

工业智能自动化时代

看“德系”如何在中国市场“厮杀”

■ 本报记者 兰 馨

随着中国提出“中国制造 2025”受到热议以来,中国工业智能及自动化市场也受到全球的追捧。日前,在北京举办的 2016 年北京国际工业智能及自动化展览会(以下简称工业智能展)吸引了来自奥地利、德国、法国、韩国、荷兰、美国、日本、瑞士、土耳其、新加坡、意大利、以色列等国家和地区的知名品牌参展,展示自动化行业的智能制造解决方案。

与本届工业智能展同期举办的 2016 年智能制造国际会议,更是吸引了全球的关注。在此次会议上,工业和信息化部部长苗圩表示,智能转型是建设制造强国的关键。实现“数字化、网络化、智能化”制造,是制造业发展的新趋势,也是新一轮科技革命和产业变革的核心所在。

据介绍,为推动智能制造发展,工业和信息化部会同有关部门制定并发布了《智能制造工程实施指南》,开展了智能制造标准体系建设及智能制造试

点示范专项行动等。目前,正在加紧编制智能制造“十三五”发展规划,研究中国未来 5 年智能制造发展的思路和目标、推进重点和路径,以指导地方、行业有序实现制造业的数字化、网络化、智能化。

“德系”主导市场

在中国的工业自动化市场,德国制造不仅为领跑者,且占据着极大的市场份额。如较早进入中国市场的德国巴鲁夫。近年来,其中国市场每年都有一定数量的增长。据其全资子公司巴鲁夫(上海)贸易有限公司(以下简称巴鲁夫)市场部负责人常幸预计,今年中国市场仍将继续保持增长的势头。

常幸表示,尽管经济下行压力存在,但智能制造是提振经济的有力武器。而作为有近百年历史的德国知名品牌的巴鲁夫,在中国工业自动化市场具有一定的竞争优势。

同样对中国市场持乐观态势,并同样来自德国的还有图尔克。图尔克

(天津)传感器有限公司(以下简称图尔克)高级产品经理李永华表示,中国本土知名品牌相对更相信国际知名品牌供应商,价格并不是其考虑的首要因素。

常幸介绍说,近 10 年来,随着中国汽车市场的兴盛,令其公司传感器的销售逐年增长。事实上,中国市场传感器的竞争,在德国几大品牌间展开。尽管“日系”产品在中国也有市场空间,但数量并不大。

定制隐藏竞争

但李永华也表示,也有来自中国本土自主品牌的竞争压力。据其介绍,由于德国企业习惯生产符合国际标准的标准件产品,对于个性化需求的客户便无法满足需求。这样一来,中国本土自主品牌可针对客户需求提供定制化产品,并获得了一部分客户的信赖。需要强调的是,这类产品与标准件并不兼容,这也是德国企业不愿意接单的主要原因。

“竞争一直都存在,只是刚进入中国时,竞争压力较小而已。”南京菲尼克斯电器有限公司(以下简称菲尼克斯)参展人员介绍说,近年来,中国市场的竞争压力越来越大。尤其是,随着中国本土自主研发的产品与国际知名品牌形成竞争之后,外来品牌打破了此前的供应模式。

据菲尼克斯参展人员介绍,作为德国的知名品牌,菲尼克斯此前在中国市场的销售模式为客户需先付款再进行生产。但随着中国本土品牌的日渐崛起,菲尼克斯的模式改为,订单客户只需先交一定的预付款,便可以安排生产。

而主办方也看到市场的前景,本届展会更是邀请了来自汽车制造、汽车零部件、机床工具、电子制造、航空航天、轨道交通、机械制造、化工及制药等多个领域的 60 多家优秀企业组成了上千人的买家团与会,与展商进行无缝式对接。通过邀请精准买家赢得知名用户与参展企业的好评。

安徽省贸促会主任章钢、合肥市副市长孔涛奔赴上海

“取经”亚洲消费电子展

本报讯(特约记者 杨晓进)5 月 11 日,为期 3 天的 2016 年亚洲消费电子展(CES Asia)在上海开幕。应组委会邀请,安徽省贸促会主任章钢,合肥市委常委、副市长孔涛等观摩展览会,现场感受科技创新给生活带来的震撼,学习上海市贸促会办展经验。参观期间,章钢、孔涛与展会主办机构负责人进行了深入交流,探讨合作举办展会项目,助推安徽会展经济发展。

本届消费电子展以互联互通、创新和物联网为主题,主要聚焦虚

拟现实、可穿戴设备、物联网、智能互联汽车、智能家居及机器人等领域的技术发展趋势,集中展示 3D 打印、健康产品、机器人、智能家居、运动及健身、汽车技术及可穿戴设备等十五大产品类别的技术创新。作为全球领先的消费类科技行业展会之一,亚洲消费电子展今年是第二次登陆中国,共吸引来自全球 340 多家企业参展,展示自己最新的产品与技术,全方位展示了亚洲产业价值链推动创新的广度与深度。



■ 周宇宁

日前有关电影《百鸟朝凤》制片人跪求影院经理排片的视频令人震撼。该制片人表示:“这部电影讲述的不是一个故事,而是一种意境。不管外界多么喧嚣浮华,影片中主人公的心中一直有自己的坚持,这是这个时代特别需要的。”

《百鸟朝凤》是唢呐名曲,这部著名导演吴天明的遗作,讲的是一个关于唢呐艺人和艺术传承的故事,而这部电影中所表现的传承不仅是技艺,更多的是德、是风骨气质、是坚守信念的精神。

这让我想到一个朋友在成都开的咖啡馆,她是去年从北京辞职回到成都,此前没开过店,这次对租来的店面非常用心地精装修,即便周边人群的消费能力并不高,但她也坚持用最好的原料做咖啡和甜品,绝不糊弄。

“一切都很理想化,希望以后客人能体会到我的一片诚意。”看她在朋友圈发的这段话,我在祝福之余也有些心疼。用真心,尤其在别人看不到的地方默默以高成本做好的产品,想既叫好又叫座,就要付出更多。现在消费者(甲方)大多更关注价格,哪怕是对一直呼吁的食品安全,也希望物美价廉。

在“媒体”泛滥的当下,一个行业(企业)的信息要通过什么样的平台来传播和发布才具有可信度和价值?

吴天明导演用生命留下了心于匠心、专业、情怀、传承、风骨的《百鸟朝凤》,开咖啡馆的朋友坚持用好原料做纯正的咖啡和精致的甜品,坚持自己的理念去营造一个情调空间,接下来她要做的就是营销,当地媒体打广告?发微信公众号、朋友圈?还是其它?我还不得而知,但我坚信以她的人品和完美主义情怀,一定赢得更多新老顾客的认同。

今年“五四”青年节当天,笔者和在会展行业中浸淫了十几年的一位老朋友聊天,他说,感觉现在行业“大忽悠”越来越多了,不专业,炒作概念、抄袭创意和设计、小人上位的事情也每天都在发生,行业似乎越来越不好玩了……我说,还好吧,至少大家都在努力,有些问题也是难免的。当然,虽说有些伪主办方骗个展,某些展馆收个某费引发多方抱怨,某地展台倒塌,买个奖汇报上级以图政绩……一个会展项目、一个会展场馆能否打造成品牌,不仅需要好的策划和营销,更需要三现正的理念和团队。

(作者系中华会展精英女性俱乐部秘书长、中国经济网·会展中国/旅游经济主编)

会展红粉秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

▼信息集结号

渝洽会首设跨境电商展

第十九届中国(重庆)国际投资暨全球采购会(以下简称渝洽会)将于 5 月 19 日至 22 日在重庆国博中心(悦来)举行。本届渝洽会将首次设立跨境电商展区,市民在现场不仅能玩会跳舞的机器人、骑高仿真马,还能低价购买原装进口货。

市外经贸委相关负责人介绍,本

届渝洽会首次在重庆国博中心 N8 馆设置跨境电商展示区,面积 1600 平方米。其中,重庆市跨境电子商务龙头企业 O2O 展区达 800 平方米,全球进口商品及保税商品展示展销 800 平方米。截至目前,已确定洋展购、西港全球购、芝蔴街全球购、海悦汇、光彩国际等 12 家企业将参展。

首次集体参展的跨境电商企业将给市民带来怎样的体验? 洋展购方面介绍,此次参展面积共 800 平米,商品数量达 5000 多种,都是原装进口货,包括生鲜、食品、保健品、母婴用品、化妆品、日化用品、酒类、数码电器等,大部分是免税商品,市民可直接购买。

张交会力邀“丝绸之路”沿线客商

由全国工商联农业产业商会、甘肃省贸促会、张掖市政府等主办的 2016 年丝绸之路国际生态产业博览会暨绿色有机产品(张掖)交易会将于 9 月 9 日至 12 日在张掖国际展览中心举办。

本届张交会以“开放开发、绿色生态、互利共赢”为主题,以丝绸之路为纽带,旨在扩大对外开放影响、促进商业贸易繁荣。据介绍,第三届张交会将根据西北地区的地域特点,充

分结合张掖的地缘优势、产业结构,进一步搭建好生产商、采购商、投资商及相关机构交流合作的平台,将邀请“丝绸之路”沿线国家的驻华使节、农业及畜牧业相关领军企业负责人、旅游机构、大型农贸批发商、商超采购负责人、酒店采购经理、旅行社、投资商、开发商等与会。

本届张交会规模达 5 万平方米,展示内容涵盖涵盖绿色农产品和畜牧产品的养殖种植、加工、产品检测、

销售、储运包装设备、推广及服务、生态旅游、文化、户外休闲运动产品、电子商务等。目前,已有北京、甘肃、云南、河北、河南、宁夏、内蒙古和中国台湾等省市区企业报名参展。展会期间,还将举办生态产业发展高峰论坛、第二届中国·金花寨小米文化发展论坛、张掖招商引资推介会、企业招商引资路演等一系列的宣传推广活动。此外,同期还将举行中国沿黄河九省文化产业博览会。

食博会首设“一带一路”专区

为期 3 天的第十四届中国(漯河)食品博览会(以下简称食博会)日前开幕。记者了解到,和往年相比,今年的食博会国际范、科技范十足——首次增设“一带一路”专区、首次推出“互联网+3D 实景食博会”在展展览、首次在室外搭建超大展

棚等,可谓亮点纷呈。

据介绍,本届食博会特设“一带一路”专区,划设 100 个展位,参展产品包括马来西亚的白咖啡、燕窝,越南的热带水果干,印度的棕榈油等。产品种类全、数量多、安全标准高,展区设计风格极具异域

风情,是本届食博会展览工作的一大亮点。组委会负责人表示,今年推出的“互联网+食博会”在线展览内涵将进一步丰富,通过这项活动,争取做国内最大 O2O 食博会,第一个国内互联网 VR 虚拟实境+互动的食博会。

“创新升级·香港博览”在蓉开幕

站在一块大屏幕前,只要挥挥手,经典的动漫形象麦兜就会突然出现在屏幕中央,然后你只要摆个姿势,就能和它合影了……这一幕日前出现在“创新升级·香港博览”的香港 3D 原创动漫游戏区展场。据了解,“创新升级·香港博览”是香港贸易发展局与四川举办的首个大型服务业旗舰推广活动。开展第一天,除了举

办 CEO 论坛、设计及创意论坛外,现场还设置了香港原创新展区,展出空间设计装置、3D 原创动漫游戏等。

据香港贸易发展局总裁方舜文介绍,四川是中国西部最大的消费市场,而西部地区更被视为接通“一带一路”沿线国家及地区一个重要窗口,成为企业“走出去”、优秀企业被“引进来”的桥梁。成都是当前拥有较高经

济增长动力的西部城市,辐射力直指全省。她表示,香港服务业发展成熟,在金融、法律、会计、设计、品牌管理、科技创新等不同领域,都有着丰富的经验。随着“一带一路”的推进,川港两地的企业可以在多个范畴上开展优势互补,创造双赢,“‘创新升级·香港博览’正是要为两地企业的洽谈和对接,创造一个理想的平台。”(本报综合报道)

2016印度尼西亚
国际工程机械及基础设施建设展

(Indo Icon & Bimex)





主办方：中国国际贸易促进委员会机械行业分会
官方战略合作：印尼公共工程和住房部
PT Infrastructure Asia

展会时间：2016年11月9~11日
展会地点：雅加达国际会议中心



展品类别：工程机械；土方机械；道路机械；建材机械；混凝土机械；起重机械等
建筑建材：墙体材料；屋面结构；化学建材；工程设计；工程承包等
(详细展品类别请电话咨询)

地 址：北京市西城区三里河路46号
电 话：010-68516321 传 真：010-68516623
联系人：刘醒 邮 箱：liuxing@ccpitmsc.org