

展览经济稳定增长 专业会展持续升级

■ 本报记者 邓淑华报道

“这里见证了我们的发展。去年,我们展示了机器人视觉识别系统等五项技术。今年,我们与天津武清汽车产业园合作成立的北方激光智能装备公共技术服务研发平台得到展示。在这里,我们所做的工装设备技术和产品能够在市场中进行有效对接,和行业其他厂家一起创造效益,真正为工业自动化、智能制造做出贡献。”天津玛斯特特车装备技术有限公司总经理郑松刚表示。

郑松刚所参加的会展是第十四届中国(天津)国际工业博览会。该博览会由中国机械工业联合会、中国国际贸易促进委员会机械行业分会、振威展览集团主办,天津振威展览有限公司承办,设置机床、机器人、自动化、激光钣金、汽车装备及智能制造等专业展区,总面积近9万平方米,来自全球20多个国家和地区的近1000个知名品牌同台亮相,近40个国际采购团,20余个省市自治区及天津市30多个产业园区的300余个采购团到场参观采购,4天内观众数量超过9万人次。

天津工博会是我国会展业的一个缩影。1851年,首次世界博览会在英国伦敦举办,标志着旧贸易集市向标准的国际展览会与博览会过渡。1989年7月,首届北京国际博览会在中国国际展览中心举办,开我国举办综合性、定期性、地

区性、国际性博览会之先河。随着改革开放不断向纵深发展,会展业成为中国企业了解行业发展趋势、展示先进技术和产品、扩大对外交流合作、发掘投资贸易机会的重要渠道,成为展示产品、收集信息、洽谈贸易、交流技术、拓展市场的重要纽带,成为集商品展示交易、经济技术合作、科学文化交流、对外贸易投资合作、国际经济合作于一体的重要路径。

民企参与会展逐年增长

“2017年,我国展览经济直接产值超过6000亿元,对经济拉动作用明显。”在第十四届中国会展经济国际合作论坛上,中国贸促会副会长王锦珍表示,“展览作为经济发展的‘晴雨表’和‘风向标’,具有创新驱动作用,是优质产品展览展示、先进技术理念交流碰撞的合作平台,可以汇集政策、项目、资金、人才、技术等各类资源要素,推广新材料、新产品、新工艺。”

中国会展业发展和国际展览会和博览会密不可分。15世纪末16世纪初,由于“地理大发现”的进展,世界各大洲经济文化交流密切起来,国际展览业形成萌芽。1851年,首次世界博览会在英国伦敦举办,展期超过6个月,10个国家参加,参观人数达630万人次。博览会后留下了纪念性建筑物——水晶宫。如今,欧美发达国家的会展业已经成为成熟的产业。中国凭借巨大的经济发展潜力、发



第十四届中国(天津)国际工业博览会现场

达的基础设施、较高的服务业水平及较为有利的地理区位优势,成为亚洲会展业发达国家。

《中国展览经济发展报告2017》显示,中国展览数量稳定增长,规模快速增长的良好态势。据不完全统计,2017年,国内共举办4022个展览会,其中采集到面积的经营类展览会3663个,展览会总面积约为12379万平方米。华东地区展会数量和面积均处于领先地位,上海、广州、北京仍是我国最重要的展览城市,办展数量和办展面积均位居前三。

目前,我国由政府、商协会、国有企

事业单位、民营企业、外资企业等主办和承办的会展中,企业主办和承办的会展呈逐年增长趋势。2017年,我国共有767家企业主办会展。其中,海名国际会展集团2017年举行的展览数量位居全国第一,不包含分公司的挪威展览集团(总部)的展览数量位居全国第二,广东鸿威国际会展集团有限公司位列全国第三。

专业会展助推产业发展

在过去相当长一段时期,我国会展追求的都是综合化,强调小而全,结果造成展会特色不鲜明、规模普遍小、吸引力

不强。近年来,我国会展业专业化程度不断提升,专业性会展数量不断攀升。如今,我国国民经济行业分类中的20个门类、97个大类几乎都有对应的会展项目。

“中国正在践行‘中国制造2025’行动纲领,并已成为全球第一的工业大国。”振威展览董事长张学山表示,振威展览集团每年在北京、天津、上海、广州、乌鲁木齐、西安、成都等地定期举办40多场专业会展,涉及石油、天然气、石化、煤炭、化工、海洋工程、电子电池、装备制造、工业自动化机器人、工程机械、农业、环保、建筑节能、供热供暖等领域。

在这一过程中,专业会展汇聚了世界一流的企业品牌,集结了产业发展的前沿技术和产品。与此同时,越来越多专业会展按照产业上下游产业链精准划分展区,吸引专业界决策人士、贸易人员及科技人员等积极参观,逐渐成为推动产业发展的重要桥梁,成为促进交流合作的重要组成部分,成为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台。

信息技术推动会展升级

近年来,伴随信息技术不断发展,AR/VR技术、云计算技术、人工智能技术快速进步,实物模型、电子和机械沙盘、多媒体装置、虚拟现实技术、3D弧幕电影等展现方式不断呈现,“互联网+”正在促使我国展览业面向平台化、数据化、智能化发展,实现展览业的升级——线上+线下“双线会展”模式。

与此同时,虚拟展览成为现实展览

在网络上的无线延伸。2017年8月16-18日,在上海世博展览馆举办的首届国际科创园区(上海)博览会,利用VR+视频拍摄技术,在线“真实”还原了线下当时展会情况,并实现了97.5万人次的在线访问量。

会展公司开始引入现代信息管理系统。德国汉诺威展览公司通过全球网上业务信息系统,建立以客户关系管理为基础的网络数据互动平台,并通过互动平台共享会展信息,实现“点对点、多对多”对话,帮助参展商将客户资源、销售管理、市场服务、营销决策整合起来提高效率。

新技术和传统会展的结合,特别是借助互联网平台的在线展览技术和大数据工具,都将使得展会的贸易效率和参展体验提高到前所未有的高度。随着基础网络建设的完善和境内外客户的不断累积,会展行业与云计算、大数据、物联网、移动互联网等新技术的融合将会进一步加深,离散的行业资源将会得到进一步整合。

为此,宁波万里学院教授任国岩预言:“未来会展业将向‘三数’方向发展:一是数码会展,线上会展新模式和新空间。二是数字会展,会展产业数字化新经济形态。三是数据会展,会展大数据的整合与应用。”

线上差旅服务 助力企业成本管控

在各类经济活动中,商旅者扮演着十分重要的角色,他们代表企业与合作方进行洽谈,保证业务顺利推进。可以说,商旅人在企业发展的过程中不可或缺。随着经济全球化的不断发展,各个国家、地区之间的经济界限越来越模糊,以合作为目的的交流互动变得越来越多,企业开始意识到,商旅经费是非常重要的一项支出。通过信息化手段对商旅活动进行系统管理,已经成为绝大多数企业的选择。深圳市特航航空服务有限公司副总经理赵江红是商旅服务领域内的优秀人才,她在相关系统的开发和推广方面均取得了不错的成绩,并对行业发展现状与发展趋势有着较为深入的研究。

落后的商旅管理模式亟待革新

最近对商旅管理的调查研究显示,有61%的中国企业计划或已经放弃使用现有的手动或半自动差旅与费用管理系统,而投入使用全自动差旅与费用管理系统。这一现象表明,大多数企业已经意识到商旅管理对自身发展的重要性,并开始探索一种低成本、高效率的管理模式。对于专业为社会提供商旅服务的企业来说,这无疑发展的良机。

传统的手动、半自动差旅管理模式之所以濒临淘汰,是因为其效率低,无论是出差需求的人们还是管理出差审批以及费用报销的工作人员,都要做很多“无用功”。差旅路径、交通工具以及酒店都需要自己去选择,除了浪费精力之外,还无法做到合理控制费用。对传统的商旅管理方式进行革新,既是企业适应新形势的需要,也是社会对商旅服务领域所提出的新要求。

线上商旅服务成主流

赵江红一直致力于新型商旅服务模式的研究,推出了多种先进的商旅管理系统。这些系统具有线上操作的优势,车票、机票的购买,酒店的预定等,均可以在线上直接完成,节约了大量时间和精力。“我们研发的产品帮助企业解决了差旅管理中遇到的实际问题,提高了企业管理水平,同时让差旅变得更加舒适,差旅者不会因繁琐的流程以及不合适的路线感到疲惫不堪。”

这种自动化的商旅服务模式一经推出就得到了客户的高度评价,很多企业都将此作为突破口革新自身的管理模式。可以预见,线上商旅服务将成主流。未来,企业将依赖信息平台开展差旅管理工作,与商旅相关的流程均在线上完成。像深圳市特航航空服务有限公司这样专注于技术研发的企业,将会成为推动行业发展的核心力量。赵江红表示,她会带领公司继续钻研线上商旅服务模式,将信息化平台的价值做到最大化。

加强差旅管控 为企业节约成本

对于大多数企业来说,对差旅活动进行科学管理的最直接目的就是节约成本。赵江红带领公司研发团队研发出了一站式差旅活动管理系统和线上差旅系统及其增值服务管理系统,通过差旅管控,帮助企业节省了大量费用,对维护企业收支平衡做出了重要贡献。

赵江红在研发相关产品之前,对市场需求做了大量调查研究。她说:“企业向我们这样专业的商旅服务类企业寻求合作的原因有很多,但是节约成本、控制支出是他们最直接的目的。所以,我们的研发工作必须从这个角度入手。”一方面,赵江红利用先进的信息技术简化了差旅管理流程,所有流程在线上就可以直接完成,节约了一定的经济和时间成本;另一方面,差旅管理系统建立在大数据技术之上,能够对差旅中的各种路径进行对比,帮助企业选择性价比最高的解决方案,这就满足了企业的需求,大大节约了不必要的支出。

文星

奥克斯与京东再度强强联手 在深度合作中重构行业新格局

近日,奥克斯以爱家为主题,携手京东,再启“京东超级品牌日”。此次双方合作,打造“无界零售”模式下智慧购物、智慧生活的新体验,在4月这个重要的空调销售节点抢占先机。

奥克斯、京东双剑合璧 打造空调热卖季

早在2010年,奥克斯就率先进军电商领域,与京东建立合作关系。去年,作为首个家电单品类京东超级品牌日商家,在8月3日活动当日,奥克斯仅用28分钟,销售额就已破亿。如此骄人的销售成绩离不开奥克斯优质的产品品质与京东零售渠道的大力支持。

今年,奥克斯与京东再度强强联手。4月12日,奥克斯京东超级品牌日开启前夕,奥克斯携手京东率先在北京举办奥克斯京东超级品牌日发布会暨新品推介会。新品空调“窈窕淑女”首次亮相,首席产品艺术官欧阳娜娜到场助阵,同时小奥动画大电影预告片上线。

4·12奥克斯京东超级品牌日当天,新品“淑女”柜机也同步开启预售模式,同时奥克斯还推出每满1000减100的超值福利。

“高颜值+硬品质”奥克斯深受消费者认可

奥克斯空调的高颜值及硬品质,一直以来都深受

消费者认可。近年来,通过符号式的品牌联想,奥克斯不断进行品牌升级,在家电行业逐渐成为“年轻”“时尚”与“品质”的代名词,在未来年轻市场有着可预见的主导地位。而在4月12日的品牌日当天,奥克斯旗下实力与颜值兼备的半月、变频倾城、一级明月侠、黄金侠等一系列精品空调,都作为主推产品惊艳亮相。

奥克斯空调对于产品品质的极致追求在行业内是有目共睹的,奥克斯一直坚持着“品质是基石、创新是灵魂”的理念。对于产品创新与研发,奥克斯投入大量人力与财力。自主研发设计TS快速冷热技术、AUT-Smart功率可调技术、第四代Wi-Fi微信互联技术等,致力于为消费者打造极致生活享受。

品质升级 奥克斯一路领跑重构行业新格局

自2010年开始在京东销售空调,奥克斯的销售额一路狂增。奥克斯不断进行品牌升级,与京东战略合作也将在今年再度加码。2018年奥克斯以京东GSKA项目最高级别“七星品牌”的身份全方位深化与京东的战略合作,确立全年营收规模突破150亿元的目标。

今年奥克斯与电商零售巨头京东再度强强联手,打造奥克斯京东超级品牌日,率先在空调产业完成“无界零售”落地,为每个家庭带来“智慧生活”新体验。

魏雅雯

金源泉科技:如何用一杯水改变世界

1999年,徐道华在家里接待了一位日本客户。这位客户惊讶地问他:你怎么还在用冲厕所的水洗菜?徐道华后来才明白,人家说的是分质供水。

什么时候,中国人才能过上分质供水的生活呢?什么时候可以把日常饮用水和生活用水分开,过上体面的、精致的、又有尊严的用水生活呢?

1999年年底,徐道华成立了其第一家和水有关的公司,开始做桶装水。几乎可以算是当时福州最早做桶装水的企业。

在送出几十万桶水后,徐道华发现,这并不能改变更多人的用水习惯。于是,他操起研发的老本行,2002年,第一家家用挂壁式水机OS-11诞生。2006年,一套功效齐全,更加小巧、易于安装、售后服务少的水博士系列开始推向市场。2009年,移动便携型微电解功能杯,以朴实的外观、稳定的质量逆袭市场,成为行业标准的制定者。2015年,在历经1000天的开发设计、试用试产后,一台安装便捷、功能全面的水机——水珍型面世。

2017年,经过一次又一次换代升级的“杯中之王——富氢杯”全面推向市场。这一杯富氢水,含有1.0-1.2ppm的氢,能够有效清除体内的自由基,起到抗氧化、抗衰老的作用。

在过去的几年中,金源泉科技的产品先后获得多张涉及及饮用水龙头净水器、饮用水水质处理器等原卫生部卫生许可批件。这些产品通过电子转移技术和物理材料,不仅过滤掉自来水中的氯、铁锈、有机污染物和一些致病微生物等,还通过量子加能技术,提高水中锌含量,均衡矿物质和微量元素配



比,制出来的水具有小分子团、弱碱性、抗氧化、负电位等符合世界卫生组织定义的健康水特点。

2018年来了,用一杯水改变一个世界的梦想已经写到第19年,梦想还在继续。

金源泉科技董事长徐道华说:“2018年,金源泉将推出能记录喝水量的智能水机,下载App可以随时监测饮水量,来促使人们从被动喝水走向主动喝水,健康饮水。金源泉新推进的‘6789饮水工程比赛’,就是让每个家庭每天喝到9.3升的水,如果能坚持喝两年,也就是9.3*365天*2年=6789升。金源泉就把智能水机送给他。”

“水流淌在身体里就是血液。水质与健康息息相关。为了让人们喝上一口好水,19年来金源泉科技一直都在坚持,未来19年也将依旧这么走下去!”徐道华说。

未林

我国基因检测市场 爆发指日可待

本报讯(记者 张伟)日前,国内领先的基因检测公司23魔方在北京推出第四代基因检测产品。新一代的产品在检测内容的丰富性和检测准确度上都有大幅提升。23魔方CEO周坤介绍说,新一代产品将V1.0版本的生物芯片升级到了V2.0版本,祖源分析增加到40个民族血统,遗传检测新增了ABO血型、蚕豆病等全新优质项目。通过位点的筛选、算法的优化和研究方法的升级,检测结果更准确,也更符合中国人的情况。

周坤认为,根据基因检测在国外的发展趋势来看,国内市场的爆发指日可待。根据公开数据测算,我国当前基因检测的人口渗透率不到0.03%,而美国的渗透率已达3.75%,考虑到中国的人口基数,未来这必将成为一个巨大的市场。因此,23魔方在持续优化产品的同时,也在加速扩大产能。去年,23魔方自建的检测中心全面投入使用,并且取得了临床医学检验所的资质,年50万份的产能也已经是国内消费级基因检测公司中规模最大的。不过,今年23魔方还将扩建检测中心,并大力提升自动化率,形成年检测样本100万份的能力。

过去一年,国内消费级基因检测行业加速“洗牌”。周坤告诉记者,23魔方的用户检测量从去年的3万增长到了现在的16万,同比增长了5倍多,成为了今天全国最大的消费级基因检测数据库。得益于真实可留存的规模用户数据,23魔方可以进一步开展科学研究,做准做精项目。据悉,在资本层面上,23魔方也得到持续认可。今年年初,23魔方再获1亿元融资,由经纬中国领投,这也使23魔方继续保持国内消费级基因检测公司融资规模第一的位置。鉴于当下用户数据保护这一话题的敏感性,周坤表示,该公司已通过鼓励用户匿名、加大网络安全投入、邀请用户填写知情同意书等多种手段保护用户数据安全。

戴喆俊:让自主研发 成为一种常态

对于企业来说,自主研发永远是一个核心的话题。自主研发能力既是国家竞争力的核心,也是企业提升竞争力、实现跨越式发展的关键因素。纵观国内外的成功企业,研发都是其能够崛起并且实现基业常青的不二法门。

2010年年初,戴喆俊出资成立常州淘宇电子有限公司,担任公司总经理,主抓高温工业特种电视监控的技术研发工作。8年来,依托戴喆俊的多项研发成果,公司由一家默默无闻的民营企业成长为中国特种电视技术领域内的先进企业。

“自主研发固然是一种挑战,但也应该成为高温工业特种电视监控行业内企业发展的一种常态。”戴喆俊说。作为常州淘宇电子有限公司技术团队核心带头人,戴喆俊凭借扎实的专业知识和出色的研发能力,带领团队迎难而上,在多项技术领域取得了突破性突破。从2013年“基于物联网技术的高温工业电视智能控制系统”到2017年“基于云计算的高温工业电视智能高清视频监控”,戴喆俊共发表6项软件著作,并已实现了研发成果转化。

结合了戴喆俊的多项研发成果,新型高温特种监控系统、测温系统及成套设备取代了以可编程逻辑控制器(PLC)为核心的传统控制系统,具有图像清晰度高、运行可靠、安装维护方便、编程方式统一、工作速度快等诸多优势,性能在全国已经达到领先水平,现已服务于国内高温工业多家知名企业,为其高温窑炉的生产提高了安全性,增加了经济性,减轻了污染,同时提高了工业自动化管理水平。基于戴喆俊的行业影响力,他先后获得“2015年度中国应用电子技术制造业优秀企业家”“中国特种电视技术科技创新人物奖”“2017年度高温工业电视技术研发杰出贡献奖”等多项荣誉。

“只有让自主研发成为常态,才能让公司在业内始终保持领先地位,并更好地服务于高温工业厂矿企业。”眼下,戴喆俊正带领公司技术团队,在高温工业特种电视监控技术研发的新道路上继续探索。

高尚