠加,最大程度解决高端会展人才供需失衡的问题。

按照本年度的培训计划,将开设3期,每期约70人左右。开班时间分别为2015年4月18日至6月13日,7月11日至8月29日,10月17日至12月5日。授课地点:北京西城区国际商会大厦。在组织实施方面,由培训中心、中国对外经济贸易中心和中国国际展览中心集团公司联合开办。(季春红)

## 专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对“一种混合动力工程车辆液压系统(ZL201420477470.2)”的专利权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅该公司网站www.jbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

本发明是一种混合动力工程车辆液压系统,属液压机技术领域。运用本发明的工程车辆液压系统实现油、电两用,并可自动切换,操作方便、可靠性高、节能环保、成本低。适用于挖掘机、汽车吊等工程机械。



## ■ 本报记者 郝昱

近日,由北京励展光合展览有限公司主办的2015中国高尔夫用品博览会在北京国家会议中心闭幕。据悉,本届博览会展览规模达2万平方米,吸引了500个品牌参展。

在展会上记者了解到,目前高尔夫用品实体店受电商冲击较大;此外,在中国市场,高尔夫用品价格体系的混乱,严重影响了行业发展。

## ■ 网店球具价格比实体店低10%

随着高尔夫运动被越来越多的中国人接受,中国巨大的市场也吸引了众多商家的目光。很多商家选择网上开店。

在上海高鹰贸易有限公司华北区业务经理杨帆看来,很多商家都依托实体店开设网店,降低成本、广开销路,最终惠及的是终端客户。

但上海天创高尔夫用品商店经理刘强对记者透露,目前网店对实体店的冲击非常大,由于网上开店销售高尔夫球用品没有地租等花费,商品价格可比实体店低10%。“不过,购买高尔夫用品离不开实体店。在实体店,消费者可以试用球、球杆等,实体店良好的购物体验是网店不具备的。这也是为什么有很多消费者在实体店选好了高尔夫用品后,再到网上购买的原因。”刘强说。

## ■ 高尔夫产品价格混乱

虽然中国高尔夫市场备受商家关注,但市场上仍存在高尔夫产品价格混乱、不透明的问题。

有位不愿具名的业内人士向记者透露,目前国内高尔夫产品价格异常混乱。作为中国地区品牌总代理,他们会给予各地经销商最为优惠的批发价,如

## 高尔夫用品价格混乱 影响行业发展



果经销商卖得好,年底会得到返利。正常情况下,经销商应以高出总代理商给的批发价的价位卖产品给消费者,但很多经销商仍以批发价出售产品,坐等年底拿总代理给的返利。

这位业内人士还表示:“高尔夫运动本身是高端体育运动,如果每年经销商只靠年底的返利来盈利,一是会削弱经销商销售高尔夫产品的积极性;二是打破了整个高尔夫产品市场的价格体系,可能使高尔夫产品越趋低端,一味降低价格,品质缺乏保障,对行业未来发展非常不利。”

另一位高尔夫用品企业负责人表示,其所在的

公司也存在类似情况,对此他们及时采取了应对措施,如,公司规定,经销商开店选址周围一定公里内不可有其他高尔夫用品商店,这样一定程度上减少了竞争对手,经销商就不会随意压低价格;再者,通过其他消费者及经销商举报从而对涉事经销商进行制裁,公司将所有高尔夫产品贴上了可追溯标签,一旦得知经销商以批发价零售商品,将采取取消年底返利等方式对其进行制裁。

各厂商都相信,在他们的共同努力下,未来,整个高尔夫用品行业将趋于健康、良性方向发展,高尔夫运动也一定会越来越普及。

## 先进制造技术国际展会 助力《中国制造2025》规划

## ■ 田晓俊

中国制造业作为实体经济的重要组成部分,受到国际市场需求不振、贸易壁垒高筑等因素影响,面临转型升级和结构性调整的巨大压力,因此,中国电子制造业转型升级势在必行。如今,全球经济正处于深度调整期,以工业4.0为核心的智能制造革命将是电子制造业发展的必然趋势,是传统产业转型升级的必然方向。目前工信部借鉴德国工业4.0经验,正在制定《中国制造2025》规划,从技术、产业、产品、管理、制造服务化、核心软硬件等领域对制造业做出长期规划,力争在2025年使中国从工业大国转型为工业强国。

机遇无限,但挑战巨大,中国实现工业4.0之梦还有很长的路要走,更需要发展和引进先进的基础制造工艺技术。

2015年3月17日至19日在上海新国际博览中心E1-E5馆举办的亚洲地区电子行业盛会——第十四届慕尼黑上海电子展(electronica China,以下简称电子展)和中国顶级电子制造设备展会慕尼黑

上海电子生产设备展(productronica China,以下简称生产设备展),将联合在N1到N3馆举办的慕尼黑上海光博会(LASER World of PHOTONICS CHINA,以下简称光博会),为推动工业4.0在中国电子制造业“落地”搭建了一个国际交流、技术展示的绝佳平台。

电子展和生产设备展双剑合璧,总展出面积将达到5.75万平方米,中外参展企业将近1000家。位列全球20大半导体公司的美光、东芝、意法、瑞萨、英飞凌科技和飞思卡尔,全球10大无源元件公司的村田(MURATA)、TDK、太阳诱电、AVX、松下、贵弥功、国巨都将登台亮相,为物联网和可穿戴设备等市场提供创新性解决方案。

今年,展会还吸引到超过100家汽车电子相关领域厂商以及更多汽车零部件供应商的参与,并将与中国汽车工程研究院合作办中国国际汽车电子创新技术大会,比亚迪、奇瑞等整车厂商将作为演讲嘉宾参会,与汽车电子行业领军企业共同探讨车身电子、汽车安全、信息娱乐系统等热点话题。

SMT表面贴装创新演示区将在展会现场组装的

## 智能家居来袭 开放平台成关键

## ■ 本报记者 陶海青

去年,智能家居在国内还仅仅是一个概念,但眼下,智能家居产业已如火如荼地发展起来,并逐步占有一席之地。

日前,2015年中国家电博览会(以下简称AWE)举行。本次博览会首次设立了“未来@智慧家庭概念馆”,海尔、美的、360等厂商还搭建了各自的智能家居样板间,供参观者亲身体验未来智能家居生活。

中国家用电器协会秘书长徐东生表示,2015年家电博览会参展企业已由原来单纯的传统家电企业逐渐拓展到消费电子领域、智能家居、互联网等企业,“如果说AWE2014展出的智能产品只是家电企业的试水之作,那么AWE2015将迎来家电智能化应用的切实落地。”

AWE被誉为亚太地区家电行业发展的“风向标”。此次首设的智慧家庭概念馆展区面积达6000平方米。在该展区,芯片、传感器、集成电路等智能系统上游企业及移动互联、大数据、云计算等下游企业共同亮相。在奥维云网总裁文建平看来,家电博览会集中展示了一年来智能家居的研发成果,其推

进速度已经超过了预期。

在博览会举办期间,创维集团、美的集团、京东集团、海尔集团等10多家企业发布了各自的智能家居发展战略。

作为首次参展的互联网安全公司,360也宣布启动智能家居战略,设立以“360智慧生活”为主题的超大规模展台,展示了IOT(万物互联)时代智能家电与互联网融合带来的全新智慧生活,并决定依托6亿PC用户、7亿手机用户的大数据积累,以及多年积淀的互联网安全技术,将云服务能力、大数据平台技术、在线营销平台、APP开发能力、开放芯片组等资源等进行全面垂直整合,打造一个开放的完整智能家居生态系统。

30年前,智能家居概念起源于美国,但直到2014年智能家居行业才被逐渐引爆。在这一年,跨国公司,比如谷歌、苹果、三星等纷纷布局智能家居领域;国内企业,比如美的、海尔等传统家电巨头,也开始积极构建智能家居生态圈。

创维集团总裁杨东文也认为,近一两年,虽然各路厂家都在宣传智能家居概念,但是,从投资力度来看,2015年,才算真正意义上的中国智能家居元年。

国脉物联网技术研究中心发布的一份研究报告

两条电子装配线,贴片龙头企业ASM旗下SIPPLACE及DEK两大品牌将与锐德热力(REHM)合作装配的一条针对智能手机、汽车电子行业的电子装配需求的模拟生产线,SPEEDPRINT将与优而备智(EUROPLACER)及埃莎(ERSA)一起装配的另外一条生产线,将为观众呈现军工、航空航天电子领域的贴装流程。此外,观众还能观摩来自Mycronic、FUJI、PANASONIC、SAKI、YAMAHA、BTU、YXLON、INVENTEC等明星厂家在印刷、贴片、焊接、检测和清洗方面的最新机型。

作为亚洲最大的激光、光学、光电行业盛会,光博会已经走过了10年历程。今年光博会定位于“提供激光解决方案”,集中关注“激光加工技术应用”,展会现场将设置“激光生产与加工技术展区”,为广大客户展示激光加工技术在汽车、钣金制造、船舶、航空航天、国防军工、制造技术、材料加工、自动化、模具、塑料橡胶、电子等领域的应用。

除了通快、罗芬、天田米亚基、伊欧、REIS、史陶比尔、Aerotech等众多国际厂商亮相展会,展示钣金加工领域最新技术和应用之外,本土的大族、华工、奔腾楚天、金运、煜宸、伊欧、德龙、泰德、大族粤铭、捷捷、山东能源、中科四象、海目星、楚天工业、韵腾、卓镭、盛雄、汇能、镭射谷、发那科等,也将在展会上展示最新产品,与国际厂商同台竞技。

预测:2015年中国智能家居市场的规模将达1240亿元,而这—数据在2014年约为300亿元。此外,过去两年间,从地产商到卫浴业从业者,从家电业到家居装饰行业,从零售商到软硬件开发者等,都纷纷进军智能家居业。

文建平认为,智能家居已经成为各厂商必须争夺的高地,也是整合家电产业链行之有效的有效手段,特别是家电产品作为重要的互联网“入口”,在整个互联网应用层面占据了非常重要的地位。

对此,360董事长周鸿祎强调:“开放”是智能家居所要打造的生态体系的基石。为进一步完善智能家居生态链,360公司将针对有发展潜力的智能家居企业,累积投入百亿元资金,让所有的合作伙伴能够在生态圈中一起成长,实现整个智能家居全产业链的共赢共生。但就当前智能家居行业状况而言,传统厂商希望在自有智能产品体系内实现互联互通,互联网企业的生态同样难以兼容竞品。因为一旦兼容竞品,自身利益很可能会受到损害。鉴于此,只有让更多不同类型和不同品牌的产品实现互联互通,建立开放共赢的生态链,才能推动整个智能家居行业健康、快速发展。

## 市场风向