

2006 中国国际工业转包展览会
第十四届中国国际工业装备展览会

展 后 报 告

重庆展览中心
二〇〇六年十二月十一日

2006 中国国际工业转包展览会 (Subcon China 2006)

第十四届中国国际工业装备展览会 (CIF 2006)

展 后 报 告

一、展会基本信息

时 间：2006 年 11 月 10 日~11 月 12 日 (星期五 ~ 星期日)

地 点：重庆展览中心 (高新区)

支持单位：中华人民共和国商务部

中华人民共和国科技部

中国机械工业联合会

重庆市人民政府

主办单位：联合国工业发展组织 (UNIDO)

中国机械工程学会 (CMES)

中国塑料加工工业协会 (CPPIA)

中国塑料机械工业协会 (CPPMIA)

承办单位：重庆市对外贸易经济委员会

重庆市经济委员会

重庆市科学技术委员会

重庆市人民政府高新区管委会

协办单位：联合国工业发展组织国际投资与工业转包促进机构重庆中心

展会管理执行机构：重庆展览中心有限公司

参展范围：

1 2006 中国国际工业转包展览会 (Subcon China 2006) 参展范围

以加工工艺分：金属加工产品、非金属制品；

按行业分：汽车、摩托车制造；家电制造；船舶及港口设备制造；能源行业，特

别是太阳能/风力发电设备及其零部件的制造、设计、投资与经营；环保行业；

机床、模具；工程机械；农业及园林机械；信息产业及电子产品。

1 第十四届中国国际工业装备展览会（CIF 2006）参展范围

金属加工机械——金属切削机床、成型机床、数控机床及相关软件、压铸机、冲压机、锻造设备、电加工设备等；

非金属加工机械——各种塑料加工设备如注塑机、中空成型、挤出成型设备等；

工业模具与工具——量刃具、模具夹具、磨具磨料、CAD/CAM/CAE 技术、柔性加工系统；

表面加工与涂装设备——表面处理、涂装和精饰技术、原材料、涂料产品及相关设备；

工业自动化系统、检测设备及各类工业技术——自动化控制设备、探测仪器、仪器仪表、数控数显设备、变频调速等电气传动装置、动力传动设备、电动与机械传动装置、制动器和制动系统、各类精密测量器具和检测仪。

参展参会企业： 本届展览会参加企业共 582 家，其中 Subcon China 2006 参展商 362 个，CIF 2006 参展商 74 个；除此以外，83 个中国企业和 63 个国外企业参加了配套看样洽谈会。

展览面积： 本届展览面积 15,000 平方米

展会观众： 为期三天的展览，吸引了来自美国、比利时、英国、加拿大、捷克、丹麦、法国、德国、印度、意大利、日本、卡塔尔、科威特、塞内加尔、西班牙、斯里兰卡、瑞典、瑞士等 18 个国家的 107 家企业的 148 名海外观众，及国内 29 个省、市、自治区的 11,860 名观众，共 12,008 名参观者，作为展会的专业买家莅临展会采购。

二、展会活动

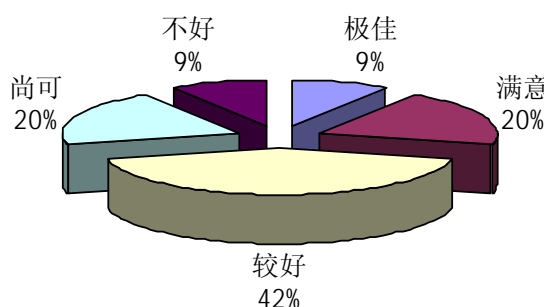
1. 中国国际工业配套看样洽谈会

作为 Subcon China 2006 的核心活动，中国国际工业配套看样洽谈会依据企业的装备情况，以全新的交易形式，利用庞大的国际资源网络快速响应企业需求，为企业安排低成本、高效率、针对性的对接日程。

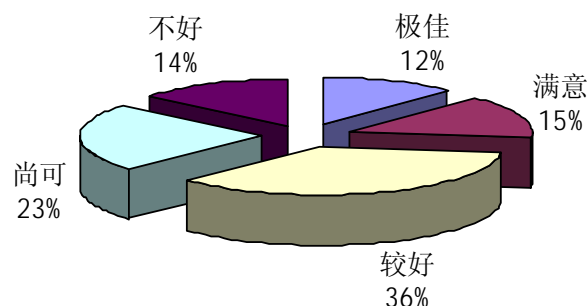
本次洽谈会为国内外参展企业或机构共安排了 866 次贸易对接，保证了每个专业买家与 2 个或 2 个以上的国内企业进行对接，国内参展企业平均与 2 家以上的国际买家进行针对具体订单的贸易洽谈。组委会在现场调查得知，展会深度对接效果良好，国内外企业均表示本次展会表示超出预期期望。59 家国内供应商与国际买家达成合作协议或意向性合作协议，并进行样品或图纸及价格的传递。101 家国内供应商接待了 47 家国际采购商到工厂参观，并就相关敏感问题继续深入交流与洽谈。另有近 112 家企业表示通过展会学到了很多如何与国外企业接洽的知识。

以下为国际专业买家及中国企业对本次贸易对接效果满意度分析：

国际专业买家对贸易对接满意度分析



中国企业对贸易对接满意度分析



2. 2006 中国国际工业合作论坛

2006 中国国际工业合作论坛云集了 19 个国家的政府高官、专家、商会代表、企业要人、学者，共有 200 多人参加了论坛。中国国际经济技术交流中心副主任赵中屹先生、中国塑料加工工业协会理事长兼秘书长廖正品先生、美国韦恩郡经济部主任马罗杰塔·保罗先生、美国俄亥俄州克里弗兰市顾问柯希克先生、日本驻重庆总领事馆总领事富田昌宏先生及德国、西班牙等国商会就国际间工业转包与技术合作及世界主要工业国家与中国的工业合作战略作了精彩演讲与解答。

3. 先进设备管理的体系和方法论坛

中国设备管理协会副会长兼秘书长陈玉平先生，中国设备管理协会全员生产维护委员会主任委员李葆文教授，表面工程专家、国家产学研设备工程开发推广

中心副主任马世宁少将，马勒发动机零部件（重庆）公司生产技术总监欧利福先生，重庆大学制造工程研究所所长刘飞教授，北方工业大学教授、国内机床修复技术专家彭兴礼先生以及重庆市经委高新处、重庆市企业信息化技术支持中心等国内外知名专家学者参加了本次论坛活动，并分别就中国先进设备管理的现状与发展趋势、国际现代设备管理与维修、数控设备的维修、升级改造的发展趋势及机床的再制造与综合提升等作了演讲，为中国西部工业企业设备的管理水平的提高提供了实质性的帮助。

4. 2006 年重庆市“庆铃-华中杯”数控技能明星大赛

在重庆市委、市政府领导的直接指挥下，由重庆市经委、市劳动和社会保障局、市总工会和团市委共同发起主办，重庆展览中心有限公司具体承办的 2006 年重庆市“庆铃-华中”杯数控技能明星大赛于 2006 年 11 月 12 日成功闭幕。

本次大赛以“竞技、交流、创新”为主题，首次进行了加工中心的技能竞赛，大赛参赛人数达到 226 人，有 29 个企业，11 所学校共计 40 家单位正式报名参赛，涵盖了重庆市主要大中型企业和汽车摩托车企业，其中数车学生组 35 人，数车职工组 110 人，加工中心 81 人，长安集团、庆铃集团公司、建设集团、机电控股集团公司及下属第二机床厂、华中数控、四川长征、广州超软等企业为大赛全程赞助了比赛用设备和系统。

大赛按照“经济体现文化，文化长入经济”的指导思想，在经济中结合文化，在重庆社会经济发展中突显劳动者和技能明星的地位，力求从规模、档次、品位方面进行创新，为工业经济培养优秀技术能手，夯实人才基础。大赛在全国各省市举办的同类竞赛活动中，因参赛人数最多、规模最大，并通过广邀媒体和首次引入电视颁奖晚会大力宣传技能明星，获得了国家劳动部和全国总工会的高度评价，重庆市市委书记汪洋同志，市委常委、常务副市长黄奇帆同志亲临决赛现场视察，大赛同时也得到参赛企业的高度好评，产生了广泛的公众影响力。

随着大赛的结束，重庆二机、四川长征、华中数控为大赛赞助的 36 台数控车床、加工中心及数控系统，在组委会的强力推荐下，已向相关学校和企业进行了销售，为下一届大赛的设备赞助招商工作打下了良好的市场基础。

三、展会宣传

参与本届展览报道的媒体有：42 家报刊、2 家视听媒体、33 个国际网站、131 个国内网站、多个重庆市主要户外路牌广告及灯箱广告，部分媒体名单如下：

报刊：《汽车与配件》、《机电产品市场》、《MM 现代制造》、《世界制造技术与装备市场》、《机械制造》、《机床工具制造业》、《数控机床市场》、《组合机床与自动化加工技术》、《机电 21 世纪》、《CAD\CAM 与制造业信息化》、《模具制造》、《模具工业商情》等

视听媒体：重庆电视台、重庆电台

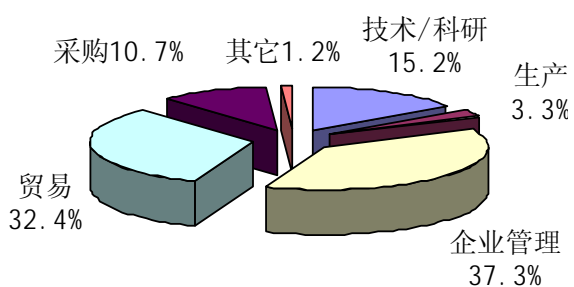
国际网站：联合国工业发展组织官方网站、意大利欧盟 - 亚洲企业合作协会网站、英国莱斯特郡对华贸易局网站、德国 AUMA 网站、MPR - 中德商桥网站、中国西班牙商会官方网站、fairshotels 网站、莫斯科规划发展联合会官方网站 (The Associate board of architecture, construction, development and reconstruction of Moscow)、俄罗斯 expomenu 网站、俄罗斯 vozrozhdenie 网站、韩国三星经济研究所官方网站 (Samsung Economic Research Institute)、乌克兰 siesta 网站、意大利 ranieri editore 网站、等

国内网站：中华机械网、中国机电企业网、中国机床工具网、中国机床商业网、阿里巴巴、机经网、中国机电信息网、中国数控机床网、慧聪网机械行业、中国机床工业网、国际机械信息网、中国机电贸易网、中国自动化网、中国工控网、中国模具网、中国塑料模具网、搜配网、九洲网、汽配商城网、中国汽配商务网、玉环汽摩配网、汽车配件交易网、中国汽配信息网、中华汽车零部件网、中国易汽配网、中国制造企业采购网、东宛汽配网、东北汽配网、广州汽配城、中国汽配城、浙江汽配城等

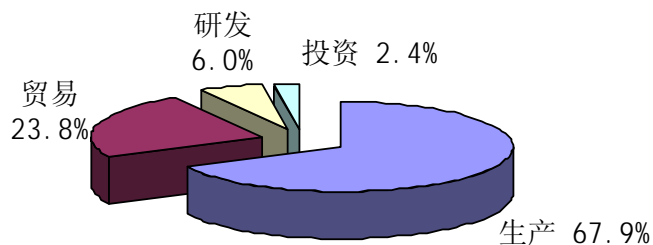
户外媒体：重庆国际机场出站灯箱广告、机场路路牌广告、重庆主要街头路牌广告

四、专业观众分析

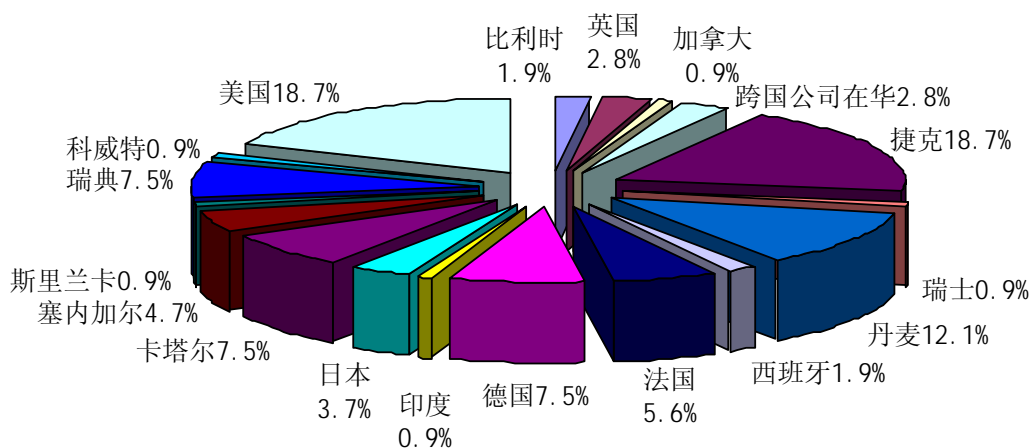
专业观众按职责范围分析



专业观众按企业性质分析



国外专业观众来源分析:



附件:

1. 参展商现场调查报告
2. 德国展会数据自愿统计协会 (FKM) 展会面积、参展商数及观众数登记表
3. 德国展会数据自愿统计协会 (FKM) 专业观众背景分析表

参展商现场调查报告

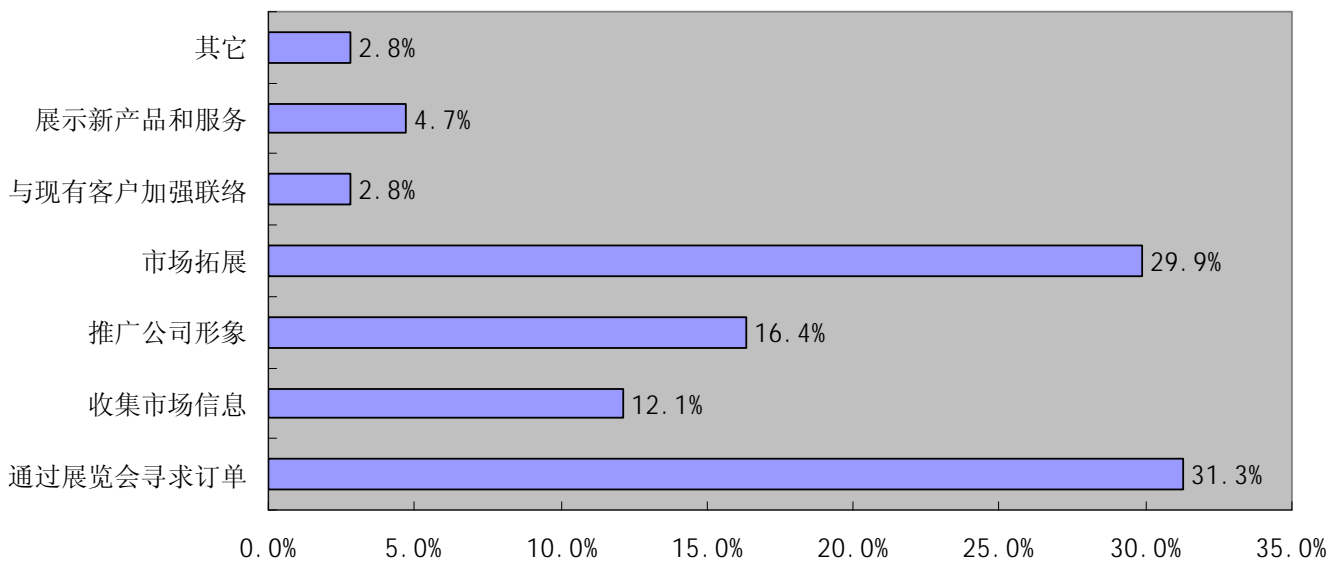
在三天的展期里，展会为国内外参展企业或机构共安排了 866 次贸易对接，400 余家中国装备制造企业获得了新的商业机会，其中 59 家中国企业获得意向性订单。

参展厂家现场售出机器 65 台，达 1600 万元，意向性售出 238 台，金额达 7560 万元，取得了骄人成绩。其中天津精诚机床有限公司现场销售 10 台。重庆机床厂达成意向性销售协议共 30 台，整个展会共意向性销售 238 台机床设备。重达 46 吨的 GMB1630 龙门镗铣加工中心现场售出 3 台，金额达 400 多万元。

为了评估展会效果，总结展会经验，做好下一次展会，我们对参展商进行了现场调查，并与上届展会参展商现场调查结果进行了比较，以下是参展商现场调查中 214 份有效问卷的分析报告。

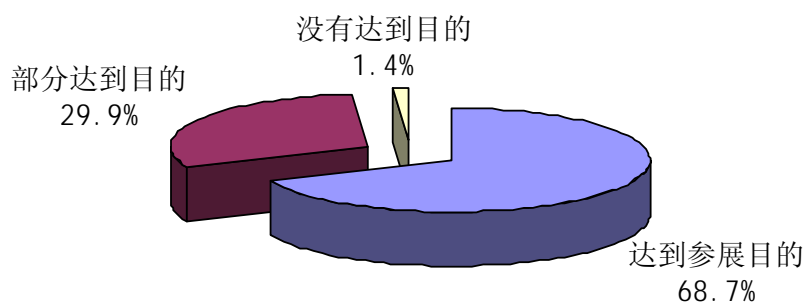
●展商参展目的数据统计：

参展目的	企业数量	企业比例
通过展览会寻求订单	67	31.3%
收集市场信息	26	12.1%
推广公司形象	35	16.4%
市场拓展	64	29.9%
与现有客户加强联络	6	2.8%
展示新产品和服务	10	4.7%
其它	6	2.8%



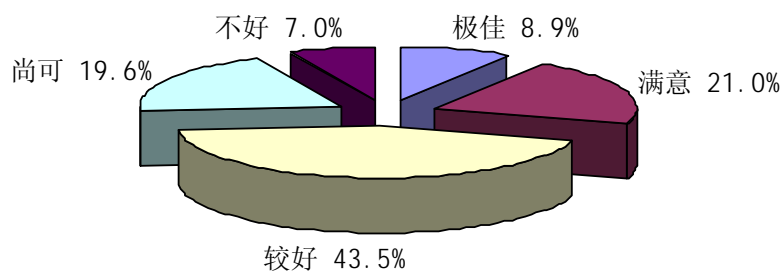
●展商参展效果数据统计：

参展效果	企业数量	企业比例
达到参展目的	147	68.7%
部分达到目的	64	29.9%
没有达到目的	3	1.4%



●展商对观众质量评价数据统计一览表：

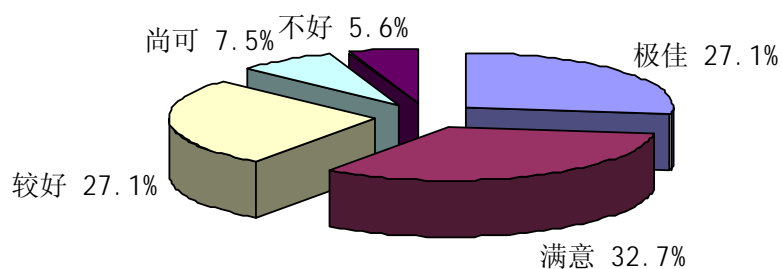
选项	企业数量	企业比例
极佳	19	8.9%
满意	45	21.0%
较好	93	43.5%
尚可	42	19.6%
不好	15	7.0%



●展商对展会组织的评价：

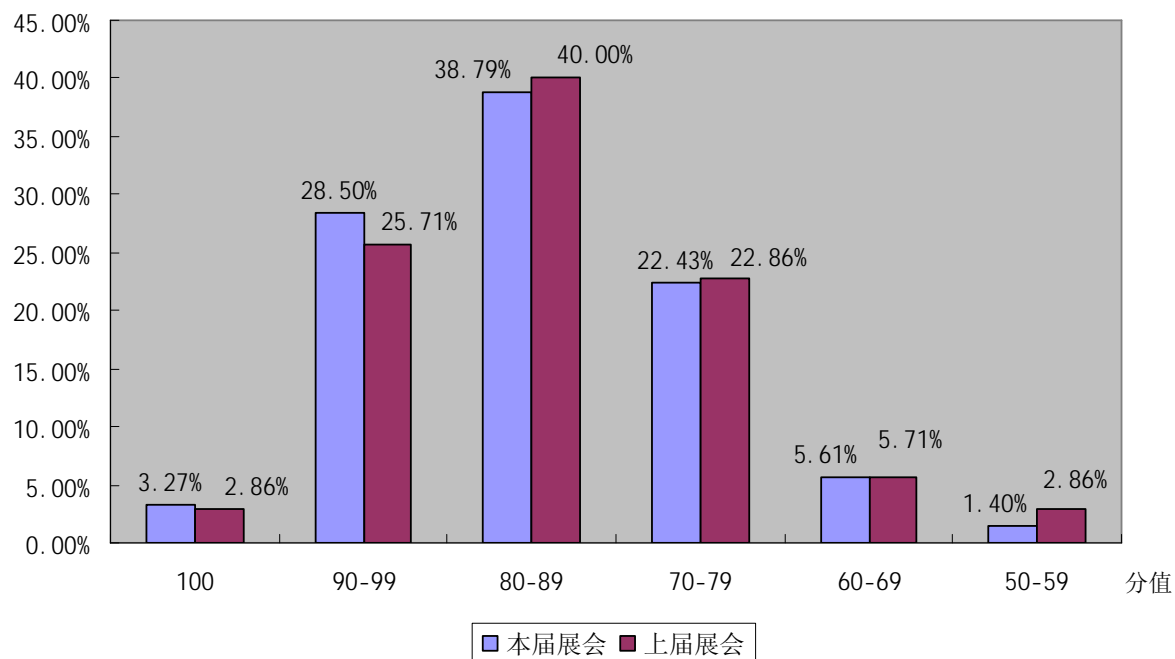
选项	企业数量	企业比例
极佳	58	27.1%
满意	70	32.7%
较好	58	27.1%
尚可	16	7.5%
不好	12	5.6%

展商对展会组织的评价



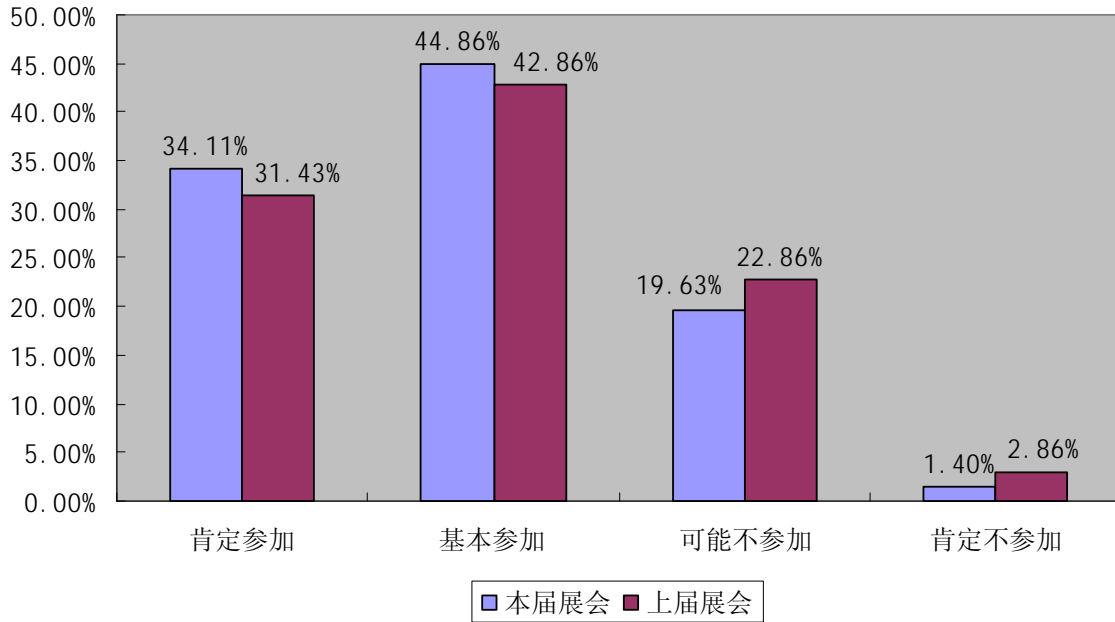
●展商对展会的评分:

选项	企业数量	比例 (本届展会)	比例 (上届展会)
100	7	3.27%	2.86%
90-99	61	28.50%	25.71%
80-89	83	38.79%	40.00%
70-79	48	22.43%	22.86%
60-69	12	5.61%	5.71%
50-59	3	1.40%	2.86%



●展商对下届展会的兴趣：

选项	企业数量	比例（本届展会）	比例（上届展会）
肯定参加	73	34.11%	31.43%
基本参加	96	44.86%	42.86%
可能不参加	42	19.63%	22.86%
肯定不参加	3	1.40%	2.86%



从以上的数据调查可以看出，展商对展会及展会的进步表示认可，对观众数量、质量和主办单位的组织工作也给予了较高的评价。

附件二

Society for Voluntary Control of Fair and Exhibition Statistics (FKM)

德国展会数据自愿统计协会 (FKM)

Certificate Form for Exhibition Space, Numbers of Exhibitors and Visitors

展会面积、参展商数及观众数登记表

Subcon China - China International Subcontracting Fair CIF - China International Industry Fair		
Venue 地点	Chongqing Exhibition Centre 重庆展览中心	
Interval (years)举办周期	every year 每年	
Dates 时间	10.11.2006 - 12.11.2006	
Industry sectors 展会分类	Subcontracting (industry 96) 工业转包展 Industrial equipment, Maintenance (industry 41) 工业装备与维护展	
Statistics 数据统计		
Time: 时间	11 2005	11 2006
Audit: 审计单位	no	no
Space (m²) 展会面积		
Space (net) 净展出面积	5,232	7,900
hall space 室内	5,178	7,900
domestic 国内展商	4,494	7,387
Foreign 国际展商	684	513
outdoor space 室外	54	0
domestic 国内展商	54	0
foreign 国际展商	0	0
Gross exhibition space 展会总面积	11,554	15,000
Exhibitors profile 参展商分析		
Exhibitors 参展商	525	582
domestic 国内	477	519
foreign 国际	48	63
Visitors profile 观众分析		
Visitors 观众	8,236	12,008
Domestic 国内	8,124	11,860
Foreign 国际	112	148
Trade visitors 专业观众	8,236	12,008
Domestic 国内	8,124	11,860
Foreign 国际	112	148

Society for Voluntary Control of Fair and Exhibition Statistics (FKM)

德国展会数据自愿统计协会 (FKM)

Certificate form for the trade visitor profile analysis

专业观众背景分析表

Total number of visitors 观众总数		12,008		Position in the company/organization 职位			
Proportion of trade visitors 专业观众比例		100%		Entrepreneur, partner, self-employed 企业家, 合伙人, 老板			15.1%
Region of residence 地区				Managing director, board member, head of an authority etc. 高层管理人员, 董事, 官员			18.2%
Total Chinese 国内		98%		Senior department head, other employee with managerial responsibility 中层管理人员			12.5%
of which 省份				Department head, group head 其他管理人员			8.6%
Chongqing 重庆	43.8%	Xizang 西藏	0.0%	Other salaried staff 职员			22.1%
Guangdong 广东	3.6%	Tianjin 天津	2.3%	Other public service 服务人员			6.9%
Guizhou 贵州	2.5%	Shanxi 陕西	1.2%	Skilled worker 技术工人			12.6%
Hainan 海南	1.5%	Qinghai 青海	1.3%	Lecturer, teacher, scientific assistant 教师, 科研工作者			2.8%
Hebei 河北	2.1%	Anhui 安徽	1.6%	Trainee, student 学生			0.3%
Henan 河南	1.5%	Shanghai 上海	3.5%	Other 其他			0.9%
Hubei 湖北	2.1%	Fujian 福建	2.1%	Area of responsibility 职责范围			
Jilin 吉林	1.2%	Beijing 北京	2.5%	Management 管理			37.3%
Jiangsu 江苏	3.6%	Liaoning 辽宁	1.4%	Research/development/design 研发、设计			15.2%
Ningxia 宁夏	1.2%	Jiangxi 江西	1.5%	Manufacture/production 制造/生产			3.3%
Shandong 山东	2.1%	Hunan 湖南	2.1%	Buying/procurement 采购			10.7%
Inner Mongolia 内蒙古	0.0%	Heilongjiang 黑龙江	1.3%	Marketing/sales/advertising/PR 营销/传讯/公关			32.4%
Sichuan 四川	4.5%	Guangxi 广西	1.3%	Other 其它			1.2%
Zhejiang 浙江	2.5%	Gansu 甘肃	1.4%	Influence on purchasing/procurement decisions 对公司采购决定的影响			
Yunnan 云南	1.5%	Taiwan 台湾	1.1%	EU 欧盟			57.9%
Xinjiang 新疆	0.0%	HongKong 香港	1.7%	Rest of Europe 其他欧洲国家			0.9%
Total foreign: 国外				2%			
of which: 地区				Africa 非洲			4.7%
EU 欧盟				North America 北美			19.6%
Rest of Europe 其他欧洲国家				South & Central America 南美及中美			0
Africa 非洲				Middle East 中东			8.4%
North America 北美				East Asia 东亚			4.7%
South & Central America 南美及中美				South Asia 南亚			0.9%
Middle East 中东				Australia 澳洲			0
East Asia 东亚				Distribution of visitors on the days of the event 日分布表			
South Asia 南亚				1 st day	30.4%	2 nd day	48.8%
Australia 澳洲				3 rd day			20.8%