

# 通信展:5G生态自成一圈

■ 本报记者 叶灵燕

一位戴着VR眼镜的男“驾驶员”，双手转动着方向盘，通过5G网络进行“虚拟智能驾驶”。通过他的远程操控，一辆位于2200公里之外的汽车正在广东中山大学校园内灵巧自如地行驶着……在近日举办的2016年中国国际信息通信展上，爱立信、中国移动借助5G进行了真实车辆的自动驾驶与远程遥控驾驶相结合的完美演示，吸引诸多观众围观。

在标准竞速升级、技术研发热火朝天的当下，5G当仁不让地成为本届通信展的重中之重。《中国贸易报》记者在位于北京中国国际展览中心的通信展现场看到，代表新一代移动通信技术的5G技术及应用场景向公众全面展出，意味着我国5G技术正从概念走向产品。

## 拥抱5G

“远程遥控驾驶是未来5G网络的重要应用之一。”在展会现场，爱立信东北亚区副总裁兼研发中心主

管柯友松向参观者介绍说，待5G网络投入大规模商用后，远程遥控驾驶将在工业和公共事业领域拥有广阔的应用前景。

记者在展会现场注意到，由于特装“形象”佳、展台面积大，再加上有众多新产品和新技术“撑腰”，华为格外引人注目。在5G领域投入、合作和产业化等方面处于领先地位的华为此次集中展示了5G网络的两大演进方向、三大核心技术和四大部署架构，全方位阐释了未来的5G网络。据华为现场工作人员介绍，继去年首次提出整套无线空口技术之后，华为在今年携手德国电信首次发布了业界首款5G端到端切片原型机，与中国移动一起完成了全球首次6GHz以下频率组网侧验证，还和沃达丰一道完成了基于CloudRAN的5G超低时延空口测试验证。

记者看到，以“5G生态世界”为主题的大唐移动展台前人头攒动，

大唐移动带来了5G最前沿的技术和解决方案以及首次亮相的5G毫米波样机，并提出“以场景为核心，围绕场景布局技术，场景带动应用，打造核心技术+生态合作”的5G生态圈战略。另外，京信通信紧跟行业发展趋势，已初步形成有源阵列天线、MEC服务器、NFV网关、虚拟化基站等组成的京信5G生态圈。

据中国移动现场工作人员介绍，中国移动以5G生态构筑者身份，联合产业链合作伙伴，构建跨行业融合生态系统，推动5G创新发展。

通信行业积极投入5G技术研发、构建全方位的5G生态系统，无人驾驶、智能机器人、物联网、虚拟现实等应用则将加速走进我们的日常生活。显而易见，谁在5G研究方面走得快、走得好，谁能够在市场竞争中抢占新高地。

## 实质推进

“我连4G都没用上，5G就要来

了？”观众张女士笑言自己落伍了。

简单地说，5G就是“无与伦比的快”“人多也不怕”“什么都能通信”“最佳体验如影随形”“超实时、超可靠”。对大众用户而言，5G可以真正实现一眨眼功夫就能够完成一部电影的下载或者数百张照片的瞬间传输，全面提升用户体验。

大唐移动通信事业部市场经理张凯向记者介绍说，3G、4G是人和人基础通信，包括视频、微信等。而5G是人和物、物和物之间的联系，意味着不仅仅网速变快了，未来还将进入万物互联时代。

从3G、4G到5G，移动通信技术正朝着融合化的方向发展。多位展商表示，5G将渗透到物联网等领域，与工业设施、医疗器械、医疗仪器、交通工具等深度融合，全面实行万物互联，有效满足工业、医疗、交通等垂直行业的信息化服务需要。

在通信展期间举办的首届5G

创新发展高峰论坛上，IMT-2020（5G）推进组宣布正式结束中国5G技术研发试验第一阶段的相关测试。

工信部信息通信发展司司长闻库在论坛上指出，中国的5G研发与试验工作进入到攻坚阶段，其标准化工作也已全面拉开序幕。

爱立信CTO艾华信建议，通信行业不仅要在产业生态上与行业伙伴融合，还应在制定标准时多倾听行业用户的意见。

工信部部长苗圩在参观时指出，通信行业应该在5G方面加强国际合作，特别是标准方面的合作。他预计中国将在2020年实现5G商用，并指出要开展好之前的预商用工作。

据透露，5年内，5G网络将在北京实现试商用，北京城市副中心、2019北京世园会园区、北京新机场等地将率先开展5G网络商用示范。

## ◆信息集结号

### 慕尼黑上海分析生化展 助推企业壮大品牌

**本报讯** 10月10日至12日，慕尼黑上海分析生化展(analytica China)将在上海新国际博览中心N1、N2、N3馆如期举行。届时，800余家行业领先企业将展示包括分析仪器、测试测量、生命科学、生物技术、实验室建设、试剂耗材和通用实验室设备等在内的最新产品及应用。

除博览会外，展会同期举办的研讨会、论坛同样会令参会者印象深刻，第八届上海国际分析化学研讨会、第三届中国国际食品安全研讨会及专题研讨会、LSAC生命科技论坛等精彩主题盛会将分别对食品安全、分析化学、实验室建设及安全、环境、制药等领域进行深入探讨，并献上100多场精彩报告。

据悉，慕尼黑上海分析生化展是分析和生化技术领域的国际性博览会，每两年在上海举办一次，迄今已成功举办七届，是业内领军企业全面展示新技术、产品和解决方案的良好平台。

(倪文)

### 液态食品生产及包装行业 领军展会盛装以待

**本报讯** 10月11日至14日，2016第十二届中国国际酒、饮料制造技术及设备展览会(CBB)将首次移师产业集中的长三角地区中心上海举办，令上海浦东新国际博览中心成为国内外业界瞩目的焦点。

作为亚洲液态食品和液态包装行业的领军展会，CBB自1995年创办以来已成功举办了11届，凭借其规模大、国际化程度高、专业性强、极具权威性的特质，在业界享有盛誉，已成为不可错过的世界级行业盛会。

据了解，CBB 2016展示面积达8万平方米，来自25个国家和地区的近700多家参展商将全面展示液体食品加工及液体包装完整产业链及相关行业最新工艺、技术、产品和装备，同时提供液态食品的生产及包装直至物流等全套解决方案。本届展会预计吸引5万多名专业观众到场参观及采购。

(倪文)

# 内燃机展:带你感受内在的强大动力

■ 本报记者 苏旭辉



9月21日至23日，第十五届中国(北京)国际内燃机及零部件展览会在中国国际展览中心(新馆)举办。本届展会以“创新驱动、节能减

排、绿色制造”为主题，汇集了10多个国家和地区的近200家中外公司，全面展示了各类内燃机主机及零部件、发电设备与分布式能源、专

用制造装备以及相关技术和服务。

## 打印出来的内燃机

3D打印技术被应用于牙科医

疗、电子、航天、建筑等诸多行业，而最近三四年也被广泛应用于内燃机的研发。内燃机里面的缸体、缸盖等复杂配件在大规模生产中，使用3D打印技术比传统工艺成本低、周期短，不过，批量生产还是使用传统工艺更合算。现在，国内所有汽车厂商的研发都用3D打印。记者在展会现场就见到一家提供工业级3D打印解决方案的公司——维捷中国。该公司是在今年5月由德国工业级3D打印机厂商voxeljet与中国3D打印服务商苏州美迈快速制造技术公司合资成立，可按照客户需求生产砂铸、砂型、砂芯，精密铸造的PMMA蜡型，以及用于不同领域的精细模型。据参展商介绍，3D打印技术能够满足客户的各种个性化需求，不过由于仅适用于小规模生产，所以在内燃机行业的销量不是很大。

## 从引进吸收到升级出口

记者注意到，参展的很多国内企业都经历了引进海外先进技术、进行技术整合，再将产品销往海外的过程。欧意德公司2006年从意

## 紧扣冬奥热点

# 北京冬季体育产业贸易展玩转跨界融合

在北京、张家口成为2022年冬奥会主办城市后，冬季体育产业备受关注。9月25日，由北京市贸促会和豪思国际(集团)联合主办的首届中国国际冬季体育产业贸易展览会、国北京国际冬季体育产业贸易展览会(IWSI)在怀柔北京雁栖湖国际会展中心闭幕。

北京市怀柔区区长常卫在开幕致辞中说，在全市积极筹办2022年北京冬奥会之际，IWSI在怀柔举办，对于营造浓厚的冬奥氛围、丰富怀柔的会议会展活动内容特别是冬季品牌活动，促进体育与旅游、文化、科技等产业融合发展，具有重要意义。

北京市贸促会会长熊九玲在开幕致辞中说，北京市贸促会在北京

冬奥组委会指导和怀柔区人民政府的支持下，决定自2016年起，联合豪思国际(集团)在怀柔共同举办中国国际冬季体育产业大会暨中国北京国际冬季体育产业贸易展览会，旨在紧紧抓住北京即将主办2022年冬奥会以及怀柔打造会展之都的契机，搭建国际经贸交流合作新平台，打造会展新品牌，吸引冬季体育知名企业、国际机构和专家，研讨国际冬季体育产业发展机会，促进冬季体育与文化、旅游、金融等产业跨界融合发展。同时，为推动我国特别是京津冀地区冬季体育运动和体育产业发展，为推动北京冬奥会的筹办、助一臂之力。

豪思国际总裁叶迅介绍说，首

届IWSI以“跨界融合”为主题，由北京2022设计产业论坛、智慧滑雪高峰论坛、国际冬季旅游城市论坛、体育旅游发展高峰论坛等六场论坛及展览区域组成，设置了户外装备展区、房车展区、山地自行车展区等主题展区，吸引国内外相关企业参展，成为以冬季体育和旅游为引领的推动对外经贸交流与合作的新平台。

叶迅称，在“政策红利”和“消费升级”的双重红利下，可以预见中国冰雪运动产业所面临的巨大市场和超长的产业链。“我国已成功申办2022年冬奥会，有助于提升冰雪运动在国内的普及。”国联证券分析师徐艺认为，目前中国滑雪行业规模达80亿元，预计2025年行业将步入成熟



期，实现价值市场规模近1000亿元。

紧扣当前冬奥热点和智能科技潮流，IWSI为观众推出了特色冰雪旅游首秀、冬奥时空长廊、VR体验活动、国际冰雪旅游文化展示、冬奥旅游城市展示、中小滑雪场一对一

融资辅导等丰富多彩的配套活动，让现场观众感受北京冬奥会的独特魅力，更得到了冬季体育旅游的专业指导和激情体验。

据悉，IWSI将一年一度在怀柔举办。

(东方)

# 品牌是一种无言的承诺

■ 唐雪



打开香格里拉酒店的官网，页面设计十分简约，没有过多文字，几张动态切换的画面在无声地诠释着香格里拉品牌的内涵；每一家香格里拉酒店，客人无需入住就可以知道大堂内是同样的香氛，香宫餐厅是同样的水准。何以无声却有力？因为“香格里拉”四个字所传递的是世界一流的五星级服务标准、宁静的环境、富于

(藤勋)

灵感的建筑格调和设计品位，以及宾至如归的服务体验。这个案例充分反映了企业品牌价值的重要意义。悉数各行各业，能够达到金字塔顶的企业都是将品牌塑造作为企业灵魂，以无言的承诺来展示蕴涵的力量！

现阶段，国内会展场馆管理领域正处于品牌形成阶段。在此前的文章中，笔者分享了北辰时代“做优做强做大”三步走的品牌价值塑造路径。今天，再就会展场馆品牌价值的内在意义谈一些感受。

品牌代表的是价值。笔者通过梳理与20多家场馆洽谈过程中遇到的高频问题，排在前三位的依次是投资回收期多长？能否共同投资，风险共担？能否带来会展项目

资源？虽然问题很简短，但是映射出来的变化很大。过去，会展场馆为土地增值贴牌，被看重的主要是社会效益；现在，随着投资主体和场馆建设模式的变化，开始回归到经济效益最大化的市场规律中来。基于此，要想建立起叫得响的场馆管理品牌，盈利能力自然是焦点。

品牌代表的是专业。现在，会展场馆建设已经进入到综合体时代，粗放的物业式管理存在的短板开始凸显，通过专业运营管理和服务升级来增强体验是未来发展的必然。会展场馆运营是否专业，表现在跨领域管理能力等。精细管理能力和智能管理能力等多方面。例如，香港亚洲国际博览馆拥有香港最大的室内多用途文

娱活动场地，演唱会等已成为其主要收入构成之一。服务的升级和创新以标准化为基础，标准化服务基础越牢固，可发挥的空间越大。尤其是在互联网跨界发展的大环境下，智能化和场景化成为创新手段的应用。国家会议中心现在增设3D设计师岗位，通过场景渲染向客户提前展示场馆设计方案，全面提升客户体验。

品牌代表的是责任。国家会议中心与2008年奥运会、2014年APEC和2022年北京冬奥会，上海国际会议中心与2001年APEC和2010年世博会、杭州国际博览中心与2016年G20杭州峰会等，无不说明了会展场馆与酒店、写字楼等不同，除了经济效益之外，社会责任的承担不可避

免。会展场馆通过建立可持续的会展商业生态，推动城市第三产业发展，带动区域产业升级，进而实现服务城市经济和社会发展的最终目的。

以经济效益传达品牌价值，以专业魅力体验品牌内涵，以社会责任诠释品牌使命。无言先立意，未嘴已生风。这就是品牌无言的承诺。处在激烈的竞争中，急于转型升级的场馆运营方不妨“拿来”一用！

(作者系北辰时代会展公司总经理、国家会议中心副总经理)

## ●会展红粉秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处