汉诺威联手武汉新城 中原再布局车展

■ 本报记者 兰 馨

汉诺威米兰展览（上海）有限公司（以下简称汉诺威）继成都车展之后，今年将在武汉举办中国国际商用车展览会（以下简称商用车展）。至此，汉诺威车展中国布局似乎已现端倪。

汉诺威有关负责人接受记者电话采访时证实，商用车展将于11月在武汉国际博览中心举办。同时，这位负责人还介绍说，商用车展前身是中国国际专用汽车暨零部件展览会。

据记者了解，商用车展由工信部、湖北省政府和武汉市政府联合主办，由中国汽车技术研究中心汉阳专用汽车研究所、德国汉诺威商用车展的承办机构汉诺威米兰展览（上海）有限公司、武汉新城国际会展中心共同承办。

汉诺威中原布局车展

据上述负责人介绍，近期，汉诺威米兰展览（上海）有限公司与汉阳专用汽车研究所、武汉新城国际博览中心经营管理有限公司（以下简称武汉新城）正式签署协议，自2012年起，每两年在武汉举办一届商用车展。汉诺威米兰展览会（上海）有限公司总经理符禹表示，中国步入工业化和城市进程的过程中，公路运输仍将承担重要角色，呈现出稳定的发展趋势。

符禹表示：“根据商用车未来10年9%左右的增长，展会将着重研究和展现特殊专用车的未来发展，如校车和客车等。此类专用车目前已成为社会普遍关注的热点，它的发展将进一步带动商用车厂家的技术革新和市场扩容。”从汉诺威方面来看，近10年来，中国汽车市场得到了长足发展，市场潜力巨大，尤其在经历近几年的高速增长后，已逐步形成一个相对完善和成熟的市场。

9月20日，第六十四届德国汉诺威国际商用车展（以下简称汉诺威商用车展）将在德国汉诺威开幕，该展会已成为全球商用车的“风向标”。长期以来，汉诺威商用车展就一直是技术革新、行业展示和工业研讨的平台。

汉诺威在中国的另一个车展项目，是每年9月在成都举办的成都国际汽车展览会（以下简称成都车展），其主办方之一的成都世纪城国际会展中心，是武汉新城国际博览中心经营管理有限公司的总公司。近年来，成都车展的规模已成为继北京、上海车展之后的国内第三大车展。车展期间举办的全球汽车论坛受到业内的关注。

专用车展回归中原并升级

近期，中国汽车行业协会专用车分会发布消息称，2012年11月，中国国际专用汽车暨零部件展览会（以下简称专用车展）将回归武汉举办，并升级为中国国际商用车展览会。据了解，2004年，首届专用车展在武汉举办，此后的第二第三届移师上海，如今，走过了8个年头的专用车展将经历一次蜕变，升级为商用车展。据主办方之一的汉阳专用汽车研究所所长王焕民透露，8年前，中国商用车市场尚不成熟。但近10年来，我国商用汽车行业包括专用汽车行业发展迅猛，技术与产品进步较快，国际商贸活动频繁，举办商用车展的时机基本成熟；另外，尽管国内以商用车展或专用汽车展名义举办的展会不少，但多是某些领域或区域性的展会，展会规模、品牌影响力都很小，中国至今没有一个能代表整个中国商用车行业的高规模、高档次和高水平的展览平台。

2000年之前，国内的很多企业还不知道汉诺威商用车展。当初，汉阳专用汽车研究所将专用车展定位为“打造中国的汉诺威车展”。虽然目前国内已有商用车展，但在王焕民看来，这些车展还不是真正意义上的商用车展。因此，有信心将武汉的商用车展打造成一个真正的商用车展示平台。秉承“树立展会品牌，推动行业发展”的宗旨，以“节能创新、引领未来”为主题，本届展会将覆盖商用车整车、零部件和维修检测三大板块，规划展示面积5万平方米，分为4个整车展馆和1个零部件展馆，其中客车、校车及国外品牌将占一个馆。

作为中国专用汽车暨零部件展览会的全新“升级版”，本届展会将把握中国商用车市场发展前景，借助湖北汽车工业强省的优势，利用三方资源，优势互补，打造中国规模最大的商用车展。

本版话题

近日，第十三届中国国际健康产业博览会在北京举办。

为期3天的展会集结了众多国内外知名品牌，来自美国、德国、日本、韩国等国家和地区的企业利用本次展会进行了品牌展示、商贸交流、渠道对接、市场开发。

自上世纪80年代起，中国健康产业高速发展。截至2011年，中国健康产业已经形成了营养食品、保健食品、保健用品、保健服务、医药产业等成熟的产业体系，其中仅保健品行业，年产值就达7000亿元。业内人士希望，中国的医疗保健行业能够继续更好地发展，为全世界的健康事业做出贡献。

本报记者 叶子 摄影报道

展位有限 展商过多

成长的烦恼困扰体博会

■ 本报记者 叶 子

随着中国体育用品行业市场的不断成熟、扩大，中国国际体育用品博览会（以下简称体博会）的吸引力和影响力与日俱增，已经逐步成为一个具有全球视野的品牌展示平台。据国家体育总局局长助理晓敏介绍，体博会已经发展成长为亚太地区最大、最具权威性的体育用品专业展之一，特别是2012年第三十届体博会，将成为中国体育用品市场的“里程碑”。

“截至目前，已有近1200家企业报名参加第三十届体博会，就连展厅过道的展位都被预订一空。”日前，国家体育总局体育器材装备中心主任马继龙在接受记者采访时表示，面对有限的展位、过多的展商，组委会也很无奈。

创新服务体系

第三十届体博会在展会服务和参展回报系统上进行了诸多创新。马继龙介绍说，针对不同的展馆，组委会分别规划了不同的主题，以提升展区的专业性。随着展商和观众对展会专业化服务要求的不断提高，第三十届体博会将健身康复设施区独立成展，并希望其撑起“半壁江山”。据记者了解，本届体博会的场馆设施与营造展区的展商有大幅增长，从去年的140家左右增加到今年的180多家，折射出近几年国内体育场馆运营方面巨大的市场需求。另外，运动休闲服饰和球类运动、网羽运动、户外轮滑运动自行车展区也都分别实现了“展馆面积扩大、参展企业增长”的新跨越。

促进双向交流

一直以来，系统、完整的互动活动是体博会的一大亮点。今年在展会的活动安排上，组委会根据行业特点和参展企业状况，为不同展区内的展商提供专业化的服务和贸易平台，组织和打造了20余项活动。例如，在保持以往受关注度较高的中国体育产业及体育用品论坛、健身商务论坛、中国体育场馆高峰论坛、体育资本论坛、网羽运动嘉年华、户外科技体验区、厂商贸易对接洽谈会的基础上，还增加了体育文化类的奥林匹克文化收藏展拍会等活动。

马继龙强调，这几年，他们无论是创办论坛、组织活动还是规划展区、策划展会主题，都会事先征询企业的意见，以便调动他们的参与热情，这也是打造体博会品牌文化的重要方面。

传播品牌价值

在2012年的展会专业化宣传阶段，组委会针对各展区设置了与各个细分领域专业媒体的合作周期，深耕体育用品专业市场，取得了极佳的宣传效果。为了解决以往展会筹备过程中信息不对称的问题，组委会通过每半月一期的电子展讯，以及体博会官方微博，全面拉近与社会各界的互动沟通。马继龙认为，这些措施都表明了组委会深度传播品牌价值、重视交流听取意见、全面提升服务和品牌的决心。

特别值得一提的是，今年展会期间，组委会将启动“境外媒体观察员计划”——邀请数十家主流的境外驻京媒体前来展会现场观摩、体验和报道，增加体博会在全球范围内的知名度和影响力。

迎来新起点

作为中国体育产业和中国体育用品行业重大活动的重要组成部分，体博会在提高体育用品质量、树立体育用品品牌、培育体育用品市场、推动体育用品业和体育产业创新发展、展示体育成就和加强国际间交流等方面发挥了积极的作用。

马继龙指出，即将举办的第三十届体博会，将承担更多的行业责任，履行更多的社会责任。

组委会希望以第三十届体博会为契机，从不同角度，对体博会进行系统的回顾和梳理，将有效的系统固化下来，为今后体博会在新的起点和新的高度上，为行业更好地服务打下扎实的基础。

纵观国际一流体育展会的发展历程，不难发现：第三十届体博会已发展到了一个重要的历史节点，它也像诸多成熟展会一样，即将步入一个更具有里程碑意义的新时期。

“我们见证了体博会由成长到成熟的华丽转身，更期待它在5月17日至20日在北京中国国际展览中心（新馆）再次绚烂绽放。”马继龙最后表示。

会展观察

业内通告

沈阳现代建博会搭建互动平台

本报讯 近日，2012中国（沈阳）国际现代建筑产业博览会在沈阳国际展览中心举办。该博览会创新办展模式，为沈阳现代建筑产业发展提供了难得的交流互动平台。

样板房体验区汇集了当前日本最先进的积水梦工场、万科春河里、未来之家2012、地铁保障房、一体化装修样板房和集成房屋等，观众可以亲自体验这些房屋的舒适。

展会设立的“保障房展区”，从保障房建设、施工、管理、政策咨询等各方面结合样板房展示向观众进行全面介绍。保障房建材产品展区汇集了国内外众多知名企业的建材产品，仅与保障房相关的住房产品、配套产品展区就超过了3000平方米。该博览会为沈阳市保障房建设从配套产品、部件、施工、设备等生产链条上提供了有力的支持，促进了保障房建设装配式一体化进程。

（沈 展）

外展推荐

2012俄罗斯（秋季）轻工纺织及设备展

展会时间：9月25日至28日

展会地点：俄罗斯莫斯科全俄展览中心

展品范围：面料、服装辅料、纱线、纺织原料、家用纺织品、服饰、特种服装和防护服装、针织品、内衣、帽子、毛皮及皮革制品等。

展会概况：俄罗斯国际轻工纺织及设备展（Textilelegprom）是东欧地区规模最大的纺织专业展会，每年春秋两季各举办一届。

往届回顾：据有关资料显示，2011年俄罗斯（秋季）国际轻工纺织及设备展总展览面积超过6万平方米，吸引了逾2200家展商参展。其中，20%的展商来自德国、意大利、中国、巴基斯坦、波兰、罗马尼亚、法国、瑞士等20多个国家与地区。本届展会还接待了3.44余万人次的专业客商，主要涉及服装、面料、家用纺织品和纺织设备等多个领域。

前景分析：俄罗斯是一个巨大的轻工纺织产品消费市场。近年来，随着俄罗斯经济状况的好转，居民收入不断提高，俄罗斯市场对纺织品的需求日趋旺盛，国内供需缺口越来越大，进口依赖程度较大。除棉布和纯毛布料及一些工业用纺织品外，丝绸、窗帘布等其他日用纺织品主要依靠从中国、土耳其等国家进口。

多年来，中俄纺织贸易已由最初的民间贸易发展成为两国政府积极支持和大力发展的重点贸易领域，其规模和档次不断升级，中国对俄罗斯出口的纺织品和服装也不断由中低档向中高档和大品牌方向发展，中国产品在俄消费者心中的形象不断提升，俄罗斯及东欧地区的纺织采购市场将与中国的生产市场联系得更加紧密。中俄贸易将进入一个快速发展的新时期。

（方 凡）

微话题

会展业“求贤若渴”

@中国展览官方微博：“我们学院2011年毕业的40多个学生，目前还在从事会展工作的不过五六个，这与我省会展业的发展状况反差太大了。”在山东省会展业协会日前召开的一次理事会会议上，山东交通学院管理学院会展专业教师崔元琪不无忧虑地表示。

@会展老渔翁：其实上海的会展专业毕业生也是如此，究其原因，我个人认为是因为我国会展行业还不成熟，多数企业实力不强，造血功能不全，不能给员工很好的职业生涯规划，另外就是企业缺乏专业性，这些都成为学生不敢涉入的原因。