

2014 上海汽配展“疯狂”成长的背后

■ 本报记者 兰馨

日前,2014上海国际汽车零部件、维修检测诊断设备及服务用品展览会(Automechanika Shanghai,以下简称上海汽配展)让上海新国际博览中心变身成为汽车零部件的“王国”。

今年,是上海汽配展举办的第十个年头,启用了上海新国际博览中心全部17个室内展馆以及10个室外临时展馆,规模达22万平方米,同比增长5%,创历届之最。

据其组委会的统计数据显示,本届上海汽配展有来自39个国家和地区的4906家展商参展,数量较去年上升6%。其中,白俄罗斯、秘鲁、葡萄牙、瑞士、约旦等五国企业首次参展;海外展商数量达581家,较去年上涨11%;国内展商数量跃升至4325家,涨幅达5%。

面对再破纪录的参展商数量及展示面积的进一步扩大,法兰克福展览(香港)有限公司高级总经理曹建生表示:“我非常欣喜地看到该展会规模逐年壮大。今年,在参展商数量再创新高的同时,展示总面积也达到了历届之最。各项数据的增长是最

直观的信号,这表明该展会已成为中国乃至全球范围汽车行业越来越重要的行业服务平台。”

零部件产业升级

与上海汽配展同期举办的第三届中国高新汽车国际峰会(以下简称汽车峰会)以“关注未来汽车发展趋势,聚焦零部件产业升级”为主题,探讨在汽车产业新能源化、智能化、轻量化发展趋势下,整车企业与零部件企业将面临的机遇与挑战。

本次汽车峰会以“高新汽车”为核心,探讨未来汽车产业革新的主要技术以及发展战略。整车及零部件企业能否在新能源汽车全面进入高速发展时期,把握机遇、迎接挑战,完成自身的产业转型与升级,也是本次峰会讨论的重中之重。

中国经济进入新常态以来,尽管国民经济增速与整体汽车产业发展速度有所放缓,但汽车后市场领域却持续升温,全国汽车保有量已超过1.4亿辆,占全部机动车的比率为55%。全国有31个城市的汽车数量超过100万辆,其中北京、天津、成都、深圳、上海、广州、苏州、杭州等8个城市的汽车保有量

超过200万辆,北京的汽车保有量更是超过了500万辆。

调查显示,多数采购商认为,上海汽配展特色鲜明的汽车零部件、维修与保养、用品与改装三大板块是最引人入胜之处。

据了解,本届展会汽车用品馆中的参展企业将获得特别订制的“品牌推广整体方案”,包括展前针对全球买家及汽车全产业链的品牌及新品曝光机会。

海外品牌成长年

“目前我们还在培养品牌在中国市场的知名度。”武迪(上海)实业有限公司(以下简称武迪)中国区总经理周行健介绍说,近年来,武迪以WD-40产品连续参加上海汽配展,目前,中国市场销售还不是很稳定。

据周行健介绍,WD-40是拥有许多知名品牌的全球消费品公司,总部位于美国加州圣地亚哥。此次参展的润滑类产品WD-40,意为第40次完美配方。由于此前在中国市场多是通过工厂采购方式销售,中国消费者对该产品并不很熟悉。近几年,武迪开始加大汽配渠道的销售,并进入4S

店。可以说,中国市场前景可期。

“振时工具为专车专用工具。”杰特熙(上海)工具设备有限公司(以下简称杰特熙)技术总监陈健文介绍,这是内地企业不太关注的部分。公司希望通过参加上海汽配展,让更多的客户了解杰特熙工具。

根据市场拓展规划,为了更好的服务客户,杰特熙以华东市场为主进行自营。他们相信中国市场空间巨大,希望在市场竞争中以良好品质突出重围。

调查显示,海外汽配品牌认为,尽管市场竞争压力大,但在中国市场仍有较好的成长发展空间。

明年移师虹桥展馆

上海汽配展由法兰克福展览(上海)有限公司和中国汽车工业国际合作有限公司联合主办。作为Automechanika品牌全球14个展览会之一,上海汽配展目前已成为规模仅次于德国“母展”的全球第二大专业展。

数据显示,今年1月至10月,中国汽车生产和销售分别达1927.1万辆和1898.8万

辆,同比分别增长7.93%和6.58%。虽然增幅已告别两位数增长,仍是全球最引人注目的汽车市场并将持续给全球汽车厂商带来新机遇。

根据参展企业的数据显示,2014上海汽配展三大主要产品板块规模较去年都实现了不同程度的增长,更好地覆盖了整个产业链。新增设的“汽车用品品牌馆”汇集了用品领域的诸多行业顶级品牌,实现了用品及改装板块10.4%的最大增幅,居三大板块之首;往届展会的成功效应也同样吸引了众多忠实参展企业的回归并扩容,从一定程度上推动了维修与保养板块7.3%的较大增幅,仅次于用品及改装板块;而汽车零部件板块则更注重品牌、产品服务以及产业纵深、细分、均衡发展等方面。

中国汽车工业国际合作有限公司总经理纪学成表示,为适应展会规模持续增长,明年的上海汽配展将移师位于上海浦西虹桥地区的国家会展中心举行。

本版话题

天津于家堡金融中心 2016年将接国内外会展

本报讯 日前,位于海河开启桥东侧的于家堡国际金融会议中心已开始幕墙施工,幕墙工程将于明年5月全部完成,2016年具备接待条件。现代感、国际范儿十足的于家堡国际金融会议中心投用后,将承接国际国内重大会议和展览活动。

记者了解到,于家堡国际金融会议中心总面积19.3万平方米,其中,地下6.51万平方米,地上12.79万平方米。作为中心商务区的标志性建筑,金融会议中心以高端会议、展览中心为核心,集酒店住宿、特色餐饮、高级服务公寓为一体。

尽管天气寒冷,但施工现场却是一番火热景象。近日,记者来到于家堡国际金融会议中心,几十名工人各司其职,搬运、监督、安装等每一个环节都进行得有条不紊。

据了解,于家堡国际金融会议中心的设计出自国际名师之手,无论是建筑的气势还是细节的勾画尽显“国际范儿”。项目负责人介绍,会议中心的用钢量和北京鸟巢相近,钢结构设计的复杂程度甚至要超过鸟巢。

(檀昕尧)

辽宁省展览会 主场服务标准即将出台

本报讯 近年来,随着国内会展业的快速发展,悄然兴起了一种新生事物——展览会主场服务。所谓展览会主场服务,就是展览会现场管理与服务的外包和代理,是展览会的组织者指定专业会展服务公司,对展览会现场实行全方位管理、协调和服务的一种新型的专业服务模式,它是在展览会的组织者与场馆、参展商和观众之间架起的一座“桥梁”和“纽带”。

即将出台的“辽宁省展览会主场服务规范”,界定了“主场服务”和“主场服务商”等专业术语的定义,明确了主场服务企业和相关工作人员的资质条件,对展览会的主场服务工作分为展前、布展、展览、撤展和展后等5个阶段进行了规范,对展览会主场服务的安全管理分为施工安全、展场安全和消防安全等3个方面提出了要求。使主场服务商的工作不局限于展前和展览期间,对主场服务的工作质量要求更高、更全面、更规范。

据了解,“辽宁省展览会主场服务规范”是目前中国大陆推出的第一部展览会主场服务标准。

(吴宏 包晗)

北京文博会凸显区域实力

朝阳区引领北京文化创意产业集群发展

■ 本报记者 叶灵燕

近日,第九届中国北京国际文化创意产业博览会(以下简称北京文博会)为观众呈现了一场务实的文化创意盛宴。博览会期间,《中国贸易报》记者把主展馆逛了个遍,还跑了不少分会场。据记者观察,相比往年,今年文博会上多了很多创意产品和创新项目。

据资料显示,本届北京文博会主展场展览面积为5.5万平方米,1800多家中外文创业企业集中亮相;利用遍布北京的会展场所设立14个分会场,总展示面积达17.5万平方米。

第九届北京文博会期间举办了六大系列百余场活动,密集呈现了影视动漫、文化科技等重点领域的新创意、新品牌等,充分证明中国企业原创能力在进一步增强、产业融合在持续深化。

本届文博会期间,朝阳区作为北京市文化创意产业企业聚集度最高、资源最丰富、市场最活跃、产业发展综合比较优势最突出的区域,该区携众多品牌文创业企业及一批重点文化

创意产业集聚区和基地高调亮相,凸显区域文化产业实力,显得格外引人注目。

文化与科技、传统与现代的跨界融合

第九届北京文博会期间,一批将文化、科技、生产和艺术进行完美传承、跨界、融合的文化创意项目、产品和活动,亮相朝阳展区及朝阳各分会场,带给人们全新的创意体验和享受。

记者在本届文博会主展场的朝阳展区看到,LKK洛可可创新设计集团展出的一款55°杯引来众多观众前来猎奇。“将100℃的开水倒入杯中,摇一摇(约1分钟),开水快速降温至55℃左右的温水。”该集团副总裁陈兵向记者介绍说,该产品刚上市没多久就成为爆款产品。

在朝阳展区,好玩的创新产品真不少。“这款APP挺好玩的,既能看节目又能即时互动。”观众口中“好玩的APP”,是中投视讯文化传媒有限公司推出的@tv互动电视手机客户端。工作人员告诉记者,人们通过该客户端可以在手机上欣赏直播节目,也可以与节目现场实现互动,感受“身在现场”的体验。

有了好的创意产品、技术、项目,文创企业尤其是小微文创企业又该怎样做到更好地“走出去”?

记者在朝阳展区看到,蓝海电视台发起“中国创意千万亿行动”,拍摄文创企业的创意作品和故事,吸引了不少参展企业的积极参与。蓝海电视台CEO诸葛虹云介绍说,小微文创企业是我国文化创意产业“走出去”的主力军,蓝海电视台想利用电视台一云多屏的模式,实现内容在全球的多渠道、多终端发布,帮助小微文创企业更好地开拓国际市场,寻求资金支持和项目合作机会。

北京文博会期间,人们不仅可以看到现代时尚的科技创新产品和文化创意产品,还可以近距离欣赏具备独特魅力、精湛技艺的传统工艺品和艺术品种。

作为朝阳区分会场活动之一,2014国粹苑文化艺术节在文博会期间开幕,10余场文化艺术展览展示系列活动、万余件艺术精品精彩亮相。

骏马、剔红碗、云纹盘等350余件雕漆珍品“漂洋过海”回到了它们的“家”——位于朝阳的懋隆文化产业创意园,首次与北京市民亲密接触。记者看到,《四海升平》景泰蓝赏瓶等3件北京APEC会议国礼也在懋隆分会场与观众见面。

作为本届北京文博会的重要创意活动之一,2014中国3D技术与创意博览会在朝阳规划艺术馆举办。在开幕式当天的3D高峰论坛上,朝阳规划艺术馆率先提出了“3D生态圈”的发展模式,引起与会人士的强烈反响。

北京文博会是人们体验传统与现代文化的“游乐园”。文博会期间,朝阳分会场之一的北京欢乐谷开启了“最暖冬天”冰雪狂欢。北京欢乐谷副总经理李向阳向记者介绍说,冰雪狂欢节期间,奇幻海洋馆和欢乐世界馆的温度恒定在

18℃,游客可在暖冬环境下体验游园的乐趣。

集群发展态势日益凸显

在第九届北京文博会上,朝阳区重点展示推介北京CBD一定福庄国际传媒产业走廊、I工场第五园区等一批重点文化创意产业集聚区和基地。

据朝阳区文化创意产业发展中心一位不愿具名的负责人介绍,经过多年的规划引导和政策促进,朝阳区目前已形成了以CBD为核心、以CBD一定福庄国际传媒产业走廊为主轴,以奥林匹克公园会展旅游文化产业功能区等重点文化创意产业功能区,以50余个文化创意产业基地为支撑的文化创意产业创新发展的空间布局,错位、协同、融合的集群发展态势日益凸显。今年,北京市在全市范围内规划建设20个文化创意产业功能区,朝阳区有13个片区被纳入其中,居各区县之首。

截至11月底,朝阳区注册文创企业达53461家,预计规模以上文化企业今年有望实现营业收入2600亿元,约占北京市的1/4。

据记者了解,今年,北京CBD一定福庄国际传媒产业走廊(以下简称传媒走廊)区域内再增华腾世纪总部公园等五大特色文化创意产业园区。目前,传媒走廊区域已聚集文创企业1.8万余家,其规模以上文化企业去年的营业收入占北京市的1/7,不仅成为全国首个年收入超过千亿元的文化传媒产业功能区,还成为北京文化创意产业发展的核心承载区,引领北京市文化创意产业集群发展。

朝阳区深入推进“凤凰计划”,为朝阳区聚集了一批具备较高专业素养和丰富海外工作经验的创新性人才和产业领军人才。北京市朝阳区委组织部副部长高敬茹告诉记者,朝阳区在实施“凤凰计划”吸引海外高层次人才的同时,还将加大人才支持力度,全面推进CBD国际高端商务人才发展区建设。据其介绍,朝阳区将每年投入3000万元专项资金用于商务人才的引进培养、环境营造等。除各项资金支持政策之外,符合条件的国际高端商务人才还可享受医疗、落户等多项优惠政策。目前,第五批“凤凰计划”海外高层次人才专家评审工作已经结束。

在此次文博会上,文化产业和金融业的战略合作进一步升级。中国人保财险北京市分公司与朝阳区文化创意产业发展中心签订了战略合作意向协议。此外,北京银行也与朝阳区文化创意产业发展中心达成文化金融战略合作协议。在未来3年内,北京银行将为朝阳区的文化创意产业功能区、集聚区内的重点项目建设及辖区内的文创企业提供200亿元意向性授信。

会展观察



以刺绣承载文化内涵的多种手工艺产品制作,成为历届展会的保留节目



以多种文化种类融合和演出形式助推了展会的体验感和互动性



某参展机构以超大的体积展出雷人的防毒面具



利用废弃的工业设备零配件进行设计元素创新成为本届文博会的又一闪光点



利用废弃的工业设备零配件进行设计元素创新成为本届文博会的又一闪光点

业内通告