



第二届 中国国际进口博览会

NEW ERA
SHARED FUTURE



数读进博会

从“翻倍”看升级

■本报记者 戚颖璞 张煜
第二届进博会如火如荼。官方数据显示,本届进博会参展企业平均展览面积达到93平方米,比首届增加20%以上。记者在连续两届参加进博会的参展商中,随机调查了30家企业。分析数据后发现,这30家参展企业中,绝大多数的展台都扩大了规模。其中,超过半数企业的展台规模翻倍,有的甚至是第一届的10倍以上。

从500到1000——

食品及农产品展区、品质生活展区、科技生活展区,采购商们兴致勃勃地观赏美食和小家电。

记者在这三大展区采访的13家展商中,有10家的展台规模至少翻倍,包括松下电器、乐斯福、上好佳、福卡仕、施丹兰等。其中法国欧莱雅集团,展台面积从去年的500平方米,一举增加到1000平方米!这三大与人们生活密切相关展区的展台规模扩张,折射出中国消费市场的巨大潜力。

从9到108——

在这随机抽取的30家参展企业中,展台面积增幅最大的两家企业,分别来自医疗器械及医药保健展区和贸易服务展区,多特瑞和普华永道都将首次参展的9平方米展台扩大10倍以上,达到了108平方米。

两届保持平稳——

记者采访的30家企业中,八成展台面积有所扩大,其余那些面积保持平稳的展台情况如何?

经过梳理发现,这类企业多分布在汽车展区、装备展区。不变的背后,是不断升级的展品内涵。在进博会前两日,那些兴致勃勃为自家企业“站台”的企业总裁和首席执行官的话语,也让记者感受到,在汽车和装备领域,跨国企业越来越多的前沿技术和展品将会变成真正的“中国创造”。



进博会观察

装备展区不少首次参展的企业感受到超乎想象的火爆

进博会太宝贵 明年还要来!

■本报记者 刘锐

第二届进博会有多火爆?“名片,资料完全不够发!意向订单超乎想象!不来绝对会后悔!”这两天,记者在装备展区尤其留意了不少首次参展进博会的企业,这是他们最直观的感受。

“来晚了!”

作为全球机器人四大家族之一的安川电机,已经深耕中国市场多年,每年的工博会上都少不了它的身影,可它却是首次参加进博会。

让安川电机没想到的是,进博会这样一个综合性展会,效果竟然这么好。“我们的竞争对手ABB、发那科、那智不二越等,都通过第一届进博会取得巨大收益,签了不少大订单。更关键的是,在这样的综合性平台上,可以接触到很多以前没有的跨界客户。”安川电机(中国)有限公司汽车部工程师李苏琼,回想起首届进博会还不免有点可惜。“这次我们没有错过机会,早早地就报名参展,并带来了全新技术。”

他指着中国首发的一台电弧焊机器人说,“看到了吗?它的机械臂上方没有一条管线,全部转移到机械臂下方,这样一来,在狭小的操作空间内,不会因为上方的障碍物或突发情况,导致机械臂管线破坏。”别看这样一个小小的改动,对追求极致效率的机器人而言,至关重要。“这是我们的业内首创,这两天已经吸引不少老客户提出产品升级计划,也圈了不少新粉丝的意向订单。”

与安川相似,加拿大CREAFORM公司首届进博会还没结束也坐不住了。“虽然我们在上海自贸区设立了公司,但国内的知名度还不是特别高,去年本想参加进博会,但反应有点慢,报

名时展位已被抢完。”CREAFORM公司中国大区经理戴晓增一边向记者解释,一边手持便携式3D激光测量仪,扫描一个汽车轮毂。“只需几秒钟,这个轮毂的三维数据和图像就会显示在电脑屏幕中,可以精确对比是否变形,误差仅在0.02毫米。”这种设备可以广泛应用于汽车、航空航天、制造业、文创等领域。

戴晓增感慨这两天的经历,超乎想象地火爆!“今天午饭都没来得及吃,一天下来展台始终被围得水泄不通,我们不能浪费一分一秒,进博会时间太宝贵了。”刚刚三天,意向订单已经上千台。“名片不够发了,今天正在让后方同事协调加印。”

“本土化!”

由于进博会很多装备都是大块头,特别在国展中心北广场设立室外展区。室内展区热火朝天,室外展区同样热闹。

还没到展台,远远就能望见一台足足有15米高的“正面吊”高高昂起的吊臂,威武霸气。“就像你看到的,这样一个大块头要从瑞典漂洋过海过来,想想都犯愁,思来想去,去年最后放弃了。”卡尔玛港口机械中国区方案销售总监唐恕说,但首届进博会举行期间,有老客户打电话到公司,“怎么没看到你们的产品?这么好的机会你们竟然不来!”唐恕笑着说,没想到因为缺席被客户批评了一通。“第二届进博会说什么也要参加,当然不仅仅是因为客户的提醒,更多的还是看到中国市场的巨大机会。”

其实,这家总部位于瑞典的港口“搬运工”,早在上世纪80年代就已进入中国市场,如今其“正面吊”已经遍布中国的各大港口。上海、青

岛、宁波、珠海、防城港等,只要有集装箱装运的地方就会有卡尔玛的身影。不过,唐恕说,随着“一带一路”倡议获得了广泛的响应,内陆铁路运输的集装箱业务迎来爆发,特别是“中欧班列”等给卡尔玛带来全新机遇。目前,中国已经成为卡尔玛的海外第一大市场,每年增速在20%以上,成为全球增速最快的市场。

据透露,由于每台产品造价要300多万元,装配周期比较长,占地也大,公司都是零库存。“这台设备已经有了买家,我们还接触到不少新客户,进博会确实是一个难得的大平台。”唐恕说,明年肯定还要来,并将进一步加快本地化生产。

“想不到!”

巨无霸“正面吊”旁边,德国阿吉斯(ARJES)装备制造集团带来的一台名为“IMPAKTOR 380 PLUS”固废及建筑垃圾处理设备,也被参观者团团包围。“不好意思,名片已经发完了,加个微信吧。”德国阿吉斯中国区总代理阿吉斯高科技公司副总裁田梦超连声打招呼。

“深深感觉我们来晚了,首届进博会就应该来的,但当时产品刚设计好,来不及生产和运输。”田梦超说,为了参加这次进博会,首届进博会一结束就提前报名占位。“今年初,德国工厂开始生产这台专门瞄准中国市场的垃圾粉碎机,九月份刚刚完工,迅即开始向上海运送。”虽然有预期,但现场的热烈,还是让田梦超惊呼“想不到”。这台被誉为建筑垃圾“终极粉碎机”的设备,由于目前全进口,售价要几百万元。“这次进博会,也让德国总部坚定了在中国设厂的信心,目前正在中国加速寻找适合的制造基地,实现本土化组装生产。”

解放日报

二〇一九年十一月八日 星期五
进博会特刊 7

科创雄心

打造国家一流产业科创中心



中国昆山
Kunshan China

SCIENCE AND
TECHNOLOGY
AMBITION

科创走廊