

第112届广交会一期创新产品出风头

■ 本报记者 静 安

第112届广交会一期于10月19日闭幕。据广交会组委会的数据显示,本届到会采购商数量比上届减少11.4%,但部分参展企业和商会表示,到会采购商的采购意愿增强,新兴市场成交表现较好,创新、品牌产品成交实现逆市增长。

统计显示,截至10月18日,到会采购商总数为93529人,与上届同期相比,下降约11.4%。其中,日本采购商1423人,与上届的2015人相比,下降了29.4%。

本届广交会一期,以机电、五金、化工等产品交易展示为主。据中国机电产品进出口商会调查,本届广交会采购商质量有所提升,超八成采购商表示出较强的采购意愿,不过下单也更趋谨慎。成交价格基本与去年持平,但波动性激增。欧洲市场成交额和占比下滑较大,而拉美、非洲和中东等地区市场的占比上升。

创新产品成交实现逆市增长

据机电商会数据显示,家电及消费

电子类产品交易占总成交量的53.2%,增幅总体下降,其中欧洲市场成交量下降23.1%。

尽管机电、五金、化工等属于刚性需求产品,受经济形势影响相对较小,但仍然感受到了采购商下单较为谨慎。与会客商表示,本届广交会一期的人气不如往届旺。

主要发达经济体的经济不景气可直接从广交会的成交情况上反映出来。以机电产品为例,欧洲市场成交额和占比下滑较大,但拉美、非洲和中东这样的新兴市场占比上升。中国(巴西)投资开发贸易中心的参展人员接受媒体采访时表示,今年巴西参展的企业很多,成绩令人满意,大家对像中国、巴西这样的新兴经济体还是比较有信心的。

尽管世界经济不景气,但许多参展商都表示还是要积极应对。参展企业和商会表示,本届广交会到会采购商采购意愿增强,同时新兴市场成交表现较好,创新、品牌产品成交实现逆市增长。

创新、品牌产品成交逆市增长是本届

广交会的一大亮点。据五矿化工商会调查,采购商对品牌展区精品较青睐,总成交额3.71亿美元,较上届提升21.58%。同时,高附加值商品是成交主力,化工展区中附加值高的特色商品及展示性强的商品成交比例逐渐升高。日用化学品受经济危机影响不大,交易情况平稳。

盼更多优惠政策出台

据了解,在本届广交会前夕,国家接连出台了一系列外贸扶持政策。9月12日,国务院常务会议讨论通过了“外贸国八条”。9月16日,国务院办公厅又发布了《关于促进外贸稳定增长的若干意见》,被业界称作“外贸国十六条”,内容涉及出口退税、金融服务、贸易便利化、贸易环境改善、贸易结构调整等内容。

据媒体调查显示,由于生产成本低企,不少企业认为已出台的优惠政策未能解决他们的“燃眉之急”,企业希望政府层面能出台更多扶持政策,例如直接减税等。

目前,家电行业价格已经透明,企业

利润只有3-5个点,但本次广交会期间,欧美客户依然要求企业降价5%-10%,这超过了企业的极限。参展商表示,对于企业而言,目前最大问题不是接单难,而是没钱赚。企业表示,如果国家能够降税或加大出口退税的力度,企业就有更多降价空间积极争取订单。

也有企业表示,国家应有区别和针对性地对待外贸企业,像受到反倾销影响的陶瓷企业,政府应该加大它们的退税力度,以部分抵消企业在主要销售市场因遭遇惩罚性关税所蒙受的损失。

对此,有家电企业认为,目前出台的扶持政策更多只是OEM企业的“救急药”,而不是根本的解决措施。要真正解决出口企业的问题,还是要鼓励企业做品牌。而真正做品牌的企业,其在技术、营销方面需要投入很多,尤其需要扶持。

会展关注

存之路,可想而知,那些建在二三线城市,甚至是一些镇一级的展馆,又该如何生存?

广州锦汉展览中心和中国国际贸易展览中心的现实处境,也算为有计划建设展馆的决策者们提一个醒。在这里还要提到,位于北京市北三环马甸桥的中国国际科技会展中心,于2001年9月建成后,由于无米下锅,早于几年前就已经转为他用,对于其投资方来说,这恐怕是一个难以承受的伤痛。

快语时评

■ 伊 宇

上周,《信息时报》一篇《锦汉展览中心下月将拆》的报道,一石激起千层浪,令中国会展业泛起不小的波澜。

“锦汉展览中心”全称为广州锦汉展览中心,该展馆占地2.5万平方米,有3个展馆。其中主展馆2号馆共分3层,面积2.3万平方米。据报道称,下月7日,广州锦汉展览中心在举办完最后一次展会后将封闭,并将于11月14日正式拆除。

“锦汉展览中心”之所以闻名,是因为其毗邻广交会的旧址。2002年10月,广州锦汉展览中心正式投入使用,到2012年

11月,“锦汉展览中心”刚好“10岁”。坊间传言称,广州锦汉展览中心拆除后,原址将建起商业建筑。

无独有偶,据传将转作商业用途的还有中国国际贸易展览中心。早在今年年初,就有传言称,中国国际贸易展览中心今年下半年将不再承接展会业务,改作商场。但中国国际贸易展览中心目前尚未对此作出任何解释,且下半年仍在承接展会项目,因此,其是否会被改作他用显得有些扑朔迷离。

广州锦汉展览中心为何要拆?中国国际贸易展览中心为何要转作他用?前者广州锦汉展览中心方面已给出了答复:租约

已经到期,原计划只用2年。这样一来,广州锦汉展览中心就是“超期服役”。而后者中国国际贸易展览中心没有表态,因此,业界想要知道结果,至少要等到今年年底。它们之所以会陷入如此境地,竞争激烈应该是主要原因,无论是广州,还是北京,前者有广州国际会展中心、后者有相继新建成的北京中国国际展览中心和国家会议中心,都具有极强的竞争力。

此外,还有一点需要提出来,就是无论是租约到期,还是经营效果不理想,两家展馆都身处会展一线城市,且都位于城市的黄金地段。这不得不令人担忧:就连这样的展馆,具有这些优势,都要纷纷走上寻求生

从“锦汉展览中心”被拆除看展馆去留

展会项目创新突围 破瓶颈魔咒

■ 本报记者 周春雨

近年来,随着中国展会数量的快速增长,展会创新成为一个既新又老的话题。尽管,业内对展会项目创新感到难度非常大,但纵观各地举办的新的展会项目,不难发现,创新几乎都是在行业内进行的市场垂直细分。

“随着科技的发展,新兴行业亟需展会这一平台。”日前,2012中国国际电动汽车充(换)电站建设展览会在京举办,据业内人士介绍,这一展会以“集结新动力,启动低碳生活”为主题,给电动汽车企业提供了一个展示、交流新品、洽谈合作的优质平台。据了解,在展会现场,组委会还设置了新能源汽车试乘试驾、充(换)电站演示等互动体验项目。

近年来,展会项目在经历了同题展会恶意克隆、贴身肉搏之后,开始了新一轮的竞争。令业界稍感安慰的是,展会项目在逐渐进入规范化、市场化的今天,纷纷以新展会项目为突破,打破了此前令业界焦灼的瓶颈。

垂直细分有天地

今年以来,展会项目垂直细分成为热议的话题。

近日,上海市卫生局上海国际医学交流中心宣布,由其主办的2013上海国际医疗保健旅游大会暨上海国际高端医疗保健服务展览会(SMTS,以下简称上海医保旅游大会)将于2013年4月10日至12日在上海光大会展中心举办。

上海医保旅游大会是旅游领域首个专业性国际展会。据其有关负责人介绍,举办上海医保旅游大会的目的,是为中国高端医疗与医疗旅游服务的需求者打造一个完整的解决方案,为国际医疗机构、旅游运营商、健康管理服

务商、中介组织等提供交流合作的机会,为中国高端需求群体提供一次了解和选择的机会。同时,也将积极推动医疗旅游和高端医疗保健在国内的发展,吸引境外人士来中国就医,享受独特的中医服务等。

该负责人表示,医疗旅游是将旅游和健康管理服务结合起来的一种旅游形式,近年来发展势头十分惊人,是全球增长最快的新兴产业之一。

据麦肯锡公司统计数据显示,2012年亚洲医疗旅游服务额高达1000亿美元。针对如此庞大的市场,中国卫生部部长陈竺表示,中国医疗旅游业正在迎来难得的机遇,但也面临诸多挑战。

“中国医疗旅游市场庞大,健康旅游课题提出来正是时候”。国家旅游局局长邵琪伟介绍说,去年中国游客到韩国医疗旅游的人数达10万人次。

业内专家介绍,中国发展医疗旅游具有巨大的优势,入境医疗旅游方面具有高质量、低成本、有特色的服务优势。医疗旅游的发展已经被纳入国家“十二五”规划。另外,中医服务也是中国独有的,在医疗旅游中将大有作为。

印上时尚文化标签

曾有业内人士对中国每年举办的4000多个展会项目发出感慨:“连计划生育的展会都举办了,还会有哪个行业还没举办过展会?”

尽管每个行业都有综合展或专业展会举办,但展会项目创新仍有空间,并能够在竞争中引起高端群体的注意。记者近日从有关方面了解到,2012北京国际顶级私人物品、高端生活展览会(BILS,以下简称北京私人物品展)将于12月中旬在北京展览馆举办。据知情人士透露,北京私人物品展曾于9月中

旬安排了一场国际高端艺术品鉴赏会,邀约行业专家、展团代表、意向展商、时尚买家、高端媒体,对奢侈、高端、享受、生活等概念,通过交流问答等形式展开了现场讨论。

由此可以看出,与此前中国会展业界展会问题竞争已有明显不同,各主办方都在展会项目上求创新,并以此吸引参展商和采购商。

“十一”长假期间,吉林省长春市举办的一场2012长春国际时尚生活用品展览会,从名称上看,没有什么新意。但该展会却首开了中国“情景式”展会的先河。据记者此前采访了解到,本次展会以“时尚,打造精品生活”为主题,通过设计布景,将展厅打造成集商业区、文化区、公园、功能区为一体的微缩小镇,将商品展示与国际都市人文景观相结合,力求展现城市、人、商品、时尚之间密不可分的关系,从而凸现时尚装点城市,打造精品生活的特性。

据其有关负责人介绍,近年来,奢侈品展曾多次在一线城市举办,此次在省会城市举办奢侈品展,就是要将商业跟文化更多地结合起来,提升参观者的品位。此前的奢侈品展会都是采用标准化展位,展场装修等方面和时尚商品不太匹配。因此,长春时尚用品展要在展台搭建上,让奢侈品真正地释放出其文化内涵。

在全球经济下行的情况下,许多国际奢侈品品牌纷纷看好中国市场。中国经济增长依旧强劲,这些奢侈品品牌对中国市场充满了信心。

瞄准社会群体需求

日前,2012中国(天津)首届国际老年产业节(以下简称老年产业节)在天津落下帷幕。据了解,此次老年产业节期间举



会展传真

2015年意大利米兰世博会第二次国际参展方会议在米兰举行

本报讯 10月10日至12日,2015年意大利米兰世博会第二次国际参展方会议在米兰举行。来自85个国家和地区及国际组织的国际参展方代表及来自意大利商协会、研究机构、地方政府、合作伙伴企业和世博会服务公司的代表等1000余人出席了会议。

通过为期3天的会议,意大利主办方重点围绕米兰世博会园区建设、主题演绎和观众体验、参展模式和程序、宣传和推广4个主题向与会的各参展方代表详细介绍了各项筹备工作进展情况,并为与会代表安排了园区考察、对口洽谈和参展合同签订仪式等配套活动。

米兰世博会以“滋养地球,生命能源”为主题,将于2015年5月1日至10月31日在意大利米兰市举办,为期184天,是经国际展览局正式批准的继2010年上海世博会之后的新一届注册类世博会。

(毛 雯)

澳门会展活动激励计划将新增两个资助项目

本报讯 澳门特区政府加大力度扶持会展业发展。澳门会展业发展委员会近日建议,从明年开始新增两个资助项目,包括会议的宣传和翻译,以及展览的宣传与物流运输费用。

澳门会议展览业协会理事长卢尔德华称,明年起会展活动激励计划新增宣传与物流运输财务资助,预计将促进会展业进入新的发展里程。她认为会展业应尽快做大做强,让更多大型展会在澳门举办。

澳门会议展览业协会副会长、澳门政府会展业发展委员会委员何海明表示,经过几年人才和经验的积累,澳门会展业已进入一个可喜的发展阶段。澳门特区政府现在推出的扶持措施,将推动会展业进入一个高速发展时期。

(宗 赫)

南京国博与斯图加特成立合资公司

本报讯 近日,在南京举办的第二届中国(南京)国际金属加工展览会首次采用了德国著名展会品牌“AMB”(斯图加特国际金属加工展览会)的名称,这也使得其运作方、国际会展巨头——斯图加特展览公司浮出水面。

据了解,早在2010年斯图加特展览公司便与南京国际博览中心共同注册成立了斯图加特展览(南京)有限公司,把南京作为该公司在中国的业务中心,计划将在德国举办多年的品牌展览国际金属加工展览会、国际旅游博览会等4个展览移植到南京。但是两年来该公司一直相对沉静,双方的出资额、持股比例等信息均尚未对外披露。

据悉,今年以来,斯图加特在南京相继推出了国际旅游度假展和国际金属加工展,开始了在长三角的强势拓展。

(宗 赫)

广州推动会展业辐射长三角

本报讯 近日,广州市政府常务会议通过了《关于支持广交会做大做强的工作意见》。意见提出,要发挥广交会“中国第一展”的龙头带动作用,把广交会培育成全球顶级品牌展会,推动广州成为辐射长三角、环渤海的国际会展中心城市。

据了解,作为“中国第一展”,广交会展馆规模亚洲第一、世界第四,2011年办展规模达580万平方米,位居世界第一。

意见提出,力争到2015年广交会展馆可展览面积达52万平方米(含室外展10万平方米)左右,举办展览面积达700万平方米以上,举办10万平方米以上大型展会达20个。据了解,2011年,广州市举办了12个办展面积超过10万平方米的大型品牌展会,举办国际展逾70个。

(新 宝)