

简约风当道 济南会展业有点冷

■ 沈 阳

济南市商务局发布的2012年济南会展业行业分析统计显示,2012年济南市共举办各类展会155场,比去年同期增加14场,展览面积220万平方米,实现交易额1221亿元,拉动相关行业收入165亿元。不过,这些漂亮的数字在今年可能难以见到了。自去年年底开始,国内掀起厉行勤俭节约、反对铺张浪费的风潮后,济南市庆典行业产业链上的多个环节均受到了严重影响。政府类展会大范围停办、各类开幕式纷纷取消、新人婚礼降级等一系列连环效应让庆典行业一度告别了鲜花簇拥的时代。济南会展业的现状是:展会少见开幕式,政府类展会屡屡“爽约”。

曹硕是济南某会展中心的工作人员,每年的4月份通常是他最忙的时候。“因为天气

晴好,每年4月和10月是济南市的展会旺季,我的主要工作就是负责联系各层领导、媒体等做好宣传工作。”不过眼看今年即将过半,他还没有邀请到分量级领导来参加展会。原因是“没有开幕式,领导们来了也没有噱头,而且他们现在也不愿意来。”

济南市会展行业协会会长何元清在接受记者采访时表示,今年,济南市举办的大多数展览都没有组织开幕式。曹硕说:“虽然没有开幕式对整个展会的运作没有影响,但是毕竟有开幕式,领导一来记者就跟过来报道,一报道就相当于打广告,增加了展会人气。其实受影响最大的部门是广告部,没开幕式就没法冲营业额。”

除此之外,记者还了解到,一些每年定期举办的政府类展会集体“爽约”。“听说去年国家粮食局主办的全国粮油展,今年就待定了。”在一份2013年济南市某会展中心4

月份会展计划表中,记者看到,到目前为止,确定下来的展会数量只有3场,而在2012年同期有6场。“通常情况下,展会要提前一年左右预约场地,可到现在还有两场4月份的展会没有确定下来。”曹硕表示。济南市商务局相关负责人也向记者证实,今年一季度展会数量同比增长将有所放缓。在2013年山东国际会展管理有限公司(高新馆)的展览日程计划表上,记者看到,全年意向展会数量43场,其中政府类展会不足一成。

一直以来,会展业都被誉为是国民经济发展趋势的“晴雨表”,也是城市功能的新体现载体,拉动消费需求的新动力。2010-2015年中国会展行业深度评估及投资前景预测报告称,未来5年至15年,中国会展业年均增长率将保持在15%至20%左右,2020年规模更将超过1000亿元。那么当下,会展规模缩小对济南市的会展行业发展会产生什么影

响,对此,一些业内人士表示,“政府类展会减少,或许可以借助市场化运作展会来补救。”

何元清在接受记者采访时也表示,会展行业面临的新调整要辩证来看。“以前筹办一个展会的开幕式,仅仅半小时,花费少则三五万元,多的要几十万元,这不是一个成熟行业应该表现出来的。现在没有开幕仪式了,作为展会筹办方可以把更多的人力、财力投入到专业管理、组织和策划上。”

此外,记者了解到,依靠市场化运作的非政府背景展会,在今年并没有表现出减少态势。“比如刚刚结束的第二届济南家居展,今年是第一次在春季举办,我们计划在秋季的时候再举办一次。”何元清表示。

本版话题

4月20日至21日,中国会展经济研究会第八届年会在青岛举行。据悉,本届年会吸引了近500人参会。年会期间,发布了《会展蓝皮书》和《2012年全国展览统计数据》。此外,还评选出2012年度中国会展城市(项目)管理机构优秀人物12人,2012年度中国会展优秀企业家15人,2012年度中国会展教育优秀院校10家,以及第四届中国会展经济研究优秀成果奖(著作)10部。其中一等奖3部,二等奖3部,三等奖4部。第四届中国会展经济研究优秀成果(论文)评选出22篇,分别为一等奖4篇,二等奖6篇,三等奖12篇。

本报记者 兰馨 摄影报道



“大出展”为纽约展助力

■ 汤 蓉

根据2012年7月在纽约贾维茨会展中心举行的第十三届中国纺织品服装贸易展览会(以下简称纽约展)的调查报告显示,在买家采购金额方面,有51%的买家表示,2013年公司的采购预算金额将维持不变,25%的买家表示将略有增长,15%的买家表示将大幅增长。在采购下单方式上,60%的买家表示参观完展会后会考虑下单。近87%的观众通过参观该展会收集市场信息,找到了需要的商品,为日后采购决策作参考。买家考虑发展新的供应商的三大最主要因素是:面料品质、价格和每单最低起订量。从2011年和2012年的纽约展报告中我们可以看出,受到经济的影响,美国买家近年来采购预算的涨幅不大,多数维持不变;此外,小批量、性价比高的产品仍是美国市场需求的方向。

出展细分应对市场需求

纽约展从2010年开始细分为三个分别面向服装面料、服装以及家用纺织品的国际专业采购展览会,即纽约国际服装采购展(APP)、美国Texworld服装面料展和纽约国际家纺采购展(HTSE),由中国贸促会纺织行业分会(以下简称纺织行业分会)与法兰克福展览(美国)公司联手举办,旨在为我国纺织服装外贸企业开拓美国市场架起桥梁。

纽约展不同于传统意义上的纺织类展会,以“大出展”概念贯穿始终,旨在打造适应美国市场并符合我国纺织服装外贸企业需求的全产业链展会。“大出展”不仅体现在从原材料到终端产品,从面料到服装、家纺,从流行趋势到服装配饰等纺织产业各个环节的展出上,同时也体现在展会资源

的全球配置上。2012年,纺织行业分会在国内国外承办的行业展会已达19个,总展出面积725000平方米;同时还多次组团参加各种纺织类国际展,2013年,纺织行业分会又将这种势头带到了巴西,首届巴西GO TEX服装采购展即将拉开大幕。从这个角度来说,“大出展”让我国的纺织服装产业在走向全球的同时,也使得展会的资源可以更加有效地共享。纽约展从招展招商即充分利用并共享内外展资源,通过自己的专业办展平台和庞大的海外买家信息数据库,对中国的纺织企业和纺织市场作了很好的宣传和推广。

把握本土需求

第十四届中国纺织品服装贸易展览会(纽约)将于2013年7月16日至18日在纽约贾维茨会展中心举办,展览会由中国纺织工业联合会主办,中国贸促会纺织行业分会与法兰克福展览(美国)公司承办,中国参展商以国家展团的形式嵌入到同期同馆举办的纽约国际服装采购展(APP)、纽约家纺采购展(HTSE)、和美国Texworld服装面料展(Texworld USA)三个专业展览会上,形成产业链系列展览会,目前这三个专业展览会已经成为美国东海岸规模最大的纺织品服装专业贸易展览会。

受到工资税法、燃油、天气等因素的影响,美国服装零售数据差强人意,一小部分国内服装类企业对美国市场的未来充满担忧。但贸促会展览六部相关人士表示,目前,评价工资税法改革及汽油价格上涨对消费支出的影响还言之过早。因为消费者对服装的需求是持续的,有需求就会为经济注入活力,这会为美国零售业带来良好的发展

信号。目前,纽约展招展工作正进行得如火如荼,中部地区如安徽、河南省企业报名增多。东莞市大朗镇作为全国针织产业集群,将由镇长带队再次出征纽约展。

调查显示,有82%的消费者最喜欢纯棉或混棉织品,其他包括丝织品占3%,涤纶织品占2%,而羊毛织品以及人造纤维产品消费仅占到1%。“美国市场比较稳定,非常值得耕耘。从近期的一些数据上,我们可以看出消费者消费习惯的变化,性价比高的休闲系列、牛仔系列都是美国买家关注的品类。美国客户看重我们完整的纺织产业链,随着中国纺织服装产业转型升级加速,中国企业生产的产品质优价优,附加值逐步提升,交货期有保证,订单量灵活,在美国仍占有相当市场。”主办方表示。

同时,由于近期美国房产市场回暖明显,家纺产品零售持续升温,目前,家纺类企业回应积极,报名情况较好。

与服装零售3月的销售额下降相比,家纺家具类产品3月销售额环比增长0.9%,同比增长4.08%。有消息显示,2012年12月,全美房屋价格与上年同期相比上涨了8.3%。这是自2006年5月以来最大涨幅,并且是连续第十个月上涨。CoreLogic公司的数据也包含了止赎房产和其他抵押房产的销售。这一增长趋势对于那些在2006年房价达到高点之后陷入了困境的潜在购房者来说是利好消息。美国政府支持的抵押公司房利美2月公布的一项调查结果显示,近四分之一的房屋拥有者和出租者表示,现在是售房的好时机,这一数字与去年相比上升了11%。

房屋市场数据的增长,反映了美国房地产业复苏的活跃程度,也反映了消费市场对室内

家纺产品需求的上涨。主办方表示,希望家纺类企业能够准确了解市场走向,调整产品定位,借纽约展迅速有效地进入美国市场。

拓美国市场不停步

一方面,联邦政府年初出台的新一轮工资税法改革,在增加税收的同时,影响了工薪族家庭的开支。另一方面,本该进入春季的3月,寒潮却席卷全美大部分地区,这都让消费者延后采购春装的计划。

“美国消费者目前开支计划十分谨慎。”BIGinsight负责人Pam Goodfellow表示,由于油价、食品价格等上涨加之经济的不确定因素,人们挑选商品时,会更多地选择普通品牌的商品,使用优惠券增加折扣,减少电话宽带等项目的支出,重新调整消费习惯。即便是在目前的经济形势下,55%的消费者表示仍然愿意为纯天然面料的服装增加支出,其中愿意花更多的钱消费纯棉内衣裤的占到61%,牛仔裤占到55%,T恤衫占到57%,运动衫占到45%。

美国零售委员会主席Matthew Shay表示:“只有国民消费才能拉动国内经济增长。年初的财政悬崖、上涨的油价、走低的消费者信心以及美国经济走向的不确定性,给消费者和零售业都带来了负面的影响。我们能做的就是打破障碍,使消费者重新开始消费。天气寒冷加上消费者支出削减,13家大型零售商3月的网店销售增加1.4%,虽不如市场预估的增加1.8%,但还是给冷清的市场带来利好消息,至少人们还在持续消费。”

谈经论道

业内通告

华东电子电路产业盛会5月启幕

记者近日从海峡经济科技合作中心获悉,为期3天的2013苏州电路板暨表面贴装展览会(以下简称CTEX)将于5月8日至10日在苏州国际博览中心举办。届时,将有近350家国际厂家前来参展,总展览面积达20000平方米,包括电路板制造本业原物料/化学品、清洁生产—铜平衡主题区等13大类展示内容。

日本大地震后,许多日本转单及供应链重建的计划都开始转移至电子组装业供应链较完整的中国东部地区。此外,板厂研发单位也表示,印制电路板(PCB)制程的改进需要秘密武器,而展览展示平台正是研发单位所关注的对象。随着PCB产业成本及环境影响块状的移动,CTEX已成为华东科技走廊的重要展览展示平台。

今年,拆解便携产品趋势论坛将再次开锣。2013年智能型产品持续发烧,CTEX将再度与亚洲极具权威代表的电子行业媒体——日经BP日本总部合作,于会场剖析并展示Apple及Google两大科技龙头便携产品。另外,此次活动将特邀Tech & Biz公司的北原洋明担任便携产品设计趋势论坛主讲人,带领设计工程师深入了解当红电子产品内部的设计架构。

每年,与展会同期的年度盛事——苏州电路板研讨会都以崭新的面貌与议题设定迎接旧雨新知,今年主办方特地邀请到中兴通讯全球市场战略总监吕钱浩,针对当前竞争激烈的智能型手机市场提出独到的看法与观察。

此外,深受业界关注的白蓉生老师(台湾电路板协会资深技术顾问)将再次莅临。白蓉生独具特色的演讲风格与材料丰富的演讲内容,每年都吸引数百位产业研发主管全程聆听与交流。今年,白蓉生的开讲内容将涉及焊接原理与焊点强度、无铅焊接与PCB表面处理等。(静安)

外展推荐

2013印度清奈国际塑料工业展览会

展会时间:2013年6月27日——6月30日

展会地点:印度孟买展览中心

展品范围:射出机、押出机、成型机、吹瓶机、印刷及包装机械、加工及辅助机械设备、化工原料及辅料、冲模具、品质控制与测试设备、成品及回收利用设备、其他相关设备等。

2014中东钢铁及金属加工博览会

展会时间:2014年1月20日——2014年1月23日

展会地点:阿联酋迪拜世界贸易中心

展品范围:

- 1.金属表面处理及后期处理:喷丸/砂,砂轮,喷沙装置,喷砂装置及相关配件通风系统与设备;研磨,切割,电力工具等;清洗,喷漆设备等。
- 2.钢铁机械设备:各种钢铁机械,冶炼炉,轧钢设备,酸洗设备,柔性钢/金属板加工,冲压/打孔/切削设备,柔性钢/金属板成形,钢卷制造/加工,金属横切机/设备/生产线等。
- 3.刚板材、卷材、各种轧钢材、铝板、锅炉板,优特钢类,型钢类,钢铁流通配送类等。
- 4.焊接与切割:各类电弧焊、等离子焊、电阻焊、固态压焊、激光焊、电渣焊、表面堆焊、摩擦焊接、惰性气体钨极保护焊接等。
- 5.建筑钢/金属管设备:钢/金属管弯折设备、钢/金属管成型设备与工具、轨道焊接、夹具与夹钳、斜边机/磨边机、管道切割系统、数控成型切割机。
- 6.辅助: 钢、紧固件及附件,手工具及附件,建筑钢/金属管设备及工具、轨道焊接,分析测试/测量/无损检测设备,自动化及传动设备,冶炼环境检测设备,冶炼污水处理设备等。