

创新会展·关注篇

# “中国制造”汉诺威工博会上秀实力

■ 本报记者 毛雯

德国当地时间4月17日,2023年汉诺威工博会在德国汉诺威展览中心开幕。作为全球领先的工业技术展览会之一,本届汉诺威工博会主题为“工业转型——创造不同”,展览涉及五大议题,包括工业4.0、人工智能和机器学习、能源管理、氢和燃料电池以及碳中和生产。

记者从2023年汉诺威工博会组委会了解到,本届展会规模达23万平方米,约4000家企业展示创新和能源供给解决方案,涵盖机械设备制造、电气和数字化行业以及能源工业领域。

在本届汉诺威工博会的“数字生态系统”展区,微软和谷歌云两家非传统工业企业占据了最大的展览面积。值得一提的是,与微软、谷歌云展区相邻的位置,是中国企业海尔卡奥斯COSMO Plat。

## “中国制造”成一大看点

作为中国工业互联网平台唯一参展的海尔卡奥斯COSMO Plat,展示了“工业互联网助力中国制造腾飞”的镜像。

从海尔卡奥斯COSMO Plat官方透露出的参展消息看,在海尔卡奥斯COSMO Plat展区,观众可以看到区别于传统工厂的未来工厂——海尔卡奥斯COSMO Plat基于D3OS数字孪生技术打造的虚拟工厂。虚拟工厂实现了精益化制造生产、绿色可持续发展。在AIGC方向,立足智能算法和机理模型,海尔卡奥斯COSMO Plat推出BaaS工业大脑,工业大脑内置了领域专家智能问答系统。该系统能够根据用户提问实现在线信息查询、预订、下载等问答识别。

业界人士表示,如今,在汉诺威工博会这个大舞台上,中国企业敢于秀实力。可以说,汉诺威工博会一定程度上见证了“中国制造”由小到大、由弱到强的过程。在中国制造飞速发展并向中国“智造”持续迈进的过程中,汉诺威工博会本身对中国企业的态度也在发生微妙的变化。

以海尔卡奥斯COSMO Plat为例。

2017年,海尔卡奥斯COSMO Plat首次参展,大规模定制模式创

新获国际认可,被汉诺威官网认为是“对工业4.0最有威胁的两家公司之一”。

2018年,海尔卡奥斯COSMO Plat展示基于人工智能技术的智能制造示范线,获评智能制造世界级创意,并受到“工业4.0之父”、德国工程院院长孔翰宁称赞:“海尔卡奥斯COSMO Plat是中国最好的平台,欢迎到德国帮助企业转型。”

2019年,海尔卡奥斯COSMO Plat发布“智能+5G”大规模定制验证平台,受到凯姆尼茨大学教授穆勒高度评价,认为海尔卡奥斯COSMO Plat是现有工业互联网平台中唯一物联网概念已经进入实操阶段并且取得成果的平台。

连续三年,汉诺威对中国企业海尔卡奥斯COSMO Plat态度发生了从“威胁”“欢迎”再到“高度认可”的变化,正是中国制造角逐世界工业大舞台,并争取一席之地的一处缩影。

除海尔卡奥斯COSMO Plat外,航天科工等中国企业纷纷亮相汉诺威,与微软、谷歌云、西门子等

大厂同台竞技。

早在2017年汉诺威工博会上,中国参展商和参展面积就占据了德国境外展商第一的位置:约1300家中国展商将自己的最新技术和应用带到了德国,中国的参展净面积达到22000平方米。

## 开启德国工业4.0下半场

十多年前,“工业4.0”一词在汉诺威工博会首次出现。自此,汉诺威工博会成为全球工业巨头和创新企业展示工业4.0解决方案的良好平台。如今,汉诺威工博会仍然关注设备联网、传感器技术、数据和信息、新商业模式等主题。

德国专家认为,工业4.0时代的制造业企业应该像IT企业那样,在与外部合作伙伴相处中具备更加协作和开放的思维。制造业企业与客户、供应商和合作伙伴生态系统进行更多的互动非常重要,这关乎供应链、创新和效率。德国业界专家提出“Ecosystems to ecosystems”概念,认为未来会发生从“自我系统到生态系统”的转变,企业将从数字化企业运营转变为在数

字生态系统中进行更多协作和数据交换。

当下,运用好数字化技术是一个突破口。一线工人渴望有更多的数字化助手来支持和简化他们的一线作业。例如,微软的hololens智能头显可用于员工培训和设备维护维修,智能手表、手套可提升物流分拣和制造组装的效率。制造业应该借鉴游戏行业,为培训、现场作业增添更多游戏元素。

2018年,德国联邦政府公布了《德国人工智能发展战略》,以推动德国在人工智能领域的研发、技术应用及产业政策,力争通过创立“人工智能—德国制造”的新品牌来保持德国的核心竞争力。

德国政府计划到2030年将氢能作为能源体系的重要组成部分之一,目标是建立一个稳定、高效、可靠的氢能基础设施,实现氢能源在交通、工业和能源生产等领域的广泛应用。据了解,超过500家参展商在汉诺威工博会上展示他们在工业领域的氢能应用。

## 外企参展消博会共享中国机遇

本报讯(记者 谢雷鸣)“今年是我们第三次参加消博会。我们围绕消费者健康生活需求,首次向全球发布‘养身科技’。‘养身科技’将是傲胜品牌未来的发展方向。”新加坡品牌傲胜(OSIM)北亚区品牌营销副总经理林晓慧日前告诉记者,非常高兴借助消博会这一舞台,与观众分享其对健康生活方式的洞察结果。

据悉,傲胜的“养身科技”主要由监测、追踪、管理构成,所展示的“养身科技”系列产品包括养身椅系列、按摩椅产品。其中,uDream 5感养身椅通过生物传感器AI监测压力指数,App长期追踪压力值趋势和定制化五感舒压按摩程序这三个维度来缓解身体紧张,智能沙发uDiva 3百变小天后能够提升沙发利用率,实现有效空间管理。

林晓慧表示,傲胜三度参展消博会,对中国市场充满信心。这次参展对傲胜来说,不仅是一次提升品牌影响力、触达更多消费者的机遇,还是一扇向消费者传递健康生活方式和积极生活态度的窗口。未来,傲胜将不断以科技创新赋能健康养身赛道,以“养身科技”持续引领行业发展,为消费者带来更多的健康解决方案。

傲胜的积极参展,折射出外国品牌对中国市场和在华拓展业务的信心。据统计,第三届消博会有来自65个国家和地区的3382个消费精品品牌参展,参展品牌数较第二届增加19%,近30家消费精品领域的世界500强或行业头部企业全球CEO线下参会,消博会国际化水平进一步提升。

毕马威亚太区及中国主席陶匡淳表示,消博会如一座桥梁,连接了中国与世界,既为各国消费精品进入中国市场提供展示交易机会,也为国内外一流企业同台竞技、交流互鉴提供平台,促进了采购成交和国际合作。

泰国天丝集团首席执行官许馨雄表示,本届消博会的举办,释放出中国进一步扩大开放的积极信号,外资企业有更多机会参与中国发展。

中国(海南)改革发展研究院院长迟福林表示,从前两届消博会的情况看,一些参会外国企业利用海南自由贸易港政策优势,在海南开设工厂;一些企业在海南设立区域总部,通过海南把更多的优质消费品引入中国大市场。从最新情况看,第三届消博会新增了相当一部分细分行业的全球头部企业。消博会提供一个全球消费精品展示交易平台,有利于世界各国共享中国市场机遇。



4月17日,第三十五届中国国际塑料橡胶工业展览会(CHINAPLAS 2023)在深圳国际会展中心开幕,主题为“启新程·塑未来·创新共赢”,聚焦制造业的高端化、智能化、绿色化发展。展会规模达38万平方米,3900多家参展商展示最新的橡塑原料、机械及技术。(陈宝仪)

## 会展带动全国商务消费进入旺季

■ 潘福达

随着多地大型会展的举办,4月份全国迎来商务消费旺季。旅游平台近日发布数据称,4月份以来,第133届中国进出口商品交易会(广交会)、第三届中国国际消费品博览会(消博会)、春季全国糖酒商品交易会(春糖会)的举办,带动了当地机票和酒店的预订量,多地迎来商务消费旺季。

据悉,京沪、京广、沪深为主的商务干线恢复速度排在全国前列。北

京、上海、杭州、广州、成都等经济较发达地区的商务人员流动率较高,这些地区机票预订占比均在10%以上。

去哪儿平台大数据显示,2023年消博会期间海口酒店预订量同比2019年增长80%,2023年广交会期间广州酒店预订量同比2019年增长160%,2023年春糖会期间成都酒店预订量同比2019年增长1.4倍。

“现在参展和看展的人太多了,我们提前一周订房间都不一定能订到。”

前往海口参加消博会的小柯说,为了符合公司的差旅报销标准,他与同事只能选择居住在距离会场近20公里的酒店。跨区商务人员的激增,使会展举办地区酒店需求迅速上涨。从3月下旬开始,海口、广州、成都酒店搜索量逐步上涨。4月2日开始,搜索量出现5倍以上的增幅。从预订信息看,广交会、消博会、春糖会核心商圈酒店平均房价达576元,其中,4星和5星酒店同比涨幅最高达两成。

## 展现世界 展示精彩

中国国际贸易展览中心 集团公司  
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CORPORATION

## 会展传真

### 厦门与法国智奥签署战略合作

本报讯(记者 兰馨)记者日前从法国智奥集团获悉,厦门市商务局、厦门国贸会展集团赴法国里昂商务考察期间,与法国智奥集团签署战略合作协议。

厦门市政府相关负责人表示,智奥集团在会展行业处于领先地位,厦门走在中国改革开放、高质量发展的前列。双方签署合作协议,是厦门与智奥集团之间战略合作的新起点。

### 广州一季度举办展会56场

本报讯 今年以来,广州迎来了会展经济的强劲复苏。数据显示,一季度全市重点专业展馆举办展会56场,展览面积合计约192.9万平方米,参展观展超241.5万人次,展览场次、展览面积、参展观展人次分别是2022年同期的2.8倍、2.35倍、4.09倍,比2021年同期分别增长75%、26%、38.4%。

据广州市商务局相关负责人介绍,一季度,广州市商务局先后印发《关于申报2022年广州市促进商务高质量发展专项资金会展业专题的通知》《广州市品牌展会认定办法(暂行)》,积极指导企业开展会展专项资金申报并引导展会品牌化、国际化、信息化发展;派出小分队分赴香港、北京、上海等地推介办展环境,做好政策解读,指导行业协会组织金融机构赋能会展企业,目前已推动地信展、预制菜展、轨道交通展、世界制药原料华南展、国际人工智能展等多个展会项目落地。(伊宇)

### 澳门一季度会展活动与会人数近20万

本报讯 记者日前从澳门贸易投资促进局了解到,今年一季度,澳门贸促局持续携手本地会展业界、综合旅游休闲企业提升澳门会展软实力,以吸纳更多大型优质国际专题展览、产业博览会、跨国企业峰会落地澳举办。数据显示,澳门一季度会展活动与会人数近20万,其中到澳参加会议的商务旅客超过1.5万人次。预计下半年会有超过2万名商务旅客赴澳门参会。(伊宇)

## 会展新说

# 英国疫后依靠国际峰会和商业活动促进经济复苏

■ 胡中华

众所周知,商业贸易在历史上对英国的崛起有着举足轻重的作用。会展是商业文明发展的自然产物,尽管会展起源于欧洲大陆,但植根其昔日“日不落帝国”的体系,英国会展业成功弯道超车,并得以拥有漫长且让其引以为傲的国际会展历史沉淀,如1851年的世界首届世博会——“万国工业博览会”,1951年的为纪念首届世博会100周年并同二战创伤记忆而设的“英国节”,2021年的英国G7峰会和第26届联合国气候变化大会等。毫无疑问,会展土壤为英国孕育大量国际知名的会展企业,使其在会展产业全球化的进程中扮演着重要的角色。

根据英国会展协会(BVEP)2019年相关报告的反馈,英国的整体会展产业总值约700亿英镑,为英国提供70万个就业机会。其中,商贸展会和会议约占194亿英镑。新冠疫情期间,英国会展行业面临重创,创2019年以来80%的最大跌幅。作为一个老牌商业大国,英国

比其它国家更能深刻理解“会展是重建经济的关键”的道理。于是,疫后的英国在商贸会展领域着重发力,在国际峰会投标资金补贴政策上较疫情前有更多“侵略性”。

英国在疫情防控期间曾发布一份关于国际峰会和展览的专题调研,得出的结论是“会展对城市经济复苏格外重要”。该研究由英国第三方非盈利机构Cities Restart和牛津经济研究院进行调研,获伦敦著名场地Excel London、英国著名会展餐饮供应商Levy UK=Ireland、Central District Alliance和会展搭建企业nimlok支持。鉴于国际峰会和展览总体属于会展项目的金字塔尖级别,项目基本只落户承办国主要一二线城市,该报告因而选取了贝尔法斯特、伯明翰、布莱顿、布里斯托、加的夫、爱丁堡、格拉斯哥、利兹、利物浦、伦敦、曼彻斯特等15个城市,占据英国所承办的国际峰会和商业活动77%市场份额,其中首都伦敦占40%。

报告提出,国际峰会和商业活动对

英国经济复苏至关重要,并对国际峰会和商业活动这一类别的会展项目进行了战略定位调整。调整体现为三点。

第一,国际峰会和商业活动的举办,有利于在英国“脱欧”后更好地展示一个全球化的英国形象。一方面,能更好地应对英国脱欧后的不良影响,稳固其昔日所建立起的贸易大国形象;另一方面,能配合英国政府旅游复苏法案,继续把英国打造为世界会议中心。

第二,报告90%内容都在多角度分析国际峰会和商业活动的经济建设,与旅游“脱钩”迹象格外明显。英国过去参与投标的政府部委多为英国文化、媒体和体育部(DCMS),鉴于国际峰会和商业活动的投标与奥运会、世界杯不一样,前者基本为产业和外贸息息相关的项目,因此,报告提出需要国际峰会的投标,以及至少一位来自英国商业、能源和工业战略部(BEIS)和一位英国国际贸易部(DIT)的部级领导支持参与。值得注意的是,报告建议国际峰会应纳

入著名的“重建更好未来”战略,重点发力汽车、科研、金融科技、航空航天、金融服务、制药、生物科技、绿色产业等行业,并突出其在未来关键产业中核心技术引进和科研创新推动的战略作用。

第三,报告同时指出,后疫情和后英国“脱欧”时期,国际商业活动需要上升到国际产业战略发展层面的高度,充分发挥其在与其它国家建立自由贸易协议问题上,和深化英国与非欧盟以及新兴发展中国家贸易的贡献。随着英国脱离欧盟级别商业会展活动,报告强调承办G7峰会和联合国气候变化大会等国际峰会和商业活动有利于英国国际软实力重建,并在国际事务中更好地展示国家地位。

继而,国际峰会和商业活动的举办,有利于地区经济复苏和重建。一方面,会展作为人流、物流、资金流和信息流的汇集地,具有拉动效应,且国际峰会和商业活动作为金字塔的顶层,效应更为明显;另一方面,英国的国内商务旅客人

均消费约154英镑,但在英国入境商务旅客人均消费可达864英镑,比直接旅游消费产出高6倍。

该研究指出,英国竞争对手德国、荷兰、澳大利亚等纷纷有针对性地推出其国际峰会和商业活动政府资金支持,使得英国过去每个项目40万英镑的国际峰会投标补贴瞬间毫无竞争力。在政府资金支持的基础上,英国除了强化承办城市的支持,还提供中央政府部委级别的国际峰会投标支持,包括部委级别支持函的开具以及政府部级领导出席峰会演讲常态化。报告建议英国创办一个名为“Business Events UK”组织,保证英国也能做其它竞争对手能做的事情。笔者曾就补贴资金方面咨询过如何应对来自中国和美国的政府补贴的挑战,反馈是:额度方面,他们有信心追平。而真正的竞争力在于两方面:一方面,受益主体并不限制在英国注册的会展企业;另一方面,并不要求展会项目后结算。鉴于英国为数不多的本土会展企业具备打造国际会展新项目能力的国家,报告

建议政府对于新落户英国的国际峰会和商业活动实行税收减免。

笔者曾见证过新会展强国英国在国际峰会投标时强大的竞争力,并见证其最后中标落户笔者任职公司运营的一个行业知名的国际峰会。在英国相对务实的商贸文化基因作用下,今天,我们看到一个新英国。在这个国度,会展局格外积极,竞标时主动提出协助政府部委领导邀约、开放国家级和目的地城市双重补贴、把传统的英国会展协会重新定位并改名为UK EVENTS。在后疫情和英国“脱欧”后期的“新经济”形式下,英国通过国际峰会和商业活动振兴经济,解决自身发展难题。

(作者系法国智奥会展国际部项目经理)

(本栏目文章涉及版权,转载请注明出处)