

●会展关注

美国国际消费电子展 牵动 中国产业链

为国内寻找项目创投、创业团组提供平台

■ 本报记者 兰馨

当地时间1月9日,第51届国际消费类电子产品展览会(CES)在美国拉斯维加斯开幕。人工智能、智能家居、电动汽车等成为今年CES关注的热点,而虚拟现实、增强现实、智能穿戴、机器人、无人机及各种黑科技则是重要的组成部分。

根据CES官方公布的数据,在此次CES上,中国企业强势且抢眼,参展商多达1551家,占展商总数的1/3。其中,华为、百度、阿里巴巴、腾讯、联想、海信、TCL等中国领军企业展示了无人驾驶、人工智能等多项新技术。

美国消费技术协会市场研究高级主任史蒂夫·科尼格指出,中国不但是国际消费电子技术的中坚力量,也是最重要的市场之一。基于此,美国消费技术协会自2015年起,已在中国上海举办了亚洲消费电子展。

在业界看来,每年年初在美国拉斯维加斯举办的CES,不仅是全球各大科技公司和初创企业发布前沿产品和技术的窗口、预测消费电子行业走向的重要风向标,更是一个集品牌建设、市场推广于一体的综合性贸易平台。

中国展商最亮眼

据参会人士介绍,此次CES首次聚焦人工智能,展出的产品包括语音识别、计算机视觉和机器学习。另外,智能城市和语音计算也是预期的热点之一。

据CES官方数据显示,本届展会参展商达4500家左右,其中注册名含“深圳”字样的参展公司达到482家,占了将近10%。记者在互联

网上看到一份通过注册名展示参展企业地址的柱状图,参展企业注册名中有“深圳”字样的企业位列首位;美国字样的企业有94家,排在第二位;东莞字样的企业有78家,排在第三位;广州以42家参展企业位列前五。

来自珠三角的参展企业中,不仅有腾讯和华为等深圳科技巨头,也有不少创业企业。其中,腾讯参展的产品,包括智能语音助理、腾讯叮当。华为向美国市场推出手机产品Mate 10pro。此外,还不乏一些具有知名度的企业,包括大疆、乐聚机器人、速腾聚创等。

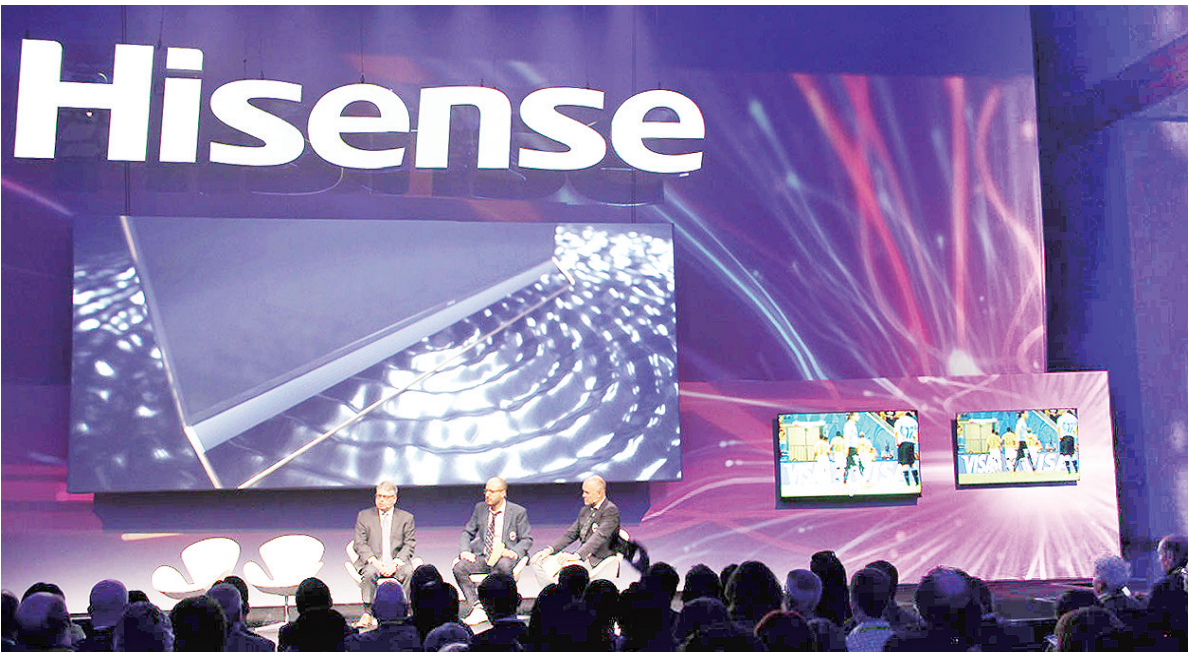
业内人士表示,国内创投组团去CES搜集项目、发现案例的先例,因此,很多国内创业者和北美的留学生创业团队希望在展会上与创投们碰撞出火花。而避开主场馆,在分场馆特别是中国馆租展位,正是拓展人脉资源的创业者惯常的操作方法。

上述人士还认为,企业参加CES并不代表它在技术或商业模式上有多大优势,只是企业自身对于渠道的一种选择。尤其是北美消费者对硬科技、黑科技的接受程度高,市场较国内也更为成熟,因此使得各地智能硬件企业蜂拥而至。

震撼展示来自中企

本届CES传递的讯息是,跨界、连接、重组、集体进化、结构性创新和演进。而其中的震撼展示来自中国。

北京时间1月9日凌晨6点,百度用中美连线的方式,展示了由10辆车队组成的无人驾驶车队环绕百度大厦举行“大阅兵”的壮观场



景。这支Apollo车队的10辆车,除了百度自家的无人车之外,还有与长城、奇瑞、金龙、北汽、智行者科技等合作伙伴联合研发的无人车,包含乘用车、商用车和作业车等10个不同类型、不同功能的无人车。

自此,百度自动驾驶平台Apollo2.0正式发布,Apollo2.0已经能够支持实现简单城市道路自动驾驶。百度美国研发中心团队已达到200人左右规模,Apollo在中美的两支球队正在昼夜接力、高速迭代。

当地时间1月8日晚,在由中国驻旧金山领事馆、中国工业和信息化部组织的“2018 CES中国之夜”上,来自TCL、华为、迅雷、高通、猎豹等企业的高管,就人工智能、无人驾驶、智能家居、虚拟现实等热门话题发表了演讲,并对人工智能将助力电商平台的进化,后互联网时代中国将获得优势、数字动画、3D影

像技术的新趋势及应用等未来的行业发展趋势进行了讨论。

自2010年以来,越来越多的中国企业亮相CES,中国力量几乎成为每年CES上一个热门话题,越来越多的中国产品也开始被海外用户所知晓和使用。

中国电商出击CES

近年来,CES尤其受到互联网企业的重视。据报道,京东集团副总裁、京东商城3C文旅事业部总裁胡胜利出现在CES现场,成为媒体关注的焦点。胡胜利代表京东集团,与中兴通讯终端CEO程立新会面,并在京东上首发中兴Axon M;与深圳市柔宇科技有限公司创始人、董事长兼CEO刘自鸿签署战略合作协议,未来3年内,柔宇科技将优先选择在京东进行首销,京东也将针对柔宇科技产

品优先选择包销,在打造定制产品方面展开更加深入的合作;与微软战略签约,未来,双方借助战略资源投入,制定未来3年冲刺50亿元人民币总经营目标,并借助京东大数据,基于顾客精准的产品需求,同微软共同定制顾客更加喜欢的产品,且京东享有独家定制包销权;与咪咕达成战略合作,2018年京东将和咪咕在产品、渠道、IP内容变现、广告合作等方面持续开展深度合作;与AMD共同签署中国区销售备忘录,授权京东成为AMD中国区处理器总代理。

据了解,CES于1967年在纽约创办,直到1998年才成为拉斯维加斯每年1月的“例牌”。其消费电子涵盖的领域包括广告娱乐内容、体育产业、智能交通、大健康、智能家居、物联网、高端制造、机器人及人工智能等。

CEFCO 2018 开幕 三大亮点惹眼

本报讯 为期三天,以“把握会展新机”为主题的第14届中国会展经济国际合作论坛(CEFCO 2018)1月11日在青岛开幕。论坛由中国贸促会(CCPIT)、国际展览业协会(UFI)、国际展览与项目协会(IAEE)和独立组展商协会(SISO)共同主办,中国国际商会和青岛市贸促会承办。全球600余位会展精英和商界人士齐聚青岛,围绕世界经济复苏中全球会展格局变化与投资热点等议题展开对话,推动会展界把握新机遇、共迎新时代。

展览业作为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台,在我国经济社会发展对外开放中的作用举足轻重。以推动中国会展业发展为已任的CEFCO经过十多年发展,已经成为全球三大专业展览论坛之一。

本届CEFCO有三大亮点:

一是议题设计契合行业发展脉搏。本届论坛以“把握会展新机”为主题,围绕会展业普遍关心的世界经济复苏中全球会展格局的变化与投资热点、贸易促进机构在推动会展业发展中的作用、场馆建设与场馆管理、会展城市发展等议题,邀请中外知名展览企业、行业组织、专业媒体、研究机构以及国内会展业主管部门代表进行对话。既有宏观经济态势和会展业发展方向的研判,又有热点话题和具体实务的探讨,还有国际同行先进经验的分享。

二是参会代表合作意愿强烈。600余位参会代表中,除全国各地的专业人士外,还有来自美国、德国、法国、意大利等16个国家和地区的会展业同行。不少境外代表来自全球知名会展企业,他们希望通

过CEFCO与中方建立联系,达成务实有效的合作。

三是内容进行“跨界”尝试。本次论坛共安排20多场活动,包括四场全体会议、六场分组会议,以及若干主题讲座和发布会、项目推介等配套活动。论坛还进行了“跨界”尝试,如“会展+变革”重点研讨如何顺应社会需求日趋多元化,实现展会题材的创新和内容的创新。

论坛期间将发布《中国展览经济发展报告(2017)》。报告涵盖2017年中国展览业发展的总体回顾及展望、国内展览市场概况及重点会展城市样本分析、出国展览市场及展览场馆概况等内容,能够为政府部门、商协会组织、展览业界、外贸公司等机构提供可靠的信息和决策参考。

(青岛市贸促会供稿)

展与会融合渐成会展业新趋势

■ 本报记者 毛雯

近年来,展览与会议融合,展中有会,会中有展,已经成为会展业发展的一个趋势,并呈现出新特点。近日,中国东盟博览会秘书处秘书长王雷在一次业界洽谈会上如是说。

王雷认为,会议为展览带来了行业新思想、新技术、新风向,使展览内容更富有内涵,展览则为会议提供了更接地气、更务实的内容,使会议更具有实效。但他也指出,展与会融合对主办方的要求更高,将倒逼会展业转型升级。

展会融合增强资源配置

王雷表示,会议的参与者比展览的参与者层次高,多为企业的决策者,更倾向于关注和参会竞争者的产品和服务;展览参与者更多是企业中层,倾向于学习与了解行业发展政策与趋势。展与会的融合,能够在同一个会展活动中调动更多的资源和要素,促进决策者与执行者之间的对话、学术与应用之间的结合、企业与市场之间的对接,能够促使不同层次的参与者在同一个会展活动中获得增倍的效果。

信息技术促进展会融合

近年来,中国东盟博览会在展与会融合、展与会互动方面做出了一些探索。目前,中国东盟博览会已搭建了一主多专、巡展并行的展览格局,即每年除主展外,还在中国举办5个专业展,在东盟国家举办3个专业展。除了展览之外,还同期举办20-30场国家级论坛和会议,参加高层论坛和会议的人士成为展览的最佳高层次观众,生意更易达成。如中国东盟环保合作论坛既有部长参加,也有企

业参加,还举办环保展,推动环保技术更快地在东盟应用。

王雷认为,在新的起点上,应进一步优化展览与会议融合,提高会展业发展质量,推动中国会展业从数量扩张型向质量内涵型发展。

但当前的展与会融合模式,主要还是在同一时间、同一地点、同一会展项目相互配套的活动。未来的展与会融合可以打破时间和

空间限制,通过互联网、大数据等信息化手段,使展的资源为会所用,会的资源为展服务。

促进展与会融合,可推动产业集群的发展。产业会展是会展可持续发展的主要路径,展与会融合在其大有可为。一个行业展会可以围绕上下游产业链举办会议,促进产业纵向聚集,也可以围绕支撑行业,如物流、金融等举办会议,通过跨界融合,促进产业横向聚集。



上海青浦统筹推动会展业 迎接中博会

日前,记者从上海政府官网获悉,2017年,国家会展中心(上海)累计承接展览项目38个,展出面积470万平方米,接待观众数量达501万人次,举办活动42个,活动面积达69万平方米,规模同比上升26.7%。数据显示,上海青浦区展览面积在全市占比已超过30%。其中10万平方米以上的大型展会18个,占上海市大型展会的50%。

对此,上海市青浦区经济委员会方面表示,持续推动会展业发展,加快承接产业溢出效应,重点落实五项措施。

一是加强场馆安全监管。强化主、承办单位对应急预案、主办责任、消防安全等意识,督促场馆方做好安全管理。组织相关单位开展场馆安全生产检查、属地保障协调。

二是联动一二三产资源。组织青浦区17家企业参加工博会,展区面积近300平方米,召开首届新材料高校&企业青浦行和2016中国工博会新材料产业创新发展高峰论坛,并被组委会授予第十八届中国国际工业博览会新材料产业展优秀组

织奖。

三是鼓励链上企业集聚。在展览和会议招徕、关联企业落户、境内外参展扶持、上海青浦会展园区奖励等方面构筑全方位会展业政策扶持通道。先后扶持274个项目,境外展会项目获上海扶持资金266万元,各类区级扶持资金合计超过1100万元。

四是激发产业发展活力。制定出台《青浦区关于推进重大招商项目落地的若干意见》,研究制定《青浦区招商引资(以商引商)评选奖励实施办法》。举办“会展行业与青浦区经济发展研讨会”,搭建政府、会展机构和会展企业共同交流的平台。

五是加快部署迎中博会。首届中国国际进口博览会将于11月5日至10日在国家会展中心(上海)举办。为抓住机遇,青浦区经委保障和产业两手抓,配合上海市商务委制定《中国国际进口博览会城市保障工作总体方案》,从安全保障、展品和客商进出境便利通关、6天365天一站式交易服务平台等加强与有关部门对接。(胡清清)

东营5月将办石油化工贸易展

本报讯(记者 谢雷鸣)记者从近日在京举办的2018中国(东营)国际石油化工贸易展览会新闻发布会上了解到,山东省东营市将于5月29日至31日在黄河国际会展中心举办2018中国(东营)国际石油化工贸易展览会,会议同期还将举办全球石油贸易峰会、全国化工高峰论坛、全国化工科普展及摄影展等一系列活动。

中国(东营)国际石油化工贸易展由中国国际商会主办,中国贸促会、中国石油和化学工业联合会支持,山东省贸促会、东营市政府等共同承办。据介绍,计划参加本届展会的央企及国内外知名企业约200家,目前已确定组团参会的国内外高层贵宾和专业买家约1500人,到会参观采购的专业观众预计突破2万人。

本届展会期间,还将举办2018全球石油贸易峰会策划了原油市场分析、油气体制改革、炼化企业终端运营态势论坛等

会议活动,将邀请国外20余家世界500强企业参展,国内外约1000名贸易商参会。

东营因油而建、因油而兴,经过多年积累,已成为全国石化产业最为集中的区域之一。东营市副市长冯艺东表示,举办相关展览会对于助推东营石化产业发展具有特殊的重大意义,是提升东营对外开放水平、扩大对外影响力的重要途径,是搭建东营石化产业广阔发展平台的重要举措以及加快产业结构优化升级、推动新旧动能转换的重要手段。

据介绍,东营目前共有规模以上石化企业129家,一次原油加工能力6900万吨,占全国的近十分之一。东营港经济开发区投产和在建项目90余个,总投资超过1200亿元。预计到2025年,东营市将形成以化工新材料和精细化工为特色的高端化、清洁化产业体系,建成化工及新材料基地。