

厦门工博会：凸显工业发展决心

■ 吴广宁

日前,为期四天的厦门产业首展——2020 厦门工业博览会暨第二十四届海峡两岸机械电子商品交易会(以下简称厦门工博会)在厦门国际会展中心落幕,众多参展商满载而归:伯朗特获得意向金额1000 万元,钜钢精机、洺泽、厦工、沙迪克、大族激光、日本津上(欣圣宇)等参展企业获得意向合同订单近500 万元;宏石、台信等企业更拔得头筹,现场成交合同金额达300 多万元,意向金额达600 万元……

本届厦门工博会为贯彻落实“六稳”“六保”,推动商贸企业的复工复产、复商复市搭建桥梁和通道,也为两岸制造业发展、重振市场信心注入了强劲动力。

线下展会再现生机

本届厦门工博会以“后疫情、

智能制造”为主题,主论坛“2020 海峡两岸经贸论坛”围绕工业人工智能、工业互联网、云技术展开主题演讲,微软、IBM、华为、阿里等龙头企业代表在会上进行技术分享,邀请两岸相关产业学术专家以及政府机构、优秀企业、行业协会代表共300 余位参加会议共同探讨行业发展。

据厦门工博会组委会介绍,大量专业客商克服疫情困扰,纷纷进入大会展馆参观洽谈,寻求合作商机。据不完全统计,本届厦门工博会现场成交及意向订单金额约1.61 亿元。展会期间购销两旺,超过八成的参展企业拿到了合同订单或意向订单,个别展商表示展会实效超预期,种种现象凸显了疫后工业产业发展的信心与决心。

此次厦门工博会应产业发展

趋势,重点设置了智能制造展、工模具及功能部件展、橡塑工业展、机床及激光设备展、台湾展区、印刷包装暨广告设备展、环保暨流体机械展、轨道交通暨智慧物流展、中国国际水展等九大专业展区,展现了海峡两岸最具代表性的智造精品。同时,厦门工博会众多“铁杆粉丝”克服疫情影响踊跃参展,抱团取暖寻觅商机。宏山激光、大族激光、日本沙迪克、台湾东刚、台湾洺泽等展商今年继续大规模参展,充分体现了厦门工博会作为“海峡两岸机电第一展”的品牌魅力、参展效益和行业引导力,产业带动效应凸显。

厦门会展协会会长郑智认为,举办云(线)上展会是对会展服务模式的一种创新,线下展会却能为城市带来大量的人流、物流、信息流、

资金流、智慧流,对交通、住宿、餐饮、旅游、购物、就业均有巨大的拉动作用,线下展会目前还是主流,对经济拉动作用更大。

精心防疫护航展会

本届厦门工博会取得了积极成效,展览规模6 万平方米,吸引了600 多家机电企业参展,约23175 名专业客商参会,共觅商机。

2020 厦门工博会是疫情后在厦门举办的首个产业展,对于重启厦门产业会展市场意义重大。如此大面积、大流量的线下展会,该如何安全有序开展呢? 厦门工博会组委会表示,严格按照公安和卫健部门要求,制定《2020 厦门工业博览会疫情防控保障方案》,建立了疫情联防联控机制和全馆网格化管控机制,优化展会管理和服务,全力做好

展会防控统筹,全面承担办展主体责任,保障展会安全顺利举办。

作为厦门工博会运营方,国贸会展集团相关负责人告诉记者,为确保展会顺利举办,一是完善展客商报到、现场管理、防疫消杀、突发应急等相关工作流程;二是对进场人员进行多次筛查、严格管理。三是做好参展商配合疫情防控的宣传指导工作;四是从环境防控、人员管理、巡查管理、餐饮管理、垃圾处置、应急处置等几个方面为展会提供安全保障。

据了解,厦门是国内最早重视会展业对经济的带动作用,并着力推动会展业发展的城市之一。历经30 多年培育,厦门会展业不断做大做强,产业带动与招商引资作用日益凸显,“旅游会展”已成为厦门千亿产业链之一。

第31届香港书展及3个同期活动延期举办

本报讯 近日,鉴于新冠肺炎疫情原因,2020 香港书展主办方香港贸易发展局经与香港特区政府研究决定,将原定于7 月15 日至21 日举办的香港书展延期举办。

据介绍,香港书展延期后,持有书展门票的观众可申请退票。同期延期举办的还有香港运动消闲博览、“教育及职业博览”及创业日活动。其中,16 日至17 日举办的网上直播研讨会如期进行。延期举办的展会将在确定时间后公布。(毛雯)

2020中国国际通用航空博览会取消

本报讯 日前,中国国际通用航空博览会筹委会在其官方微博发布公告称,受新冠肺炎疫情疫情影响,为确保广大观众、参展商及合作伙伴安全,经慎重评估和各主办方同意,2020 中国国际通用航空博览会决定取消。

中国国际通用航空博览会是商务部为进一步推动我国通用航空产业发展、深化对外交流合作搭建的重要平台,已举办了4 届。(李春炜)

浙江智慧交通产业博览会将于12月举办

本报讯 在7 月14 日举办的第三届浙江国际智慧交通产业博览会筹备工作会透露,第三届浙江国际智慧交通产业博览会将于12 月4 日至6 日在杭州国际博览中心举办,以“交通强国新征程产业发展新动能”为主题,展会规模约3 万平方米。

浙江省交通运输厅相关负责人透露,本届博览会将重点围绕“精、实、云、稳”四个字,打造突出精准、注重实效、云上线下、安全平稳的博览会。相比前两届博览会,第三届博览会将首次上线云上展会,在做精做实线下博览会的同时,与阿里合作共建“云上博览会”系统,通过打造展馆子系统和论坛子系统,实现“云上展、云上班、云上播、云上洽、云发布”等五个模块功能,促进线下与线上有机融合。(余勇虎)

第五届中国商用车及零部件展推迟至明年

本报讯 中国汽车工业协会日前发布通知称,根据抗击新冠肺炎疫情总体部署,全面恢复经济建设,做好“六稳”“六保”工作的目标要求,经请示政府有关部门,与“八部委甲醇汽车推广应用专家指导委员会”协商,同“国际甲醇汽车及甲醇燃料应用大会”组委会中外主办单位沟通,并协调展会和国际大会专业服务公司,对“第五届中国国际商用车及零部件展览会”和“第五届甲醇汽车及甲醇燃料应用展”以及“国际甲醇汽车及甲醇燃料应用大会”推迟至2021 年举行达成共识。通知表示展会和国际大会拟在贵州贵阳举办,具体举办时间及地点另行通知。(赵泽)

“创客中国”纺织服装中小企业双创大赛下月举行

本报讯 “创客中国”纺织服装中小企业创新创业大赛现场决赛及颁奖仪式将于8 月下旬在辽宁鞍山举办。作为工信部重要专题赛之一,本次大赛累计收到双创项目411 项。经专家评审初步筛选,225 项高质量项目进入评审阶段。征集项目和作品体现出纺织行业企业创新创业热情不减、积极迎接逆境挑战的信心和决心。

大赛相关负责人表示,大赛的举办很有必要。“双创”大赛通过比赛、项目对接等方式,激发行业及社会创新潜力,集聚创业资源,营造创新创业氛围,共同打造为中小企业和创客提供交流展示、产融对接、项目孵化的平台,发掘和培育一批优秀项目和优秀创客团队,充实、落地产业集群园区创新力量,形成行业创新“雁阵”,催生适应时代需要的新产品、新技术、新模式和新业态,这不仅是全行业积极推动“六稳”“六保”落地见效,更是促进行业跨界融通创新和推动产业高质量发展的重要举措。(张莉)

第十届贵阳车展带动周边产业复苏

■ 南昌斌

日前,2020 第十届贵阳国际汽车展览会暨新能源·智能汽车展(以下简称贵阳车展)落幕。作为贵州省内疫情后首个恢复举办的大型展会,本次展会在全面展示最新汽车科技产品、引领汽车文化发展、助推汽车消费升级、提振行业信心、带动周边产业复苏等方面都起到了重要效用。

作为贵州省目前唯一获得举办许可的大型室内展会,举办期间市民观展、购车热情高涨,车展组委会采取一系列防控措施保驾护航。在场馆入口处设置了多个蛇形通道,有效分离疏导人群。观众进入会场须戴口罩、扫描健康码、出示身份证实名认证、配合红外体温检测、消毒等。

除此之外,现场加强了应急管理,在多个点设置了隔离点等应急医疗服务,并配备了口罩供未携带口罩者免费使用,每日定点对展馆内外进行全面消杀,开设1 号馆作为用餐区。全方位、精细化的防控措施,有利保障了展会的有序开展,让市民观展、购车更加安全。

在贵阳车展上,观众能够轻松看完80 多个品牌的近千款车型,包括超豪华、进口、合资、自主在内的全球主流品牌。数十款最新发布的车型纷纷亮相,如一汽红旗H9、全新路虎卫士、新款奥迪A4L、全新奔驰腾势、全新宝马Z4、全新宝马8 系、全新广汽本田飞度、全新福特探险者、比亚迪汉等,新车集中发布,令人目不暇接。

各项政府消费补贴、厂家优惠政策补贴、经销商让利、金融保险护航等多重优惠政策加持本届贵州车展,进一步提振了观众消费的信心,各品牌在销量达成方面大多取得良好的成绩。

除了传统整车、新能源汽车,本届贵州车展还引入了改装车、老爷车、摩托车等展品元素。此外,宝马、哈雷戴维森作为摩托车的代表,适合越野、巡航、旅行、街道的车型应有尽有,带观众探寻世界的乐趣,释放内心的激情。多种元素的展品与整车品牌交相呼应,让观众在体验最新科技的同时,领略汽车文化的精髓。

“穿越空间,玩转车展”是本届贵阳车展在疫情防控期间推出的一项便捷观展体验主题活动。在展会上,为大家直播车展盛况的网红主播随处可见。大家通过线上直播互动防控措施、入场流程、注意事项、品牌规模、车型优惠等一手信息。

在科技讯息发达的今天,VR 云上观展成为贵阳车展的必备套餐,展期组委会联合云视界VR 直播、COSTPHOTO 图片直播,将车展现场的精彩瞬间记录到云端,观众即使在家也可感受到现场的氛围。



苏州展会助力重点产业重振

■ 尤薇

作为我国长三角地区的重要城市,苏州市最近安全有序推进会展业复展复业,助力重点产业重振,消费市场加速复苏。苏州相继举办机床、家博、汽车交易3 个展会,通过展会拉动餐饮、旅游、交通运输和购物等相关服务业提升。

苏州机床展、华夏家博会、2020 中国苏州国际汽车交易会暨新能源及智能汽车交易会相继举办。据苏州市会展行业协会有关人士介绍,苏州市做好常态化疫情防控工作,安全有序推进展览活动复展复业,展览主办方和场馆制定展览活动期间具有针对性、可操作性的疫情防控工作预案,采取包括健康必查、信息必录、体温必测、口罩必戴、消毒必

做等7 项严防措施,确保展会防疫工作落细落实落地。

展会带动上下游产业发展,消费拉升效应明显,助力苏州经济复苏。苏州机床展是苏州市重要的市场化专业展之一,此次展会重点展示新一代CNC 加工中心、高性能激光切割机、高速高精钻攻中心、新款自动化机械手等先进制造业设备4370 台。来自全国各地的采购商云集现场,总成交额超过5.25 亿元,同比增长19%。通过展览打通上下游产业供应链,苏州市3C 电子、汽车制造与石油化工等机床制造下游企业得到急需装备供应,满足制造企业扩大生产的迫切需求。

汽车交易会为市民提供了车市盛宴,展会面积达到5 万平方

米,吸引展商100 余家,现场集结展车1000 余台。为期5 天的展会中,品牌演绎活动达到100 余场,新车上市发布会10 余场。观众购车热情高涨,共计销售15863 台车。据初步统计,总成交额约23.7 亿元,同比增长19.6%。其中,超豪华品牌成交量远超销售目标。

会展业作为经济复苏的晴雨表,拉动相关服务业消费效果明显。据统计,3 次展会期间,展馆周边8000 余间客房入住客人,其中三星级酒店占比37%,四星级酒店占比40%,五星级酒店占比23%。通过展会,苏州市餐饮、旅游、交通和购物业得到一定增长,为苏州市重振重点产业、消费市场奠定了良好的基础。

成都国际车展档期前移 车企欲高调现身

■ 本报记者 兰馨

7 月24 日至8 月2 日,第二十三届成都国际汽车展览会(以下简称成都国际车展)将在中国西部国际博览城举办。这是新冠肺炎疫情后,国内“四大车展”今年首个举办的国际车展。据悉,本次成都国际车展将汇聚120 多个国内外知名汽车品牌,参展车辆超1500 辆,展出规模达16 万平方米。据悉,今年4 月,成都国际车展组委会经研究决定,将往居于“金九”举办的车展提前至7 月暑期黄金档,为各汽车品牌应对疫情冲击搭建“战略前移”平台。

成都国际车展主办方相关负责人表示,随着政府相关部门陆续放宽限制与刺激消费,汽车行业正迎来强势复苏。德系、美系、法系、日系、韩系以及合资、自主等众多汽车品牌将携多款全球或国内首发车型参展。

多个品牌增加参展面积

据介绍,本届成都国际车展期间,各大汽车品牌纷纷增加参展面积,希望借此唤醒国内车市沉寂半年的信心,如宝马、奥迪、奔驰、捷豹路虎、沃尔沃、一汽大众、领克、日产、吉利、五菱、比亚迪等品牌,除增

加参展面积外,还增加了本届车展的投入,并将展示多款车型。其中,长城汽车将在展会现场全球首发旗下品牌WEY 首款重磅越野车型、第三代哈弗H6、哈弗全新品类SUV“哈弗大狗”,比亚迪将全球首发宋plus 和全球预售2021 款唐,五菱新车Victory、罗伦士LS560MX 将进行全国首发,雪铁龙首款新能源车天逸C5 aircross、全新路虎卫士、东风悦达起亚新车型凯酷、全新林肯飞行家、领克06、捷途95 Pro 特别版、全新一代瑞虎SX 等也将在本届车展上开启全国预售。

据乘用车市场信息联席会最新数据显示,5 月豪华车零售同比增长28%。本次成都国际车展上,玛莎拉蒂、保时捷、兰博基尼、阿斯顿·马丁、宾利、劳斯莱斯和豪华座驾宝马、梅赛德斯-奔驰、奥迪、雷克萨斯、沃尔沃、凯迪拉克等将继续“大手笔”参展。其中,宝马再次以3210 平方米的展位位列本届车展展位榜首,奥迪首次以3000 平方米的超大展位参展,梅赛德斯-奔驰则将携包括全国首发上市的CLA/CLA 改装版、全新GLA 等7 款全新能源车型在近3000 平方米展区,三大德

系品牌将在成都国际车展展开一场市场争夺战。值得一提的是,玛莎拉蒂百年来首款混动跑车Ghibli、兰博基尼Urus High Gloss Line 车型、宾利添越将首次与公众见面。

此外,西部市场吸引了特斯拉、Polestar(极星)、蔚来、小鹏、威马、爱驰、赛力斯等“造车新势力”和传统车企的新能源品牌,将带来多款全球首发的全新智能车型。其中,Polestar(极星)将首次参展,其首款量产车型纯电动轿跑Polestar 2 和高性能电驱混合动力GT 轿跑Polestar 1 将与观众见面。爱驰将全球首秀其U6 ion,长城旗下新能源品牌欧拉也将全球首发其新车“欧拉白猫”,广汽新能源将举行西南地区首批埃安V 车主交车仪式,紧凑型运动型概念车Enverge 也将西南首度亮相。

据中国汽车工业协会数据显示,5 月份乘用车销售量同比增长7%,4 月份为下降2.6%。可见疫情过后,居民对于购车和换车的需求依旧居高不下并持续释放。

线上线下实现互动

据了解,为了让观众感受“智慧车

展”,本届成都国际车展首次搭建“线上展会”平台,让观众体验“云端”逛展。通过线上内容集中展示,智能算法将观众与汽车购买需求、爱好等进行精准匹配,帮助观众优选心仪的品牌及车型,实现线上线下消费场景互联互动。观众还可通过线上平台充分了解参展的品牌、产品和展会服务。

此外,成都国际车展首次与抖音官方合作,推出“抖音嗨车节——我心目中的车展”线上话题活动,促成参展商、媒体及观众三方互动。为满足观众需求,本届成都国际车展打破传统车展夜间不逛展的局限,组委会在活动指定日期当天闭馆后黄金时间段(19:00—21:00)进行线上“车展奇妙夜”直播活动。针对馆内主打车型、概念车、上市新车等重点内容线上传播,邀请数十位KOL 网红、知名主播到场,通过抖音、直播、易车网、懂车帝、口碑等直播平台带货。展馆WiFi 全覆盖,拍直播、刷抖音,满足人们线上体验。同时,交通指南、场馆导航、电子会刊、活动日程等多项线上服务功能,为观众和展商提供更加人性化及舒适便捷的参会体验。