



共享

进博会

中国已成GE除美国本土外最大单一国家市场

演绎「智慧遇上机器」奇妙之旅



GE 全球高级副总裁
GE 中国总裁兼首席执行官
段小纓

早在1906年,GE就开始发展与中国的贸易,逐渐成为在中国最活跃、最具影响力的外国公司之一。经过多年发展,中国成为GE除美国本土之外最大的单一国家市场。2017年,GE中国订单量超过80亿美元,本土采购额超过60亿美元。

展示深厚工业积淀

在进博会上,GE将入驻4.1H展馆的智能及高端装备展区,在500平方米的展台,以“当智慧遇上机器”的主题,展示GE在航空、电力、医疗、可再生能源、油气等行业的深厚工业积淀,以及在先进制造与商业模式上的创新。

“GE将以互动数字化与实物/模型相结合的方式,展示医疗、航空、发电、可再生能源、油气和智能制造六大板块的产品和解决方案。”GE全球高级副总裁、GE中国总裁兼首席执行官段小纓告诉记者,GE医疗集团的数字医疗体验中心,Revolution CT、SIGNATM Pioneer 高端3.0T磁共振、Voluson E10四维彩超等创新产品与技术将现场展示。GE可再生能源集团则用VR技术全景记录记录了GE与中国华能集团的大理龙泉风电项目,通过互动演示展示数字化风电场全案解决方案。GE中国智能制造技术中心通过实物和视频展示自动化测试、数字化装配、智能焊接、3D打印、先进检测技术和数字化精益制造六大技术平台,彰显其为GE中国工厂带来的效率提升与成本降低。

承诺“在中国为全球”

“GE全球非常重视这次展会,并于今年初成为首批签约参展的外资企业之一。我们希望能在这个平台上把GE最先进的高端制造业技术和产品展示出来。”段小纓表示,我们希望通过这一全球性的平台,与各参展企业、采购商、与会嘉宾相互交流,在将更多产品引入中国市场的同时,将GE在本土研发的技术、产品推向全球。从“在中国为中国”到“在中国为全球”,GE如此承诺的背后,是中国市场已经成为其全球发展重要引擎的大背景。“放眼未来,中国仍将是GE全球板块中的重要战略市场,GE在中国的可持续发展是GE全球发展的重要引擎和组成部分。GE中国在业务板块上将聚焦航空、发电和可再生能源三大领域,以抓住中国新一轮的市场机遇,与中国经济和中国经济合作伙伴共同成长。”段小纓说,我们希望可以抓住中国在大众交通、可及医疗、清洁能源、“互联网+”领域的发展机遇,继续推进“全面本土化、全球合作伙伴和全速数字化”的中国发展战略,助力中国经济转型升级。

本报记者 张钰芸

乐高集团特制“进宝”乐高墙 全球首发新品将亮相

来自丹麦的乐高集团不但将带来全球首发新品,还特地为进博会打造一面约7平方米的“进宝”乐高墙。乐高集团高级副总裁兼中国区总经理黄国强表示,乐高的使命是“启迪和培养未来的建设者”,在玩乐中促进儿童的创新和创造能力。

中国首家旗舰店落沪

“进宝”乐高墙是乐高为进博会定制的,用112031块颜色鲜艳、颗粒感生动的乐高积木颗粒拼砌而成。对于即将发布的全球首发新品,黄国强表示“先卖个关子”,但肯定会让大家印象深刻。

谈起乐高与中国市场的结缘,黄国强表示,从上世纪80年代开始,乐高集团定期有一些乐高产品销往中国,知名度由此建立。随后,乐高在中国市场扎根的步子迈得越来越大。

1993年,首家乐高玩具销售点在北京燕莎百货设立。2008年至2010年,乐高集团在香港、深圳、北京和上海建立办事处。2016年,乐高位于浙江省嘉兴市的工厂开业,同年,乐高在中国首家品牌旗舰店在上海迪士尼小镇开业。2017年,乐高启用全新的上海办公总部,开启中国第一家授权专卖店。2019年,乐高将在北京开设旗舰店。

中国是乐高重要市场

“我们对中国市场充满信心,中国正处于消费升级的阶段,对品牌和品质的追求,也是乐高追求的理念。”黄国强表示,中国市场是乐高集团的重要市场,“乐高积木与乐高玩乐系统,和中国父母及社会对下一代的期待不谋而合——培养孩子适应未来的能力,如创意、创新和批判性思维,这些能力都可通过玩乐来培养。”本报记者 袁颖琼



乐高集团高级副总裁兼中国区总经理 黄国强



依视路中国镜片事业部首席商务官 陈路怡

泛亚国际在进博会上不只展出景观设计

“一张海报两只泰迪熊”内涵丰富

泛亚环境国际控股有限公司(简称泛亚国际)是亚洲具有代表性的专业景观设计事务所之一,也是为数不多以景观设计为主营业务在香港联交所上市的设计公司。泛亚国际入驻服务贸易展区,与大家共享“绿色”与“智慧”。

国际视野+国内文脉

泛亚国际的展位不大,除了一些宣传册外,可用“一张海报两只泰迪熊”来描述。海报呈现了辽宁盘锦二界沟鱼雁镇城市设计、上海首创徐泾禧瑞里、北京中粮智慧农场、江苏苏州 Steiff 泰迪农场、重庆湖山印象、浙江横天西塘祥府荡文创产业园、大连复地御东港等泛亚国际景观设计作品。两只泰迪来自有130多年历史的德国泰迪熊品牌“Steiff 泰迪”,分别高40厘米与20厘米。

规划设计“泰迪小镇”

泛亚国际拿下了 Steiff 泰迪在中国大陆地区的总代理权,开发了苏州 Steiff 泰迪农场。此外,Steiff 泰迪咖啡店已开进了上海万象城、长宁来福士、苏州诚品生活馆等处;Steiff 泰迪零售店开进了静安嘉里中心、久光百货、高岛屋等处。而在上海宝山区,一个融环境、教育、亲子、办公、居住、运动、文化、旅游等于一体的 Steiff 泰迪小镇,正在绿色与智慧理念下谋篇布局。

“绿色张显活力,智慧体现实力,共享散发魅力。”泛亚环境国际控股有限公司执行总裁陈奕仁准备带领团队,用更好的作品来诠释进博会“新时代 共享未来”的主题,赋能智慧,共享未来。本报记者 罗水元



泛亚国际执行总裁 陈奕仁



爱茉莉太平洋中国总裁 高祥钦

爱茉莉太平洋集团“创新引领亚洲之美”

首次在中国展示3D面膜打印技术

雪花秀、兰芝、悦诗风吟、Hera 赫妍、吕……这些美妆品牌的背后是同一家公司,爱茉莉太平洋集团。以“创新引领亚洲之美”为主题,爱茉莉太平洋将入驻首届进博会的服装服饰及日用消费品展区。爱茉莉太平洋中国总裁高祥钦说,化妆品是一个用美的力量改变世界的行业,将在进博会上展示凝聚亚洲智慧的创新产品与技术。

九大品牌引入中国

1992年进入中国市场的爱茉莉太平洋,已在中国发展了26年。“中国是集团最大的海外销售市场,也是我们最重视的市场之一。”高祥钦说,集团旗下有20多个知名的品牌,目前已将9大品牌引入中国市场。“我们将展示从第一代到第四代的

气垫革新技术。此外,我们会在中国首次展示3D面膜打印技术。在展示区,会展示定制化数字护肤和彩妆解决方案,包括采用IoT(物联网)技术的肌肤检测与3D面膜打印技术,Beauty Mirror 智能技术及定制双层唇膏。”

更好洞察本土需求

2014年,爱茉莉太平洋在上海建立了“爱茉莉上海美丽妆园”,它是集生产、研发、物流为一体的综合基地,具备全球标准运营系统及环保型设备。二期工程已基本建成。“中国是化妆品消费大国,进博会的召开有利于企业把握中国市场发展的新机遇,帮助我们更好地洞察本土需求,引入更多适合中国市场的品牌,给消费者带来更细分化的产品选择。” 本报记者 张钰芸

德国 TUV 莱茵发布工业 4.0 评估体系

为中国企业“走出去”“引进来”搭桥

德国 TUV 莱茵是一家国际领先的第三方检测、检验和认证机构,有超过145年的历史,在近60个国家与地区建立了500多个分支机构。作为最早进入中国市场的国际认证机构之一,TUV 莱茵见证了中国经济尤其是外贸的变迁历程。

进口展会提出新课题

TUV 莱茵以德国总部的身份参展,入驻服务贸易展区。德国莱茵 TUV 大中华区执行董事陆勋海说,我们既为境外买家在中国采购提供质量、安全等方面服务,又为中国卖家提供专业的技术支持及符合地方标准的解决方案,为中国企业“走出去”和“引进来”搭建一座双向服务的桥梁。“这是一个以进口贸易为导向的展会,给我们提出了新课题。我们作为一家具有全

球影响力的第三方检测认证专业服务机构,在大中华区的“根”是服务于出口贸易,帮中国企业走向世界。”陆勋海说,中国举办进博会,是中国坚定支持贸易自由化、主动向世界开放市场的重大举措,将为各方进入中国市场搭建新的平台,我们觉得非常有意义。

提供开创性4.0标准

在进博会上,德国 TUV 莱茵将展出六大重点领域的解决方案,最大的亮点是工业4.0板块。陆勋海说,工业4.0是德国政府提倡并被中国产业界广泛接受的概念。在目前国际上还没有可资借鉴的规范、标准的情况下,德国莱茵 TUV 基于国际和中国行业现状及可预见的未来,研发制订相关标准,为中国企业通往工业4.0提供标杆及前景。此标准在全球范围都是开创性的。本报记者 张钰芸



德国莱茵 TUV 大中华区执行董事 陆勋海



国米 CEO Alessandro Antonello

国际米兰作为唯一参展足球品牌亮相

“队长”萨内蒂将与球迷近距离互动

作为唯一参展的足球品牌,国际米兰以“国米在中国”为展览主题,成为中意在足球、文化、商贸沟通的桥梁。让更多“内拉们(国米球迷)”激动的是,最受球迷喜爱的国米俱乐部副主席、“队长”萨内蒂带领团队来到上海,亲自站台进博会。

与中国有不解之缘

“1978年是中国改革开放的元年,国米也在当年访华,成为第一支来到中国大陆的国际职业足球俱乐部。同年9月,中国国家队出访欧洲,首先拜访的便是国米。现在,首届进博会在改革开放40年之际举办,国米又作为唯一足球品牌荣幸参加。”国米 CEO Alessandro Antonello 告诉记者,他们将展示国米110年历史中珍贵的奖杯、球衣、图片、视频。意大利时间11月6日,国米有一场重

要的主场对阵巴塞罗那的欧冠比赛,所以 Alessandro Antonello 不能亲自前来参加进博会,但最受中国“内拉们”喜爱的“队长”萨内蒂会再次来到中国。此外,国米新任市场总监 LUCA 先生、国米青训学院项目总监芭芭拉女士等也会出现在现场,与球迷、媒体等参观者近距离互动。

中意足球交流更深入

为什么国米会参加进博会?“在一个多世纪的积淀中,国际米兰已形成了一套完整且成熟的管理运作体系。”Alessandro Antonello 说,此次参展,一方面希望展现世界顶级足球俱乐部的魅力,另一方面希望将欧洲在足球方面先进的管理经验、青训体系、经纪运作、商业运作等带到中国,推动中国足球健康发展。 本报记者 张钰芸



施耐德电气全球执行副总裁
中国区总裁 尹正

自1987年在天津成立第一家合资工厂,施耐德电气已植根中国31年。虽然业务覆盖工业、基础设施、数据中心和楼宇领域,产品从身边家用的插座、面板到工业领域的电源开关、断路器、变频器、变压器等,但很多时候施耐德电气都是作为“幕后”英雄参与到我们工作、生活的方方面面。这家老牌法国企业从产品制造商转型成为解决方案提供商,为客户提供能效管理和自动化领域的产品、服务和整体解决方案。

拥抱物联网时代

施耐德电气在智能及高端装备区亮相,以城市生活为应用场景,展示基于物联网技术,将能效管理与数字化结合的互动解决方案和进口明星产品。施耐德电气全球执行副总裁、中国区总裁尹正表示,这些解决方案和产品覆盖了工业、楼宇、基础设施和数据中心四大终端市场,通过融合信息技术和运营技术,优化能源和运营效率,助力城市可持续发展,打造更加宜居、高效的智慧城市。

“随着中国经济转变为高质量发展,创新驱动、互联网+、智能制造、“十三五”能源规划等国家战略和规划为中国数字经济的发展提供了强大的助推力,也让我们对在中国的可持续发展增添了信心和动力。”尹正说,未来已来,在这个新的物联网时代里,施耐德电气将用数字化把能效管理和绿色制造提升至崭新高度,与中国客户、合作伙伴共同拥抱数字化未来。

打破生产管理“黑匣子”

作为现场展示内容之一,施耐德电气搭建了一个微缩的糖果生产线,展示“透明工厂”解决方案在工业领域的应用,并与现场嘉宾互动。据悉,这款糖果生产线模型约占地15平方米,采用无人化操作。参观体验者用微信扫一扫页面,根据自己需求可定制糖果包装颜色、口味、数量、祝福语等。下单后,生产线会自动设定程序,开始生产,生产过程开始和结束会以短信形式通知用户,生产完成后,体验者只需再扫描自己下单时的二维码,就能从特定窗口将自己定制化的糖果取出。

“透明工厂”的理念使运营实现全面数字化、可视化,消除系统间信息孤岛,打破管理“黑匣子”。”尹正说,这个糖果生产线微缩模型只是应用施耐德电气“透明工厂”解决方案的一个案例,真正的工厂应用远比这个微缩模型复杂。“透明工厂”解决方案除了可以节约人工成本外,这些技术带给用户的最大改变,是数字化带来的基础运营质量管理提升。

本报记者 袁颖琼

施耐德电气在智能及高端装备区亮相 为打造高效「智慧城市」助力

扫描二维码
专访视频有惊喜

