

中国制造惊艳法兰克福办公用品展

■ 本报记者 周春雨

2月1日,德国法兰克福飞往北京的CA932次航班,几乎成为中国人的包机。这天下午的15:30分开始,陆续有中国乘客拖着行李箱步履匆匆,在法兰克福机场掀起了一阵小小的骚动。因为这一天是中国农历的腊月二十九,很多人急着回去与家人共度兔年除夕。这些乘客都是从法兰克福展览中心举办的2011年德国法兰克福办公用品展览会(PaperWorld,以下简称法兰克福办公用品展)撤展后直奔机场。每年一届的法兰克福办公用品展的展期几乎都是临近中国的春节,尽管如此,中国参展企业却有增无减。因为,法兰克福办公用品展正在成为中国制造企业新品发布的重要平台。尤其是近年来,纸品本册企业在美国市场受挫之后,纷纷到欧洲寻求新的机遇。

转向欧洲市场

“纸品本册企业今年是首次组团参展,除展示外,重要的是,要了解中国制造是否符合欧洲市场的需求。”中国文教体育用品协会纸品本册专业委员会秘书长张宗树接受记者采访时表示,目前,中国有纸品本册生产企业5000家,其中3000家是出口型企业,中国已经成为纸品本册生产大国。但2005年9月,美国商务部发起对中国、印度、印度尼西亚3个国家的划线便笺纸、笔记本、活页纸等产品进行反倾销调查,对中国纸品本册制造企业造成不小的冲击。此次倾销幅度被定为200%至300%,决定对中国企业征收243.73%的高额倾销关税。涉案金额1.3亿美元,涉及中国纸品本册行业内近30家企业,是近几年来文具

行业最大的反倾销案。由于美国案件初裁成立,直接影响中国对美国纸品本册产品的出口。上海联立纸品有限公司是唯一应诉并胜诉的中国企业。其总经理陶晨在展会现场接受本报记者采访时表示,相比印度和印度尼西亚,中国制造的纸品本册在美国市场的占有率、品牌知名度非常高,更与美国采购商建立了良好的贸易合作关系,但由于中国制造的纸品本册物美价廉,对美国同行带来了竞争压力,引发了由美国商务部发起的反倾销案。陶晨坦陈,尽管其在美国反倾销案中胜诉了,上海联立成为美国市场唯一一家中国纸品本册供应商,但利润空间却在下降。鉴于美国市场的萎缩,近年来上海联立开始关注欧洲市场。据张宗树透露,参展只是法兰克福之行目的之一,此外,他们还考察了多家欧洲顶级办公用品制造企业,并鼓励中国企业购买国际顶级的生产设备,中国纸品本册要打造国际品牌。他表示,此次参展,看到很多欧洲同行产品设计深受启发,特别是很多中国纸品本册企业在欧洲市场找到新的贸易平台。此次有这么多企业参展,可以看出,纸品本册行业看好欧洲市场。

新品国际发布

“每年参加法兰克福办公用品展都要展示多款新产品,但参加上海办公用品展则只展示一些常规性的产品。”通用集团国际有限公司董事总经理陈仲恒坦陈,不是不重视中国内地市场,主要还是防范新产品被同行拷贝。据陈仲恒介绍,此次参展他们向欧洲市场推出了一款自主研发的手动胶纸机(暂定名),在技术不断改进的基础上,此次展示的已经是第三代产品了。令陈仲恒欣

慰的是,已经有欧洲客户对其手动胶纸机下单了。虽然市场上还没有出现同类产品,但必须还要在技术上有新的改进,因为市场竞争很残酷。陈仲恒表示,办公文具用品虽然都是很小的东西,但竞争却非常激烈。一类产品如果没有在技术上进行改进和创新,很快就会被同类的新产品替代。尤其是高端产品,市场几乎每天都有新产品推出,要想维持优质又要有品牌知名度,竞争的压力还是很大的。据其介绍,随着中国内地市场需求的增长,2011年中国内地市场的销售比例将由过去的不足20%上升到35%。

同样以展示新品为参展目的还有东莞市民贸电器有限公司,据其业务主管刘照兰介绍,每次参加法兰克福办公用品展都展示几款最新的产品,并以此考察欧洲市场的需求。记者发现,在民贸并没有特装的标准摊位上,只是简单地摆放着几款不同颜色的铅笔刨,似乎很难引起观众的注意。对此,刘照兰解释说,这次参展,主要想展示的就是最新的电动铅笔刨,在外形设计和使用功能上都有了不同的设计,主要是考虑到欧洲市场的消费者心理,产品去掉了花哨的外观和颜色,更注重实用性和外观的简洁大方。此次参展,一方面是看采购商对新产品的反应,另一方面还要与此前的老客户见面沟通下一年度的采购计划。

据记者了解,民贸电器主要生产电动铅笔刨、LED写字板、碎纸机、过胶机等办公用品及其他自主研发的塑胶电子产品,在国内外都有不错的市场。

理念同步国际

“海外客户更关注复位产品,因为更环保,价格更便宜,且产品性能稳定。”珠海艾派克微电子有限公司销售部主管史雪艳告诉记者,与其他参展商展示最新产品、设计

不同,IT服务产品在展会上要展示的则是“新”理念,并要以这个“新”理念与海外同行竞争,吸引国际客户的注意力。艾派克的“新”理念的确引起了海外客户的注意,就在记者采访时,已有海外客商对其展示的产品表示“中意”。直到记者离开,该客商还在对艾派克展示的产品技术及后续服务进行咨询。

据知情人士介绍,艾派克抢占的是与国际同步的环保理念先机,在IT服务产品领域,国际上正在掀起一场环保“新”理念的潮流。据介绍,艾派克推出了适用于新机型的兼容芯片,同步还研发出了可以对Epson新七触点原装墨盒进行检测、复位等操作的全新复位器。同时,艾派克推出了全系列OEM芯片回收方案,意在引领“绿色办公、低碳打印”的潮流。

记者在采访中发现,绿色环保成为中国参展企业的主打。来自环洋笔业(义乌)有限公司国际贸易部的李定秀介绍其展品时很有激情:“表面上看,参展的这些修正笔都是常规产品,但修正笔的液体都是环保配方,无毒不含苯。”

李定秀介绍说,近几年,随着原材料价格不断上涨,加之去年7月15日开始,出口退税只剩5个点,产品的利润越来越少。法兰克福办公用品展是全球知名的展会,他们去年开始参展,希望通过展会进一步开拓欧洲市场。

记者在展会现场采访时还发现,中国制造出口欧洲市场,尽管那儿的客商很挑剔,但还是有机会,特别是那些拥有与国际同步理念的中国制造产品,更能引起欧洲客商的注意。

本报特稿

圣彼得堡与北京会展业圆桌会议在京举办

本报讯(记者 兰 馨)圣彼得堡与北京——“北方之都”会展城市会议日前在北京俄罗斯文化中心举行。据圣彼得堡会展业基金会负责人介绍,圣彼得堡是俄罗斯仅次于莫斯科的政治、经济、文化中心,也是俄西北地区中心城市,是俄罗斯继莫斯科之后的第二大会展中心。该负责人介绍说,圣彼得堡是俄罗斯第二大城市,也是俄文化、科教、工业产业中心,发展会展业优势明显。首先,圣彼得堡是俄罗斯的重要海港,各大港口位于城市西南部。其次,圣彼得堡城市交通发达,有10条铁路干线呈放射状通向赫尔辛基、华沙、莫斯科及俄罗斯其他大城市。再次,政府大力扶持。圣彼得堡政府致力于会展业创造良好的经贸环境,对本地区会展业基础设施建设提供大力支持。据介绍,圣彼得堡每年举行600项会

议、峰会等会展活动。其中俄罗斯本土活动约占20%,有国际背景的会展活动占到80%。圣彼得堡文化代表团此次来京举办多项活动,目的是提升城市形象、与北京会展业建立友好的合作关系。北京市贸促会副会长储祥银表示,随着中国经济的发展,展览业越来越受到各级政府的重视。今年是“十二五”开局之年,在“十二五”期间各省市都将会展业列入重点规划之中,北京也不例外。储祥银介绍,“十二五”期间,北京市政府将推出一系列财政扶持政策,来促进会展业的发展。希望通过此次圆桌会议,圣彼得堡与北京这两座城市能加强合作,更多地参加彼此举办的会展活动。储祥银透露,今年北京也将组织代表团推介北京的会展业发展环境,希望首站是圣彼得堡。



两部委联合通知严控在华举办国际会议总量

经国务院同意,财政部、外交部近日联合发出《关于严格控制在华举办国际会议的通知》(以下简称《通知》),进一步规范和加强在华举办国际会议管理。《通知》从8个方面对各地区各部门举办国际会议提出要求。《通知》规定,各地区各部门要按照“服务发展、确保重点、规范管理、精简务实”的原则,进一步加强在华国际会议管理,严格执行中央和省(部)两级审批制度。要严格控制在华举办国际会议的总量,未经批准不得擅自对外申办或承诺。凡不符合规定、无实质内容的国际会议一律不得举办或承办。如无特殊需要,未经批准,原则上不搞固定年会或与外方轮流开会机制。对已经形成机制的国际会议,要由该国际会议的业务主管部门会同有关部门,对会议的重要性和可持续性等进行评估,效果不明显的,应及时调整或清理。

各地区各部门要认真研究确定国际会议的主题,不得在同一时间或短时间内举办主题相同或类似的国际会议。以国内议题为主的国际会议,除有专门规定外,应先按照国内会议报批和管理,再就涉外事项按规定报批。各地区各部门要全面精简国际会议,严格控制会议规模,坚决纠正国际会议规模越大越好的错误认识,避免片面追求参会人数。百人以上的国际会议要慎办少办。与国际组织及外国有关团体、机构共同举办或受其委托承办的国际会议,规模原则上不超过往届。各地区各部门要严格控制邀请我党和国家领导人出席国际会议。未经批准,不得擅自对外承诺我党和国家领导人与会,不得为提高会议规格随意使用“峰会”、“国际论坛”等称谓。严格控制邀请外宾的规模和规格,未经履行必要手续,不得擅自邀请或对

外协商邀请重要外宾来访。各地区举办国际会议或涉外活动,不得竞相抬高国内外会议代表的规格,不得相互攀比。各地区各部门报送审批在华举办国际会议的请示,凡涉及申请财政拨款的,须事先会签财政部门同意;如涉及其他部门管理职能,应事先会签相关部门。应按照规定预算管理程序,在履行相关报批手续后编制会议预算,报财政部门审核。会议经费由我方全额负担或由与会各方分担的,应统一按照会议标准制定经费预算,我方负担的经费应纳入部门预算管理。各部门自行批准在华举办的国际会议所需经费,应在部门预算中自行调剂解决,财政部门不再另外安排经费预算。不得擅自对外承诺提供任何免费服务。会议经费由我方支付或由与会各方分担的,应严格执行经财政部门审核的经费预算及有关在华举办国际会议财务管理办法和支出规定。承办方应当根据会议经费预

算总额安排会议议程和接待服务,不得安排非会议内容的接待服务。会议经费由外方全额支付的,我方不再另外安排会议经费补助。经常举办国际会议的城市,应当实行会议定点管理。各地区各部门在华举办国际会议的支出标准,原则上参照中央级二类会议经费综合定额标准执行。要严格控制会议的住宿档次,并按照规定惯例不配备生活用品,不发会议纪念品,不赠送礼品,不组织公款游览、参观等。会议用餐以自助餐为主,可安排一次冷餐宴请,不再另外安排迎送宴请。外方参会人员除特邀代表外,其他人员往返路费及食宿费一律自理。 (中国政府网) 相关报道详见7版

会展关注

会展传真

东京车展规模缩水 24年首次易址

本报讯 近日,日本汽车工业协会作出最终决定。于12月2日至11日期为10天的第42届东京车展将在东京国际展示场(Bigsight)。这是24年来东京车展首次易址,而东京国际展示场场地规模将小于此前一直承办该展的千叶幕张国际会展中心。

东京车展曾经与北美车展、巴黎车展、日内瓦车展、法兰克福车展齐名。虽在5大车展中历史最短,但却有“亚洲汽车风向标”之美名,创办于上个世纪50年代,逢单数年秋季举办。东京车展虽名字中含有东京二字,但按照惯例,车展实际是在位于东京市旁边的千叶县幕张会展中心举行。在不足5万平方米的展区内,每届车展都会有超过50辆的全球首发车亮相。1999年,东京车展创下了参观人数达140万的世界纪录。

但是2009年,东京车展却遭遇到了前所未有的危机。众多欧美车企纷纷退出车展,而日本的本土企业也有大批改参加当年的上海车展,导致那一年的车展只有惨淡的66.4万观众。

据日本共同社报道,意大利高级跑车厂商法拉利公司今年将缺席第42届东京车展。业内人士预计,这家全球知名高端品牌的缺席,会对车展入场人数造成影响。此外,美国通用汽车公司也不准备参加此次车展,这可能与日本市场地位降低有关。

法拉利公司表示“今后会与主办方日本汽车工业协会进行磋商,参展并不是全无可能”,但参展申请已于去年11月截止。

据悉,欧美车企选择退出东京车展的原因很复杂。一方面日本市场具有排他性,海外品牌在日本的市场占有率不高。而往年东京车展,重点也都集中在日本的本土车企。提供给海外车企的舞台本很有限。另一方面,金融危机下各家车企都紧缩开支,而逐渐壮大的中国车展(北京、上海)又迅速越居国际A级车展。在此等局势下,海外甚至是日本本土车企都不得不舍日本而取中国。

有人说此次易址举办将是东京车展的转折点,主办方的过分谨慎以及新能源车补贴政策的取消而导致的新车销量降低,将使东京车展就此衰落,也有人说众多海外车企的回归将挽救东京车展,保住其国际车展的地位。而日本车企的业绩复苏,使东京车展的希望之火得以延续。

(静 安)

长春将建设 综合会展集聚区

本报讯 “十二五”期间,按照长吉一体化发展的战略部署,长春、吉林两市之间将规划建设面积12万平方米至15万平方米的综合会展集聚区。据介绍,长春市计划在长春与吉林市中间带选择一处区域,按照国际化的标准,规划建设集展览、会议、商贸、娱乐、餐饮、休闲于一体的设施齐全、功能强大、配套完备的综合性会展场馆,使其成为服务长吉图开发开放先导区及长吉一体化建设中重要的会展经济集聚区。按照计划,长春市将在“十二五”期间举办各类会展活动334项,会展业直接收入可实现48亿元,带动相关产业收入450亿元左右。据了解,自2005年以来,长春市共举办各类展会近700项,实际收入约55.4亿元,带动相关产业收入约498.7亿元,会展数量由2005年的97项发展到2010年的167项,会展经济总量占长春市服务业增加值比重由2005年的不足2%上升到目前的13.8%。 (曹 轩)