

创新会展·项目篇

全球 50 强 35 家参展

长沙工程机械展：融入全球产业链供应链重构

■ 本报记者 兰馨

5月12日至15日，在长沙国际会展中心和长沙国际会议中心，一支直播主播组成的队伍穿梭在由工程机械组成的“钢铁丛林”中，将焦点对准了第三届长沙国际工程机械展览会（以下简称长沙工程机械展）的展品：高端化、智能化、绿色化的新一代工程机械。

作为亚洲年度规模最大的工程机械行业展会，本届长沙工程机械展吸引了全球工程机械50强中的35家参加。其中，全球排名第7位的沃尔沃、第14位的斗山山猫、第37位的安迈、第43位的古河和第49位的北方股份5家企业为首次参展。他们与多次参展的卡特彼勒、三一重工、中联重科、日立建机、特雷克斯、柳工等，在竞技高端智能机械的同时，也映射出湖南工程机械产业创新发展的影响力。

切入新赛道

“从本届长沙工程机械展的规模，可以看出湖南工程机械产业的发展规模。”中国会展经济研究会首席研究员、对外经济贸易大学教授、博导储祥银表示，长沙工程机械展作为产业展会，在举办三届即跻身

与德国Bauma展(慕尼黑国际工程机械、建材机械、矿山机械、工程车辆及设备博览会)、Bauma CHINA上海国际工程机械、建材机械、矿山机械、工程车辆及设备博览会全球三大展之列，这一事实正成为地方政府发展产业会展最有力的佐证。

“本届长沙工程机械展致力于搭建面向全球的创新引领、开放融通交流平台。”长沙市会展办二级巡视员陈树中介绍，本届展览面积30万平方米，设立13个室内馆(包括长沙国际会议中心)，7个室外展区，23个主题专区，全球近1500家企业参展，展品超过2万件。

对于湖南工程机械企业来说，长沙工程机械展是他们在国际化道路上的一个重要“主场活动”。

从全球工程机械产业发展历程来看，创新是穿越周期的主要动力。纵观本届长沙工程机械展主题的背后，是湖南工程机械行业围绕“高端化、智能化、绿色化”的全方位创新。近年来，湖南正着力打造内陆地区开放高地，发力建设世界级工程机械产业集群，希望以展会促产业，让湖南机械工程的“老底子”焕发新活力。

与此同时，长沙工程机械展也成为工程机械企业应对国内市场周期，加大国际化产品开发、全球供应链布局和销售服务体系建设，促进企业国际化的战略选择。

开拓新市场

“湖南在我国装备制造领域占据重要地位，发展前景广阔。”工业和信息化部总经济师高东升在出席开幕式时表示，当前，新一轮科技革命和产业变革深入发展，我国正加快建设以实体经济为支撑的现代化产业体系，这为工程机械行业发展带来重要机遇。

在近日召开的二十届中央财经委员会第一次会议提出，加快建设以实体经济为支撑的现代化产业体系，并要求坚持开放合作，不能闭门造车。

业内人士表示，与传统产业体系相比，现代化产业体系的一大进步就在于开放性，主要表现为更加深度融入全球产业链供应链，高水平参与国际循环，在全球化分工中做到最优布局，提升国际话语权，从而在系统竞争中发挥最大优势。可以说，现代化产业体系更加开放，更具活力。

经过多年发展，我国基本构建起了规模大、体系全、竞争力较强的产业体系，覆盖联合国产业分类中全部工业门类，已成为全球产业链供应链的重要组成部分。

阿塞拜疆驻华大使杰纳利·阿克拉姆表示，长沙被誉为“中国工程机械之都”，国际工程机械展为我们与参展企业搭建了直接联系、了解行业最新动态的重要平台。作为“一带一路”沿线的重要国家，阿塞拜疆愿与中国企业在基础设施、物流、能源、旅游、农业以及信息和通信技术等方面，不断深化交流合作。

焕发新活力

据记者从长沙工程机械展组委会了解到，本次展会全球首款新品超过30个，新技术、新产品发布超过1200项。作为工程机械的湘军代表，三一重工参展面积超过1万多平方米，其展出的电动化、数智化和国际化的全新产品系列，成为受关注的焦点之一。

“本届展会，中联重科展出的‘智造’产品和先进制造代表企业的强大实力，揽获订单超80亿元。”长沙工程机械展组委会相关人员表

示，由中联重科打造的全球最大吨位全地面起重机高度达175米，成为展会现场最高展品。

“专业买家数量和质量成为长沙工程机械展跻身国际品牌展的有力保障。”中国会展经济研究会常务副会长兼秘书长姜淮表示，本届长沙工程机械展对接“一带一路”建设，主动融入RCEP，同时对接中非、中阿经贸合作，激活全球工程机械市场，加强国际间工程机械贸易。

据悉，本届长沙工程展是工程机械实行“国四”标准后首个国际性大型展会，参展展品均为电动化、节能、减排、减耗。可以说，长沙工程机械展在发挥桥梁和纽带作用的同时，主动做好服务产业的“后半篇文章”，注重释放数字化、新能源、电动化、无人化等行业发展趋势。

据了解，首次参展的工程机械产业链专精特新企业展示的高新技术，涉及智能制造、新能源、智能电动化工程机械等领域。

长沙工程机械展从首届打造长沙样本，到今年第三届跻身全球三大工程机械展，其背后是产业支撑，以及展览项目市场化运营机制。

SmartHK 香港论坛将重临广州

■ 本报记者 兰馨

记者日前从香港贸发局获悉，SmartHK“推动高质量发展·香港论坛”将于5月24日作为“粤港合作周”的旗舰活动重临广州。SmartHK是香港贸发局自2011年以来在内地主要城市(包括广州、济南、成都、福州和杭州)举办的年度旗舰活动，以论坛为主导，配合服务展览及商贸配对服务，推介香港优质专业服务及创科平台，促进香港和内地各省市交流及经贸合作。

香港贸发局助理总裁梁国浩表示，作为香港贸发局策动的活动，今年SmartHK将在高质量发展与实践《粤港澳大湾区发展规划纲要》的国家战略背景下，探讨香港国际化网络及创新专业服务，以及如何推进大湾区的发展和融合。

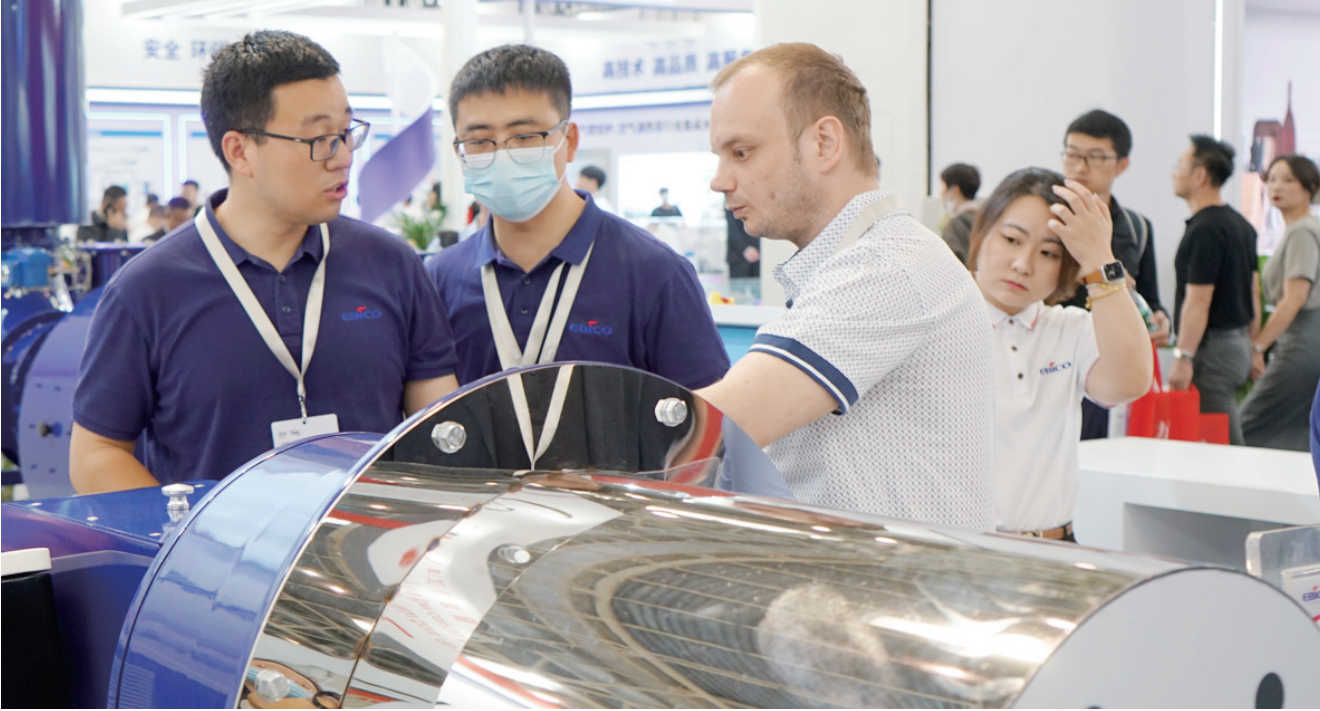
广东省商务厅一级巡视员陈越华表示，2023年，广东省商务厅将继续推进粤贸全球计划，预计在香港举办23场线下展会，持续深耕香港市场，与香港贸发局合办SmartHK“推动高质量发展·香港论坛”，携手推动粤港澳大湾区融合发展。

此次香港论坛特别推出全新“大湾区青年企业家峰会”环节，邀请湾区的科研创业者、新生代企业家及创投基金聚首一堂，共同讨论大湾区的创业机遇和挑战。与此同时，初创企业代表将参与展览，展示香港创科实力。

据悉，这是时隔三年，香港贸发局联手广东省商务厅合办的SmartHK“推动高质量发展·香港论坛”，香港特别行政区行政长官李家超将出席活动开幕式。

据介绍，本届香港论坛期间举办的展览，将设立五大展区，包括专业服务、科技创新、产学研、创意设计以及产业支持。近70家香港企业将展示专业服务及解决方案，助力湾区企业解决经营痛点及拓展业务。为协助湾区企业了解香港专业服务企业的服务及解决方案，现场特设“一对一”商贸配对会议，为香港参展商及湾区企业营造洽谈合作机会。

此外，香港论坛期间，香港贸发局将首次推出湾区直播室，以短谈形式，现场访问与会讲者、企业高管，多角度了解香港专业服务优势。



中国供热展国际参展商和采购商回归

中国国际供热通风空调、卫浴及舒适家居系统展览会(ISH China & CIHE,以下简称中国供热展)日前在北京中国国际展览中心(顺义馆)闭幕。本届中国供热展以“能源Energy、水Water、舒适Life”为主题，展览规模超过10万平方米，吸引1000余家参展商展示暖通空调、建筑给排水、智慧供热、舒适家居等多领域的前沿技术和产品。

在业界看来，作为亚洲暖通行业年度品牌展，中国供热展汇集了创新、前沿、多元化产品、新技术及解决方案，促进国际间交流与合作。

值得提出的是，本届展会国际参展企业与专业客商数量重回疫情前。其中，作为中国供热展“老朋友”的德国展团，在德

国联邦经济技术部的支持下，阔盛(Aqua-therm)、百乐暖(Barnova)、仪康(Ecom)、赫达(HEDDA)等知名企业汇聚E2馆，展示德国前沿的暖通技术及产品。为广泛汲取海外优质暖通技术解决方案，同时满足加拿大品牌开拓中国市场的需求，展会组委会联手加拿大驻华大使馆商务专员服务(Trade Commissioner Service, TCS)，推出全新加拿大展团，带来锅炉、热泵、暖通系统、智能楼宇控制等领域专业设备与解决方案。两大特色展团以及位于E1和W2馆的国际展区的设立，进一步促进了国际技术交流与商务往来。

暖通空调行业重要组件之一的水泵也是中国供热展其中一个亮点产品。本

届中国供热展现场的水泵专区，戴博、利欧、舒福安、HOMA等多家全球知名水泵品牌吸引了业界注意力。此外，聚焦“舒适Life”主题，深耕暖通行业19年、拥有各项专利40余项的天津亿诺；散热器产品远销欧洲、北美、中东、俄罗斯等国的九鼎阳光；专注于新风系统设计研发的绿岛风等品牌纷纷携其最新技术与产品成为展会的亮点。

展会同期举办的iHVAC中国国际暖通高峰论坛、2023中国供热展首届设计院总工程师技术交流会等数十场高峰论坛及研讨会，由业内各领域专业人士分享崭新技术与市场资讯，助力业界开拓全新思维。(中展信合 文/图)

会展新说

文旅新时代如何实现高品质消费场景

■ 宋晓东

疫情后的第一个“五一”长假，各地旅游景区人流量爆棚，有新晋的网红烧烤城市淄博，有老牌的红墙城市成都、长沙，也有文旅特色鲜明的城市西安、泉州等，让我们看到了一个欣欣向荣的文旅市场。这个“五一”长假像是打开了文旅新时代的大门，传递出市场复苏的强劲信号，但也暴露了很多问题，体验感不强，满足感较弱，一次性消费过后再产生二次消费的欲望。虽然形成这些问题的因素很多，但也间接传递出了文旅的体验升级与高品质消费依旧任重道远。

着力培育文旅新业态，市场对于文旅新业态的需求与日俱增。文旅融合已提出很长一段时间，但业态融合依旧处于初级阶段，市场上常见的方式都是从产业的角度来考虑怎样将文化作为赋能的要素呈现，其实如果能依托文化实体，通过逆向思维将文化转化成消费的主体也或许能更快的实现文旅融合的速度，并且更高效的增加市场旅游品

类。而不是将文化单一的通过文创周边产品来粗暴融合，而是形成一种文化体验，产生更大的价值。这里指的文化也不是课本上的中华上下五千年，而是每座城市都有自己独特的历史文化底蕴和特色的时代记忆，这些也都应该纳入到文旅业态整合的范畴。像越来越多的城市更新项目、老厂改造、景点提升、小镇活化等项目都成为了文旅业态热门拓展的领域。总的来说，新业态一定要符合当下的潮流，沉浸在文化之中方能感受文化的魅力和影响力。

盘活新老文化消费场景，这里重点的思路可以将国潮作为风向引领，将有能力的景区，通过对文化重新定位包装，形成文化的二次诠释，并通过当下的视角去理解，就会产生一系列蝴蝶效应，这也是文化走向市场以及消费场景的必要性。我们从宏大的旅游城市和网红热点回归到特色的文旅场景，发现体验感强的往往都是不经意

间的惊喜。前段时间开馆的南京一苇渡石窟光影艺术馆，就给众多小而精的文化景区一些启发。位于南京幕燕滨江风貌区达摩古洞景区内的“一苇渡”石窟光影艺术馆，创意性采用光影艺术，使用生态修复载体石窟和百态达摩艺术造像，并依托达摩“一苇渡江”故事背景，通过光影造意，极致传承了写意东方美学。其中运用了大量的市场常见的高科技手段，即使是常见的技术手段，依旧让参观的人们对于文化有了新的感悟，同时还极具观赏性和体验价值。通过现代艺术的手法将文化重新定位，就会产生不一样的文化体验。管中窥豹，对于未来文旅的要求不只是需要我们对个体体验感的突出强化，更需要通过场景给予其普世的人文价值和温度，所以在盘活文化消费场景的同时，城市应当发挥人文特色及合理的创新文化的表现方式，才能让未来的文旅变得更加有活力和具有消费属性。

以内容为王，来实现文旅消费的价值引领。不重视内容的输出一直是这个行业存在的问题之一，如何站在文化的角度将内容输出，是行业真正需要重视和解决的问题。展览展示、文旅夜游等文旅行业下沉市场很多的内容创作几乎属于半赠送范畴，甚至为了拿下项目而无偿服务，这对行业有着致命的打击。因为文化的解读和再创造都离不开充足的时间和文化从业人员的专一付出。同时正因为有大量工作属于脑力 and 体力劳动，无法定义直接的原料成本，导致了这个部分是整个行业中最没有价值感的板块。从笔者长年看展的经历来看，当下很多多媒体、元宇宙、博物馆等展会做内容的厂商很少参与其中，已经基本成为纯硬件厂商的盛会，这样就会发现很多的内容重复使用、低品质，更不用谈原创性了。当然导致这个市场现象的肯定不只是有行业内部竞争的结果，更有市场对于文化板块认知

不深的结果。要解决这个问题既要规范行业内部的标准，更要整个行业共同努力将未来文旅的消费关注点转移到内容上来。只有这样才能真正形成高品质的文旅消费场景，即让观众受益，也让整个文旅市场高品质发展。

如果说淄博背后我们看到的是人性关怀之后的温情，那么对于文旅而言，其背后的城市底蕴和人文关怀就是未来成为长红的关键密码。如果说文化底蕴是城市未来竞争的杀手锏，那么如何将文化转化成高品质消费的代言词，就是这座城市文旅发展的希望所在。

(作者系上海风语筑文化科技股份有限公司副总经理兼总策划师)

宋晓东

(本栏目文章涉及版权,转载请注明出处)

展现世界 展示精彩

CIEC 中国国际贸易中心 集团公司
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CORPORATION

会展传真

中国国际福祉博览会将在首钢会展中心举办

本报讯 在第33次全国助残日来临之际，由中国残疾人联合会主办，中国残疾人辅助器具中心、北京市残疾人联合会承办的2023中国国际福祉博览会暨中国国际康复博览会将于5月21日至23日在北京首钢会展中心举办。届时，将有大批智能化辅助器具新产品、新技术亮相。

据介绍，中国国际福祉博览会自2007年首次举办以来，已连续举办15届，是国内规模最大、影响力最强的面向残疾人、失能老人和其他功能障碍者以及医疗、康复、养老等服务机构展示国内外辅助器具产品、技术的专题博览会。

本届展会总面积为2.5万平方米，设助行移动辅具、假肢及矫形器、康复训练设备、无障碍设施及养老、沟通障碍康复/低视力等5个展区，有来自中国、德国、美国、日本等14个国家和地区的300余家企业参展。展会期间，还将举办残疾人辅助器具创新成果推介等30余场同期活动。(宗和)

南充国际会展中心主体结构完工85%

本报讯 由中交四航局承建的南充国际会展中心PPP项目，34000多平方米地下空间及停车场近日全部建成。目前，近400名工人和数十台大型机械设备，投入到六个区施工建设中，已经完成了主体结构施工的85%，预计5月底屋面钢网架开始进入施工。

据介绍，项目建成后，南充国际会展中心将促进南充市会展商贸、创新研发、国际物流、商业服务等功能业态互动共融。(余中华)

外籍人才参观考察海口会展工场

本报讯 海南自由贸易港第二届职业技能大赛暨第二届全国技能大赛海南省选拔赛日前在海口会展工场举行，海口国际人才之家携30位外籍人才进行现场观摩，让外籍人才感受椰城的创业氛围，激发外籍人才在海口就业、创业的热情。

此次活动的组织方——海口国际人才之家、海口龙华人才之家负责人、辅安人才人力资源(海南)有限公司总经理张英胜表示，希望通过组织此次观摩比赛，帮助海口的外籍人才了解国内职业技能发展方向和水平，感受海口的创业氛围，激发外籍人才在海口的创业热情，帮促外籍人才更好地融入海南自贸港的创业大潮中。(汪训波)

2023年中国品牌日在上海举行

本报讯 2023年中国品牌日活动日前在上海世博展览馆举行。据悉，本次活动包括2023年中国品牌发展国际论坛和中国品牌博览会，2023年中国品牌发展国际论坛包括1场主论坛和12场分论坛。其中，中国品牌博览会同步搭建线上线下展示平台，线下展览面积近6万平方米，设置主题展区、综合展区和专题展区等板块，线上展览以线下实体展览为基础，设置1个云上序厅、38个云上央企展馆、37个云上地方展馆和云上专题展区等。

作为活动东道主的上海，数十家上海品牌集体“亮相”，不仅可以看到光明、百联、豫园等老字号品牌的跨界新品，还有米哈游的原神经典伙伴、B站的数字藏品、小红书的种草笔记。同时，上海时装周、上海国际马拉松、海派建筑可阅读等展节赛事品牌也成为点亮上海展区的重要部分。(宗赫)