

创新会展·项目篇

CIMT助力机床行业“数智”升级

■ 本报记者 兰馨

4月10日至15日,第十八届中国国际机床展览会(CIMT 2023,以下简称国际机床展)将在北京中国国际展览中心(顺义馆)举办。该展会与汉诺威金属加工世界(EMO)、美国芝加哥国际制造技术展览会(IMTS)、日本国际机床展览会(JIMTOF)并列全球四大机床展。

CIMT 2023将是今年全球范围内举办的首个国际机床展,主题为“融合创新 数智未来”,启用北京中国国际展览中心(顺义馆)全部8个室内展馆以及4个临时展馆,规模达14万平方米。

本届国际机床展由中国机床

工具工业协会主办,并与中国国际展览中心集团有限公司共同承办。

“全球范围内的知名机床工具企业将携最新技术和产品参展。”中国机床工具工业协会副会长王黎明表示,本届国际机床展的国际参展面积占比达50%,另50%为国内参展企业的总面积。

国际机床展组委会公布的数据显示,本届国际机床展将有来自28个国家和地区的约1600家机床工具行业企业参展,美国、日本、韩国、德国、瑞士、西班牙、意大利、英国、法国、捷克、印度等13个国家和地区的机床协会和贸促机构组团参展。

据了解,本届国际机床展将继续沿用国家展团与展品分类相结合、境内外展区交叉分布的方式。同时,设立成形和激光加工机床、工业机器人与自动化等专业展区,以及数控装备工业互联网通讯协议(NC-Link)应用成果展区、数控机床专项成果展区、院校之窗展区。

本届展会继续开通线上2023中国国际机床展览会(CIMT)。线上与线下实体展会形成有效互动,为线下实体展会作展前预热、展中互动、展后洽谈沟通。

据介绍,本届国际机床展开幕前一天,2023机床制造业CEO国际论坛将在北京临空皇冠假日酒

店举办。论坛主题为“融合创新 数智未来”。届时,全球机床业界和用户领域的企业家、专家学者将从不同层面阐述在融合创新、推动产业进步及数字化、智能化转型方面的实践。

据悉,机床制造业CEO国际论坛创办于2014年,是为全球业界CEO量身定制的重要交流互动平台,在全球业界拥有较大品牌影响力。

据记者了解,将于本届国际机床展期间举办的国际化经营座谈会的议题为“全球产业链、供应链的变化对企业国际化经营的影响”,探讨金属加工机床国际贸易

数据体现出的产业链变化趋势、企业如何在国际化经营中规避贸易摩擦风险、在RCEP框架下拓展海外市场的机遇等话题。此外,NC-Link社区生态大会将发布NC-Link社区和围绕NC-Link标准协议的“NC-Driver”互联互通软硬件产品体系,探讨NC-Link产品体系运作机制、NC-Link协议合作推广模式等内容。

此外,境外机床协会领导人联席会(Networking Party)作为机床行业的国际会议,将研判未来世界机床行业的发展走势,特别是后疫情时代如何加强沟通与合作,助推全球机床行业的创新与发展。

福建晋江发力五大国际展会赛事

■ 宗赫

福建晋江日前在北京举办的2023年重点经贸活动推介会透露,三大国际行业展会和两大体育赛事将横跨全年,轮番登场,推动晋江经济持续稳健增长。

据晋江市市长王明元介绍,4月起,晋江将陆续举办第二十四届中国(晋江)国际鞋业暨第七届国际体育产业博览会、第五届中国(晋江)国际家装建材博览会、第七届海峡两岸食品交易会暨第十届闽台(泉州)食品交易会、第二届国际大体联足球世界杯、2023年晋江国际马拉松等活动,助力晋江发挥实体产业优势,壮大展会经济和赛事经济,推动晋江经济创新发展。

据了解,鞋服产业作为晋江的支柱产业,2022年产值达到3073亿元,占晋江全市工业体量的41.6%。今年的鞋博会展览面积达6万平方米,设置2400个国际标准展位,规划鞋类成品/体育用品、鞋纺材料、机械设备三大主休展区,同时设立文旅旅城市形象馆、“一带一路”国际馆等10多个特色主题馆。

王明元称,本次展会已经吸引近80个国家和地区的展商。展会还将设置跨境电商专区,发起成立“中国智鞋产业跨境联盟”,助推中国鞋企跨境出海。

除了三大国际行业展会助力晋江本土企业开拓海外市场,晋江今年将重启国际大体联世界杯和马拉松等赛事,邀请全球体育爱好者相聚晋江。晋江市副市长丁鸿雨表示,目前各项赛事筹备工作在有条不紊地进行,晋江希望继续通过“体育城市”这张名片推动体育产业转型升级,加快创新型品质城市建设,进一步提升晋江的国际知名度。



2023国际产业合作大会(新加坡)暨中国机电产品品牌展览会日前在新加坡滨海湾金沙会议展览中心开幕。大会以“绿色发展、数字驱动、陆海通道、多元金融、智能制造”为主题,通过论坛研讨、展览展示、招商推介等形式,深化中新两国RCEP区域及“一带一路”沿线国家的产业链供应链合作发展。(竞佳)

两大国际航空展相继在新加坡复展

■ 伊宇

记者日前从新加坡旅游局获悉,2023亚洲航空节(Aviation Festival Asia)以及2023年新加坡机场设施展览会(Inter Airport Southeast Asia)相继在新加坡举办。

为期两天的亚洲航空节近日在新加坡新达城举办,展商有150余家。来自2000余家航空公司、机场及航空技术公司的2500名与会者参加活动。

在停办四年后,第七届新加坡机场设施展览会日前在新加坡滨海湾金沙会展中

心举办。展会期间举办了以“为亚洲长期增长做准备”为主题的会议,来自29个国家和地区的150余家展商参会。会议期间,中国北京大兴国际机场举行推介会,介绍世界上最大的机场项目——北京大兴国际机场。

业界人士表示,新加坡地处东西方交汇点,在7小时飞行半径内可触及近40亿人口,得天独厚的地理位置使新加坡在促进东盟航空市场的发展、加强东南亚与其他地区

的空中互联互通等方面发挥着重要作用。

新加坡旅游局方面表示,国际会议和展会的复展,表明主办方对新加坡会奖行业的信心,显示出新加坡仍然保持整体效率和举办高质量展会的能力。

接下来,还有数十场重要国际会议及展会活动在新加坡举办,包括2023中国机电产品(新加坡)品牌展览会、2023年新加坡亚洲国际食品与酒店展、新加坡亚太免税展览会等。

提升会展功能 促进产业链供应链创新发展

■ 梁洁



作者简介
南京市贸促会会长、南京市国际商会会长
中国会展经济研究会副会长

近年来,我国会展业呈现蓬勃发展态势。会展不仅为城市带来“流量”,增强城市竞争力,也通过新技术、新产品和新理念的交流,加速产业优势要素集聚,引领区域产业发展,并催生新兴产业业态。立足当下,如何提升疫后会展对经济复苏和产业升级发展的支撑和促进作用,将是各地需要思考的问题。笔者认为,关键点在于提升会展产业功能,做强产业会展。

增进会展对经济发展的基础性作用

会展是链接生产与消费、供给与需求的重要桥梁,具有聚合经

济、流量经济、平台经济等功能。同时,会展的产业功能在于依托产业、融入产业、服务产业,有效沟通产业链上下游,通过对物流、信息流、资金流、商贸流的优化组合,加快生产要素流动,集聚产业资源,带动新技术推广和生产效率提升。

增进会展对经济发展的基础作用。通过会展活动的举办,让城市成为一个“流量”中枢。当前处于疫后经济复苏阶段,“流量”的汇聚将直接带动交通、餐饮、住宿、购物、旅游为一体的服务业消费,有助于恢复“烟火气”,激发城市活力。在此基础上,要将“流量”转化为“留量”,扩大会展的溢出效应,做好三点:首先,增强会展与产业发展的融合度。发挥会展业位于服务业产业链前端的特征,构建基于产业链、供应链各环节的“展品链”,以此整合产业资源,为产业发展提供更精准信息传递、市场扩大、产品升级服务,提升产业链、供应链正常运转效率;其次,提升会展的专业性,在策划主题论坛、产业对接会等活动,邀请不同行业领军企业、行业领袖和专家,让展会和产业交流合作更具专业性和引领性;最后,要使会展价值作用在产业掌控力形成和展业中心转移。结合产业发展方向与需求,邀请参展企业实地考察、现场推介项目。同时,要尝试探索形成一个常态化会展功能”,如将消博会打造成为全球消费精品常年展示订

货窗口和时尚新品发布平台。

增强会展与城市发展的融合度。会展不仅是服务于行业的产业,也是服务于城市发展的产业。品牌会展活动是提升城市的知名度与美誉度最直接的方式。城市知名度和美誉度的提高反过来又会吸引投资。因此,我们不能只关注会展为城市带来的直接经济收益,还应侧重考量城市的定位,将会展与文化、商业、餐饮、旅游、娱乐等产业结合起来,与城市公共服务、基础设施建设相结合,构建一个完善的会展生态体系。如此一来,就能让“流量”汇聚,并让资源要素留下来。

增进会展对提升经济能级作用

一个城市经济发展能级提升的关键,在于把握重大发展战略,在功能建设、产业发展层面进行前瞻性布局。在我国加快构建“双循环”新发展格局的时代背景下,深度嵌入全球产业链与供应链体系,同时全面释放内需潜力,将成为城市发展能级提升的主攻方向。

如何通过会展平台助力“双循环”建设,更好地利用两个市场、两种资源,深度嵌入全球产业链与供应链体系,畅通国民经济循环。在此背景下,会展业的发展需要着眼以下两个方面。

一方面,强化国际经贸合作

功能。我们看到,近年来,服务贸易扛起了我国对外贸易的大旗,日益成为构建新发展格局、培育国际合作与竞争新优势的重要力量。同时,为进一步加速服务贸易的发展,我国正全面推进服务贸易便利化、服务贸易项下人员自由流动以及服务业开放等方面的政策和制度。未来,我们要创办区域性综合型服务贸易会展活动,推动会展建立适应服务贸易发展特点和需求的办会体制机制,针对服务贸易的不同领域和细分市场,突出新内容、新产品和新商业模式推广和应用,推动形成更多务实合作成果和服务业项目落地,进而助推服务贸易发展。

另一方面,考虑到RCEP已经落地生效,同时我国正全力争取加入CPTPP、DEPA等高级别国际经贸协议,我们需要把握机遇,利用会展带动国际经贸合作空间的拓展。如在RCEP原产地累积规则影响下,大量成员国企业正动态调整产业链和供应链,期望通过我国的会展进一步了解中国市场,寻找自身发展空间。因此,会展要聚焦与RCEP成员国的合作,将会展信息传递到更多的国际企业和观众,深化与RCEP成员国产业链供应链合作,吸引资本、技术、人才集聚,为外资企业进入中国市场提供展示交易平台、为国内企业“走出去”发展创造机会。

提升对扩大内需的支撑作

用。会展本身就具备链接产业链、供应链的功能,有助于内循环的畅通。会展也具有显著的溢出带动作用,一个完善的会展生态对于一个城市汇聚“流量”具有显著的带动作用。着眼于提升会展业对扩大内需的支撑作用,我们需要将关注点放在消费者身上。如何通过会展活动的组织,将产品、服务、技术信息传递给消费者将是关键。在此背景下,需要创办区域性综合型消费类会展活动,根据当下与未来的消费热点、消费趋势,提供最新、最前沿的产品、技术和服务;考虑展期、地点、参展商和参展观众等因素,在主题挖掘、参展商选择、布展设计、多元活动上精心策划,将参展商和消费者串联起来。与此同时,考虑到当下消费者愈发注重个性化、多元化的体验,消费类展会应通过互动场景、互动游戏、互动装置设备的设计,以及引入更多可参与、更具传播性及话题性的活动等方式,使之成为迎合新消费需求且具有互动化体验的社交场景。

增进会展对引领经济发展的作用

会展业具有先导性产业特质,具体表现在新理念、新技术、新工艺交流与传播;市场供给需求信息沟通,生产引导、消费引导功能;新产品新技术展示,促进产品升级、演化商业模式,催生新兴业态等方面。

一个完善的产业会展,不在于“大而全”,而是要充分把握产业发展趋势,设置明确的主题或定位,让会展成为产业发展的晴雨表、风向标。同时,结合数字经济、绿色健康,思考会展业在其中应该发挥的作用。

数字经济随着数字技术的进步而蓬勃发展,人工智能、虚拟现实、增强现实、元宇宙等新技术介入生产、传播、消费各环节。有鉴于此,我们需要打造一个吸引消费科技领域全球知名企业、面向所有科技领域创业者和成长型企业的会展,展现最前沿的科技产品以及前沿科技的各种应用场景,为产业链高质量发展搭建交流平台,推动产业集聚。同时,需要思考如何让会展成为数字经济发展的“试验场”。一个会展数字化的解决方案要做到两方面:一方面,加快展览设施、展陈方式的数字化,引入更多新技术和新媒体;另一方面,提升运营、管理和服务数字化,利用云技术实现线上会展与实体会展信息共享和互通,实时跟踪会展各方动态数据,将系统数据、公共数据、目标数据与经济数据进行集成,利用大数据分析让会展产生更大价值。

(文章仅为作者观点,并不代表本报立场。本栏目署名文章涉及版权,转载请开通白名单。)