

聚焦“创新、品牌、开放”三大维度

阳江刀博会引领产业迈向全球价值链



参展商与客商现场洽谈。

相辅相成 共跃新阶

2002年,首届刀博会的举办,为这座“中国刀剪之都”打开了一扇通往世界的大门。23年来,刀博会与阳江五金刀剪产业如同双生火焰,相互照亮,彼此成就,共同谱写着一曲产业高质量发展的协奏曲。

如今,走进刀博会展馆,仿佛步入一个金属锻造的艺术殿堂——从高品质不锈钢原材料,到精密模具,再到智能化设备,一条完整产业链清晰可见。这背后,是超8500家市场主体的蓬勃生机,是超550亿元产业链规模的坚实基础。

它不仅是产业的“展示窗”,更是驱动创新的“引擎”。过去三年,阳江五金刀剪企业大量引入自动化、数字化设备,用于智改数改,产业实现了核心工序自动化和工艺技术数字化控制。在智能刀剪的生产车间,机械臂精准切割,AI激光开刀机自动磨刀……如今,阳江已培育出150家创新型中小企业、90家专精特新企业和4家“小巨人”企业。

尤为重要的是,刀博会正成为推动内外贸一体化发展的重要平台。一方面,刀博会助力企业“抱团出海”,阳江在吉尔吉斯斯坦成功举办刀剪展览会,为产业开拓新兴市场开辟了崭新的道路。另一方面,在国内市场,刀博会推动“跨境电商+产业带”模式蓬勃发展,举办创新创业大赛,培育跨境电商人才,开展“商务小哥送政策”服务,帮助企业用好政策红利。

这种从“被动接单”到“主动布局”的转变,正是内外贸一体化发展的精髓。2024年,阳江五金刀剪对“一带一路”、RCEP地区出口分别增长2.3%和8.5%;国内电商销售额达99.3亿元,跨境电商交易额29.3亿元,双双实现两位数增长。

品牌的故事同样令人振奋。近年来,阳江市先后发布了“阳江五金刀剪”区域品牌和“阳江刀剪”集体商标,产业品牌化发展,带动了企业品牌意识的觉醒,刀剪类三大“中华老字号”王麻子、张小泉、十八子作齐聚阳江。从贴牌到自主品牌,阳江已构建起“区域品牌+企业品牌”的双轮驱动格局,形成了既有龙头引领又有梯队跟进的品牌矩阵,实现了从“价格竞争”到“价值输出”的华丽转身。可以说,刀博会去年顺利实现市场化运作,已有效实现了从“展会流量”向“经贸增量”、从“短期活动”向“长期机制”、从“政府主导”向“市场驱动”、从“区域性平台”向“全球性枢纽”的四个转化。

刀博会与阳江刀剪产业的故事,是一个关于成长、创新与突破的故事。它告诉我们,当传统产业与时代脉搏同频共振,当一把把刀剪凝聚创新智慧走向世界,这座“中国刀剪之都”必将在大国制造的版图上,刻下自己深深的印记。

刀博会现场客商、观众络绎不绝。

链动全球 合启新篇

为精准对接产业链各环节需求,本届展会创新设置原材料辅料、配件、成品、品牌与智能机械五大细分展区,完整呈现“从矿石到成品”的全链条生态,实现“一站式”采购与深度交流。在原材料展区,三泰、一切、新辉等国内企业携大马士革稳定木、高氮马氏体不锈钢、粉末钢等创新材料亮相,与国际品牌合瑞迈、瑞典Damasteel同台竞技,展现中外材料技术的交融与共进。

品牌展区汇聚传统巨头与新兴力量,十八子、王麻子、张小泉等国民品牌与美珑美利、永光、巧媳妇、鸿丰等企业

共同勾勒出产业品牌化、多元化的发展图景。智能制造展区则成为技术革新的展示窗口,键恒、国浩等老牌厂商与博盛、汉霸、利工等新锐企业共演“智造赋能”新场景,推动产业向数字化、自动化转型。

值得关注的是,本届刀博会强化“全国一盘棋”产业协同,通过前期赴山东临沂、福建柘荣、重庆大足、新疆英吉沙等主产区定向邀约,促成承德利、英吉沙手工刀等品牌组团参展,凝聚起中国刀剪产业高质量发展的整体合力。

国际资源的广泛链接进一步提升

了刀博会的全球能见度。古巴、尼泊尔、吉尔吉斯斯坦、马来西亚、越南、泰国六国驻穗领事出席开幕式,组委会还与阿联酋、越南、新西兰、吉尔吉斯斯坦等4个国家的粤商会签署加强经贸合作框架协议,为阳江刀剪融入“一带一路”建设、开拓新兴市场开启新通道。采购商覆盖全球30多个国家和地区,超百名境外专业买手到会,传统市场与新兴市场组团并进。国内采购同样热度不减,湖北、广东、香港等地协会与企业组团考察,深入阳江市多条产业带,实地感受阳江制造的硬实力与营商软环境。

聚势赋能 智创未来

立足“经贸赋能、创新驱动”,本届刀博会聚焦“创新、品牌、开放”三大维度,策划系列高价值活动,为产业转型升级注入强劲动能。

首次设立的“刀博金奖”作为行业公益性权威评选,涵盖数字领航企业奖、先进材料奖、匠心设计奖、出海先锋奖四大类别,16个获奖项目展现产业前沿成果:王麻子辰木系列融合高碳钢与冰锻技艺,鸿丰数控砂带磨床实现“一机两用”,英吉沙手工刀融合传统工艺与艺术收藏价值,彰显中国制造的匠心与创新活力……

“新品首发首秀”平台汇聚年度创

新产品,梧州铁龙艺术工作室的可伸缩生存刀、朗马蛇年纪念刀、星道工贸观止刀具等新品,通过“技术+场景+传播”三维展示,凸显阳江作为产业高地的集聚效应。“新材料发展趋势沙龙”搭建产学研对话平台,推动原材料与制造企业共研共进,为突破行业材料瓶颈贡献“阳江智慧”。

面对数字经济发展浪潮,刀博会重点培育跨境电商新业态。通过设置跨境电商主题展馆,配套举办跨境电商对接会等举措,整合政策、平台与渠道资源,汇聚专家与卖家实战分享,为企业提供清晰“出海指南”。俄罗斯

wildberries、法国Cdiscount、非洲Jumia、美国亚马逊等十大国际平台现场设点,提供从选品、物流到品牌的全链路服务,助力阳江刀剪以数字化渠道加速全球化布局。

在创新活动之外,展会延续全国行业信息交流会、产业带考察等经典环节,维系行业交流传统。同时,“品味阳江”城市展与中国刀剪文化展的设立,融合产业展示与人文体验,呈现阳江的美食非遗与刀剪文化脉络,让与会者在感受产业脉搏的同时,领略深厚的文化底蕴,实现“产业味”与“文化味”的双重浸润。

10月21日,第24届中国(阳江)国际五金刀剪博览会启幕。作为全球五金刀剪行业的年度盛会,本届展会以“让参者有盼头、让观者有看头”为办展理念,通过“展+会+赛+贸”的创新模式,汇聚全球客商、展示产业成果、搭建合作平台,成为中国制造业在挑战中破局前行的生动缩影,更推动阳江刀剪产业向全球价值链更高端迈进。

创办于2002年的阳江刀博会,历经23年发展已从地方性展会成长为行业风向标。本届展会展览面积近2万平方米,吸引十八子、王麻子、张小泉等国内外知名品牌企业213家同台竞技。广东阳江刀剪产业占据全国重要地位,本届刀博会的举办,更让这一产业的“含金量”持续攀升。

■ 文字/刀博会组委会 提供
■ 图片/阳江日报社 提供



客商在刀博会展馆了解、选购五金刀剪产品。



十八子公司的现场网络直销非常吸引眼球。



外国客商在刀博会现场参观采购刀剪产品。

