

被列入商务部引导支持展会名单

# 亚洲户外用品展品牌价值获提升

■ 本报记者 叶 子

近日,商务部发布了“2012年商务部引导支持展会名单”。记者在商务部官网上看到,由南京宁菲国际展览有限公司承办的亚洲户外用品展览会(以下简称亚洲户外用品展)名列其中。

“此次被列入商务部的引导支持展会名单,说明亚洲户外用品展的规模、影响力、品牌都达到了国家级展会水平。”南京宁菲国际展览有限公司董事长张建在接受《中国贸易报》记者电话采访时表示。

南京宁菲国际展览有限公司相关负责人介绍说,经过过去6届的培育,亚洲户外用品展已发展成为亚洲地区户外用品行业规模最大、参展品牌最多、专业观众数量最多的贸易展会。

据记者了解,为了有效发挥重点展会示范效应,推动展览行业健康发展,2012年,商务部继续对带动效应好、规模影响大、行业特点鲜明的展览会进行引导支持。经各地方商务主管部门和行业联合会推荐、专家委员会评审及网上公示,商务部确定了108个展会为2012年商务部引导支持展会。作为中国户外用品行业的龙头展会,亚洲户外用品展成为户外行业唯一入选项目。

相关负责人表示,此次被列入“2012年商务部引导支持展会名单”,是亚洲户外用品展的荣幸,也是中国户

外产业的好消息,充分说明了商务部对户外行业的认可和支持。南京宁菲国际展览有限公司将继续创新策划、认真组织、诚意服务,努力实现亚洲户外用品展览会在拉动消费、调整结构、促进产业发展和经济合作等方面的带动作用。

据悉,2012亚洲户外用品展览会参展报名情况空前火爆。截至5月上旬,已有近400家企业确认参展,已报名企业的参展面积超过了上届,预计本届展会规模有望达到4.8万平方米。

相关负责人表示,2012年亚洲户外用品展的报名情况火爆,一方面反映了户外市场发展迅速,另一方面也反映了业内企业对该展会的认可。

据介绍,2012亚洲户外用品展览会加大了专业观众召集力度和媒体宣传力度,各项配套服务均有所提升。众多展会配合活动,如户外产业大奖、产业发展论坛、服装秀、帐篷区、攀岩赛、摇滚音乐晚会等都将继续保留。此外,今年展会现场还计划增加扁带表演及体验区。

另据记者了解,鉴于2011展会的成效及业内的广泛支持,与2012亚洲户外用品展览会同期举办的第二届亚洲自行车展览会(以下简称亚洲自行车展)规模将扩大一倍,达2.4万平方米。目前,绝大多数上届参展商已经确认参展,今年更有众多新品牌加入,预计今年的参展品牌将达到250个。

资料显示,众多欧美品牌将首次亮相2012亚洲自行车展,希望借助亚洲自行车展这一平台进入中国大陆市场。同时,中国本土品牌也逐渐转型进入运动、高端自行车市场,如UCC、Citybug、Java及赛客等都已确认参展,将带来最新的中高端运动自行车。相关负责人认为,欧美品牌越来越关注、重视中国大陆市场,从侧面反映了中国大陆运动自行车市场蕴藏的巨大潜力。

据介绍,2012亚洲自行车展在继续保留原有的展中展、室内测试路、产业发展论坛、服装秀、耐力赛等活动的同时,还将增加入藏骑行沙龙和自行车小姐大赛两项活动。除此之外,本届展会还会增加一项新服务——商业配对服务,为欲寻找国内代理的国际品牌展商和欲寻找国际品牌合作的国内代理商免费牵线搭桥,提高双方的商业合作效率。

7月26日至29日,2012亚洲户外用品展与第二届亚洲自行车展将在南京国际博览中心举行。“此次被纳入‘2012年商务部引导支持展会名单’,将会进一步促进亚洲户外用品展览会的品牌价值日渐提升、影响力不断增强、规模逐渐扩大。”张建表示。

## 本版话题



近日,2012年夏季中国婚博会在北京展览馆举办。来自国内外20多个行业的1800家名品名店参展,展出的20万款结婚新品刷新了婚博会历史纪录。图为展会现场。

本报记者 季春红 摄

# 缺乏“互动性” 国内家电展面临挑战

■ 傅 勇

国内各种家电展越来越多,观众却越来越少,这是为什么?有专家认为,国内家电展普遍存在的问题是,与消费者距离太远,互动不够,基本还停留在摆出产品、介绍产品的层次上。

日前,记者从2012中国国际消费电子博览会(以下简称SINOCES)组委会了解到,包括NEC、佳能、飞利浦、海尔等全球消费电子巨头在内的500余家企业将参加今年的SINOCES,同时,包括亚马逊、欧尚、家乐福等国际采购大鳄以及国美、苏宁等国内连锁巨头在内的逾700家采购商也将参展。

目前,中国不仅成为全球最大的消费电子产品制造基地,也是全球第一大消费电子市场。如何及时地洞察变化的消费需求,实现整个产业链的供需对接,将是企业把握中国市场机遇的重要保障。为此,本届展会将推动家电产业的供需对接作为重点,以帮助企业快速寻找中国市场机会。

除此之外,今年的SINOCES也将保持“亲民”的传统,更加强调与终端消费者的互动,通过实地体验式、互动性的展览方式,面对面、手把手地教会消费者利用智能化的家电产品。展会负责人指出,希望通过新颖的形式,启迪消费者在数字式生活中如何工作、生活和娱乐,以及如何利用这些先进的科技提高和改善生活质量。

## 国内家电展大多缺乏“互动性”

随着近年来家电产业的发展壮大,中国家电会展业发展迅速。但与美国CES拉斯维加斯消费电子展和德国IFA柏林消费类电子产品及家用电器展等电子展相比,中国家电展还有很大差距,其中之一就是对会展顾

客满意度不够重视。

所谓会展顾客满意度,是指参展商和观众的满意度。就展会而言,更多地体现为顾客忠诚度的上升。顾客期望没有满足,就会导致“不满意”,会展的举办就存在问题。而对于与顾客消费者接触最多的家电业来说,满意的顾客更是企业财富的源泉。

那么,如何让顾客满意?如何使参展商、观众获得更有效、更准确的市场信息?如何使各种资源更加合理地流向具有品牌价值的家电展会?

对此,一位业内专家表示,展会组织者应与参展商和观众进行有效的交流,使其更加充分和彻底地了解展会信息。

学者施谊认为,会展作为一项综合性的服务业务过程,顾客满意度对会展项目的生存壮大至关重要,应以参展商、观展商等顾客满意为中心,强调顾客满意,增加再次合作的可能性。

另一位学者王焕民则表示,吸引观众并不是靠几个生硬的展台就可以做到的,而是需要精彩的互动性活动。在享有“世界展览王国”的德国,展览界的普遍观点是:“展览会成功与否,决不是简单地以出租了多少面积来衡量。”一个成功的展会,不仅需要吸引观众用眼去观察,还要吸引他们去听,去触摸,使观众更加直观地了解展会的“形象”。

然而,在一些业内人士看来,目前国内的家电展大多缺乏“互动性”,特别是与消费者的直接互动。国内家电展普遍存在的问题是,与最终消费者距离太远,互动不够,基本还停留在摆出产品、介绍产品的层次上。

记者也曾多次参加过国内各个家电展,除青岛的SINOCES展观众人数较多外,大都显得比较冷清,观众也多为媒体记者和参展商。

## 未来家电展面临挑战

随着中国家电产业的兴起,如今中国的家电展或与家电沾边的展会已有顺德、中山、宁波、余姚、慈溪、上海、合肥等10余个,可谓规模庞大、数量繁多,但真正具有影响的展会却没有几个。

为什么中国没有出现像美国CES、德国IFA那样在世界拥有深远影响力的家电展?

对此,家电品牌营销专家沈闻涧曾评论说,由于中国家电企业长期停留于制造环节,忽视了核心技术的研发和对市场未来发展趋势的引导,从而导致企业参展基本还停留在摆出产品、介绍产品的层次上。

而业内资深人士张亚晨则认为,之所以如此,有两个深层次的原因:一,家电行业缺少基础技术及应用研究,不能及时跟踪和掌握最新技术动态并将其应用到企业及产品发展之中,不太容易产生引领性和突破性新项目。二,家电行业的发展空间逐渐变小,尤其在陈旧的发展模式下,其发展空间似乎趋于穷竭,即使仍存在空间,但由于存在大投入、长周期、高风险等客观因素,使企业望而却步。

不仅如此,在张亚晨看来,随着信息化和电子商务时代的到来,未来的家电展该如何办?这是一个值得思考的问题。目前国内的家电展基本沿用了几十年来的传统展会模式。在信息化技术高度发展的今天,如何将其融入到展会中,从而改善或彻底改变传统模式,将成为家电展面临的新挑战。而电子商务的发展也会削弱观众对实物型家电展会的依赖和兴趣。

## 会展观察

## 业内通告

### 2012中国柯桥春季纺博会 下足创意功夫

**本报讯** 近日,2012中国柯桥国际纺织品面辅料博览会(春季)在中国轻纺城国际会展中心举办。本届博览会展位总数首次突破1000个。同时,吸引了超过60个国家和地区的客户到会参观采购,无论是规模、规格均创下历届之最。据统计,本届博览会的入场专业采购商总人数达2.1442万人,较上届增长5.3%,其中境外客商3432人。

“创意纺织”是近几届博览会着力打造的一个品牌。本届博览会在创意方面下足了功夫。在展馆整体设计方面,延续其“时尚、绿色、品质”的办展理念。为给广大客商提供一个舒适和赏心悦目的环境,组委会特别邀请了业内专业策划机构对展会整体形象进行策划和设计,同时通过向社会公开招标的形式,选择专业性强的优秀展会搭建公司对展会进行布置,“时尚、绿色、品质”的主题在展会设计和布置中得以更加鲜明的体现。(柯文)

## 外展推荐

### 2012年美洲国际 自行车、零部件、自行车运动展览会

**展会时间:**9月19日至21日

**展会地点:**美国拉斯维加斯国际会展中心

**展品范围:**摩托车、电动摩托车、动力车、助动车、拖车、边车、踏板车、摩托车零配件、轮胎及胎圈、发动机及组件、电动设备、摩托车生产设备、工具和商店设备、摩托车及用具、防护用品、原材料、半成品、润滑油和包装材料、摩托车旅游及相关户外用品等。

**展会概况:**美洲国际自行车、零部件、自行车运动展览会(Interbike)创办于1982年,每年举办一届,现已发展成为自行车行业知名的国际展会之一,是美洲地区最大的自行车专业展会。

**往届回顾:**据有关统计显示,2011年美洲国际自行车、零部件、自行车运动展览会规模超过5.6万平方米,吸引了1800多家参展商。另外,展会还吸引了专业观众1.1万人,其中美国以外的专业观众更是达到了1300人,包括零售商、批发商、发行商、制造商等。

展览会的国际影响力和专业性强,为全球自行车产业知名制造商发布新产品的最佳场所之一。美洲是中国自行车生产企业每年出口贸易额最大的地区之一,这使得该展会成为中国自行车生产企业每年必须参加的展会之一。2011年共有约50多家中国企业参展,包括整车、山地车、电动车、赛车配件、普通自行车配件、服装、头盔、声光电子、电动车电池、儿童车、健身器材等产品生产商。绝大多数参展商表示,将会继续参加下届展会。

**前景分析:**北美地区自行车、电动车需求回暖。据美国统计局的最新数据显示,美国出口自行车的产量明显回升,加拿大的摩托车需求量上升,受全球金融危机影响较轻的墨西哥等国家对摩托车的需求增速。自2009年9月以来,北美地区的电动车鼓励政策遍地开花,各个国家陆续出台了一系列的电动车鼓励政策。政策包括给消费者发放不同程度的高额购买补贴、给予电动车生产厂家优惠低额税收、鼓励研发电动车技术等。(方凡)

## 微话题

### 会展上演“皇帝的新装”

**@南开会展-何会文:**有些展会,毫无生命力,却还在坚持着,坚持着,坚持着……期待出现个敢说真话的小孩儿,揭穿“皇帝”的新装……

### 展台资源租赁市场潜力大

**@中国会展门户:**设计、搭建一个展台花费巨大,可仅仅使用数天就彻底变成了垃圾。提高搭建材料的循环利用,将是“绿色展览”的大势所趋。而从目前会展业的发展趋势看,展台资源租赁市场的潜力同样不可小觑。

### 专利拍卖招商公告

受权利人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对“一种床(ZL201120283810.4)”的专利权进行拍卖。该兼有“古床”的架构元素。四角挺拔,取代传统蚊帐的摇晃牵拉、空间感大为改善,具备形、色、光、景的视觉效果;造形伸张向上挺拔规整匀称,与柜、屏和较高挺的植物形成较好的对应;八足着地,坚固性和稳固性强。双置床头箱使床与储物兼有,拆卸和组装简便灵活,搬运和提携方便。该床可一物二用,置于水中不会沉落,可作轻舟。欢迎报名参与竞买。详情可查阅我公司网站www.jcbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。