

芳香展选址洛阳：开启“花香经济”

■本报记者 周春雨

近日的洛阳，因为一场“花事”沸腾了。4月24日，在洛阳会展中心举行的2015中国国际芳香产业(洛阳)展览会(以下简称芳香展)开幕式上，昆明相关部门的一位负责人不无遗憾地表示“昆明也在计划举办一个芳香类的展会，未想被洛阳捷足先登了。”需要提及的是，这是中国首个芳香展落地。

据了解，由于品牌、人才，以及行业标准、国家标准的缺失，中国一直处于世界芳香原料供应商的尴尬地位。

但事实上，中国曾是生产自然香的大国。为此，以“传承、开放、创新、共赢”为主题的首届芳香展，旨在提升芳香产业的发展水平，促进芳香产业转型升级，推动芳香业标准与国际接轨，构建一个集信息交流、展览展示、投资洽谈、主题研讨等功能为一体的交流平台。

芳香“首秀”

《中国贸易报》记者从知情人士处了解到，经过一年多的筹备，由中国国际商会主办，洛阳市政府、谊和永邦(北京)会展有限公司(以下简称谊和永邦)承办的芳香展最终选址洛阳，最直接的原因是其已举办了30多届中国洛阳牡丹文化节。此外，还因为洛阳出台的牡丹产业发展规划。

据洛阳市政府副秘书长朱晶莹介绍，到2020年，洛阳牡丹种植规模将达到100万亩，产业总产值达300亿元，力争达到500亿

元。近年来，洛阳市政府相继出台了《关于加快牡丹产业发展的意见》、《围绕“牡丹为媒”打造牡丹花都工作实施方案》、《洛阳牡丹产业发展奖补办法》等政策，制定了鼓励发展牡丹展业的政策和措施。

据谊和永邦董事长韩晓虹介绍，首届芳香展规模达1.2万平方米，设有六大展区，即芳香植物种植旅游展区、加工设备展区、精油展区、香料香精展区、教育培训展区、香道文化展区。参展企业200多家，除北京、云南、新疆等国内企业参展外，还有来自法国、韩国、泰国等海外参展商，其中，海外参展商数量超过总数的20%。

展会期间，中国芳香产业发展高峰论坛、中国芳疗行业精英人士研讨会、中国国际天然香料发展论坛、精油SPA体验、时尚T台秀多场活动，以及芳香植物种植、深加工等一系列专业论坛、研讨会，引起了业界的高度关注。

来自海口香世界的董事赵惜琳介绍说，芳香植物除具有观赏，提取香料价值外，随着养生概念的兴起，芳香植物食品深加工成为开发的新领域，且经济前景被看好。

静待“诸侯”

芳香产业正处于快速发展期，但由于缺少一个集中展示的平台，一直以来鲜少被关注。

“芳香不仅是一种文化和生活方式，更是一个产业。”宁波香薰时代家居用品有限公司(以下简称宁波香薰)副总经理袁立强调说，上世纪90年代，芳香产品对于中国的

消费者来说，还是非常陌生的事物。那段时期，由于劳动力成本低廉，中国成为欧洲芳香品牌的生产加工基地，却仍然没有芳香经济的概念。近年来，随着芳香产品被“80后”、“90后”注重生活品质的群体接受，芳香产品进入了消费者的视野。

袁立表示，芳香展将促进中国芳香产业的发展。但他同时也指出，随着芳香产业的快速发展，建立中国自己的行业标准迫在眉睫。

据介绍，由于行业标准缺位，目前业内使用的是英国芳香行业标准。这与发展芳香经济的目标不符。与此同时，还需要培养自己的调香师、理疗师，培育本土的芳香品牌。

袁立表示，现阶段，芳香产业虽处于发展初级阶段，但市场空间非常大。随着消费群体逐渐将芳香和健康联系在一起，芳香市场将出现“井喷”。也将有芳香品牌快速成长，并带来竞争。

此外，传统自然香产品也将回归。“通过展示，让更多人知道自然牡丹香，可以修心、养性、安神。”中国天然香文化研究会秘书长李文双接受采访时表示，目前，自然牡丹香的消费群体为一批具有一定文化素养、注重养生和有信仰的人。在芳香展的带动下，将有部分群体主动接受自然香，进而摒弃化学香。

前景看好

据记者了解，已被中国消费者熟知的阿美精油，此次也是首次通过展会在中国正式“亮相”。

“一直没有适合的平台，名正言顺地展示精油产品。”洛阳泊辰商贸有限公司商务拓展部负责人龙永康接受记者采访时介绍说，因芳香与美容分属于不同的行业，美容行业的展会，不适合芳香产品展示。

龙永康介绍，随着单方精油从单一的美容用，正在向家居用转型。这意味着，芳香产品市场还将有无限的增长空间。

“大陆的芳香产品市场仅开发了不到5%，至少还存在95%以上的市场空间。”来自台中的臻功夫皂坊(以下简称臻功夫)创始人陈明和介绍说，此前公司没有到大陆参加过展会，臻功夫生产的手工香皂一直由其他公司为其做代理。

同样看好芳香市场的袁立认为，未来3至5年，芳香产业将逐步进入成熟期，尽管目前欠发达地区，对它还有一个了解和学习的过程，但一旦普及后，芳香产业也将迅速发展。

据袁立介绍，宁波香薰正在将传统的中医药与芳香产品进行结合，研制具有中国特色的芳香产品，打造自己的民族芳香品牌。

业界人士认为，将中草药融入芳香产品，目的是将中草药具有的预防、舒缓、改善等功效，延用到芳香产品上。

在国外，芳香产业已形成成熟的产业链，像法国的普罗旺斯、日本的北海道等地区，其芳香经济成为重要支柱之一”。

据悉，芳香展将永久落户洛阳。

会展关注

GMIC2015 全球移动互联网大会在京召开

本报讯 4月28日，GMIC2015全球移动互联网大会(Global Mobile Internet Conference,简称GMIC)在北京国家会议中心举行。本届在京举行的全球移动互联网大会的主题为“Mobile Everything”，即“移”生万物，是对当前移动互联网的概述。如今的“Mobile”已不仅仅代表传统的手机、iPad、超级本，还可以是智能手表、谷歌眼镜、特斯拉、机器人等，这些都是“移动互联网”的载体。移动互联网成为当前推动产业乃至经济发展最有力的技术支持。

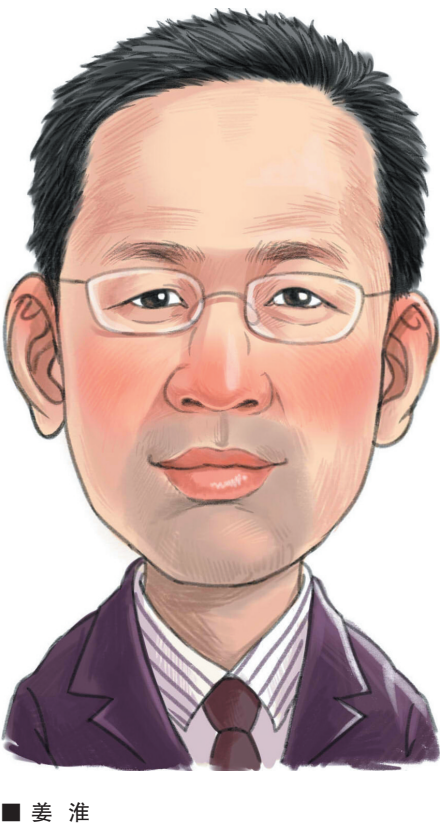
本届全球移动互联网大会，吸引了来自全球60多个国家，3万名专业与会者共同见证此次盛

典，亲身体验创新产品、前沿技术与商业模式。与此同时，本次大会汇聚了来自全球移动互联网顶尖公司的创新领袖，如腾讯、小米、猎豹、InMobi、触控科技、CMGE中国手游、QUALCOMM、Google、Facebook等更多全球行业巨头、创业新锐分享经营管理之道，让思维碰撞，让智慧催生。同时，也意味着给行业带来更多机会。

据悉，全球移动互联网大会依次在中国北京(4月)、美国纽约(6月)、日本东京(7月)、印尼雅加达(8月)、印度班加罗尔(9月)、美国旧金山(9月)、巴西圣保罗(11月)和中国台湾(12月)八地举办。(静安)



会展路演的边界



■姜淮

路演——译自英文Roadshow，是国际上广泛采用的证券发行推广方式，指证券发行商发行证券前针对机构投资者的推介活动，是在投、融资双方充分交流的条件下促进股票成功发行的重要推介、宣传手段。

近来，通过采用拿来主义，会展项目的招商活动开始以路演来命名。这类路演大多存在于政府主导型展会的推介活动中。看似而内容有所区别，目的略有相通，即传达展会价值，吸引专业买家采购。

一般为顺应政策需求或政府战略需求，

相应兴起众多的国字头或区域性政府主导展会，其路演的线路一般有三种：一是首都，因应了行业早年前的那句经典语录：“北京办展，不得不去”。原因何在？影响行业政策导向。在此地路演层次高，影响力大。于是乎，主办方(大多为地方政府)不惜重金，租赁豪华酒店，拉上有关部门，行业协会、各类媒体，动辄五六百人；二是目标市场城市。一般为经济发达地区或产业、商贸聚集地。相对较为精准，关键看邀请嘉宾质量。三是本土首府城市，巩固成果，为最后招商做扫尾工作。

政府主导型展会路演的“路数”有这样几种：一是主办方所在省级部门向对口兄弟省份发函请求援助，同时代邀有关行业协会代表参加座谈，广而告之展会概况，亮点等；二是通过国家有关部门昭告各地方予以协助，本土主办予以跟踪落实；三是行业协会攻城略地，相互支援，因为“人生何处不相逢”，我方唱罢你登场，机缘不缺；四是有服务外包，则由中标单位组织团队予以跟踪落地。

传统会展路演活动的升级版已经开始走向展会价值推介，附加优质企业和产品展示环节。推介会一般会邀请有分量的参展企业“现身说法”，分享参展体会，为企业品牌做推广。策划精细一点的是布置小型展示台，通过前期筛选准备部分优质、特色产品进行现场展示，向意向性或潜在买家传达展会的有效价值。

随着展会运作手段的专业化和信息化，路演的边界和范围得以不断拓展，目前会展路演的手段层出不穷。经梳理，大致有以下几种：

一是与行业性专业展会结合。通过搜索和调研，选择与己方举办展会有关联的知名行业展会为合作目标，因政府主导型展会

大多具有综合性，因而这类专业展较好选择。接下来可以通过向主办方申请，获得展位，进行广告互换，或有偿租赁，或借助于展会活动做专题推介，或于展会周边选择一地举办重点目标客户交流会。

二是精准推介。形式上不再搞全景式的推介会，而是选择重点区域城市，邀请重点客商举办酒会、沙龙或聚餐。有针对性地传达新的信息和创新做法，表达以前工作上的不足和改进，以期稳定和扩大客户关系。

三是与各地行业活动相结合。一般岁末年初或春夏之际，各地各行业协会都会举办相应的年会活动，如理事会、行业培训、论坛等，针对某个行业基本都有一个相对固定的时期，如一月、三月、五月、十二月。在此期间，从国家一级到地方一级，会集中举办本行业和区域年会活动。如此，则将展会路演计划穿插在重点区域的年会或培训活动中，在推介的同时，重点强调参会礼遇安排。需要提醒的是，一般参加此类活动，推介方当有财务和实物方面的赞助考虑。

四是与灵活多样的文体活动相结合。锁定某一目标领域客户，如商超、专业市场，在全国分几大片区，如东北、华北、华东、华南、西南、西北等，组织以展会冠名的文体赛事，如高尔夫球赛，创意设计大赛等，决赛则落地在展会举办地，大客户为得最终荣誉，一般很乐意组织买手进场参展。

五是与网络新媒体相结合，意即展会网上路演。该类路演分两种，一种是门户网站路演，类似于线下路演的线上版，可以策划专题活动，辅之以微博的关注和讨论；另一种是专业电商合作，谋求专业买手的信息推介，基于展会的行业和产品类别，做针对性的推介；

这里需要重点说的是第三种：当下方兴

未艾的微信推送。其关键点是微信的二次开发和交互推广，像微商城，微走访，微点评，微话题等。记得去年油菜花开的季节，单位组织优秀管理者和团队去婺源旅游，大家走进鳞次栉比的各类商铺中的一家小夫妻店，流连于店内各色古朴精致的木艺制品，爱不释手、年轻的小夫妻没有像其他商家一样滔滔兜售其商品，而是让大家随便看看，临走时，希望大家加上他家的微信，一些人担心今后受广告骚扰而不接受，但本着试试的心态还是有人加了，接近一年来，我们所收到店主的微信内容，纯广告推介几乎不见。推送的是徽文化的人文历史，让人不知不觉羡慕其工艺产品，愉悦地享受着不带商业味的产品推介。其微信话题的策划总是令人耳目一新，如“再也不来婺源的理由”(因为来了就不想走)，“走进婺源，我病了”(似乎比网络流行语“也是醉了”还让人沉醉)。每次看到的微信，下面总是跟着长长的跟贴，或许还有很多像我们一样的游客在跟他们互动着。这算得上笔者所见过的最成功的信息广告发布。而眼下刷屏的微商很让人不爽，都是朋友，却在你眼里都成了下线。

当代互联网利用先进的“爬虫”技术，通过适时抓取搜索引擎、微博、微信客户关注足迹，分类分析、筛选出展会及其商家、产品对应客户，进行精准推送，拓宽了展会买家的边界，成为展会路演的一支轻奇兵。

(作者系广东现代会展管理公司行政总监、中国会展经济研究会副秘书长)

会展大咖秀

会展传真

王锦珍出席米兰世博会指导委员会会议

本报讯 4月22日，2015年米兰世博会指导委员会会议在米兰举行。此次会议主要讨论5月1日2015年米兰世博会开幕式前相关问题。中国馆政府总代表、指导委员会成员，中国贸促会副会长王锦珍出席会议，并就中国馆开幕和运营期间面临的相关问题提出意见和建议。

会后，王锦珍与国际展览局秘书长洛塞泰斯、2015年米兰世博会政府总代表帕斯基诺、米兰世博公司总裁萨拉进行了会谈，就中国馆有关事宜进行了沟通。

世博会指导委员会的主要任务是确保各参展国的利益。此次指导委员会会议是米兰世博会开幕之前的最后一次会议。(毛雯)

EMO米兰欧洲机床展推动中意合作

本报讯 意大利米兰2015欧洲机床展(EMO MILANO2015)将于10月5日至10日在意大利米兰举行，据2015米兰欧洲机床展总干事皮埃尔·路易吉·斯特帕拉瓦介绍，EMO与中国国际机床展览会(CIMT)同为世界机床业盛会，代表着当今世界最尖端、最先进的机械工业制造水平，也是推动世界机床工业技术交流的两大重要平台。

近年来，随着世界经济的复苏，机床制造产业也迎来了新的发展阶段和战略转型期。

据介绍，截至目前，2015米兰EMO展的规模为11万平方米，超过了2009年米兰EMO展的面积，预计本届展会开幕时规模有望达到12万平方米；截至3月底注册的各国参展企业已超过1300家。届时，将展出金属切削、成型、焊接、热处理和表面处理方案，同时提供机器人和自动化系统、机电工具、零部件和配件、冶金和质量控制、安全环保以及与行业相关的全面服务。

据悉，中国机床工具工业协会也将组团参加2015米兰EMO展。(蓝闻)

兰州欲与“一带一路”沿线城市抱团发展会展经济

本报讯 近日，兰州市会展行业协会正式成立。据甘肃会展中心有限责任公司总经理张柱透露，甘肃会展中心今年将积极筹建“丝绸之路国际会展联盟”，计划与“一带一路”沿线中心城市抱团发展会展经济。

张柱表示，近年来甘肃会展经济虽然获得了较快发展，但与全国会展发达城市相比，还位于会展的三线城市行列，整体尚处在“政府主导+市场运作”的发展阶段，会展对政府的依赖性也比较强，企业市场运作的能力还比较弱小。

张柱介绍说，为了更好地解决这些问题，2014年甘肃会展中心在报请文化部同意的基础上，牵头发起成立了“丝绸之路国际剧院联盟”，完成了甘肃、青海、宁夏等地58家剧院、文艺院团、演出经纪机构的加盟工作。

今年甘肃会展中心将积极筹建“丝绸之路国际会展联盟”和“酒店联盟”。其中“丝绸之路国际会展联盟”，主要以区域经济一体化为依托，以资本和契约相结合的方式，联合丝路沿线会展场馆、会展协会、会展企业等相关机构，共同打造集展会策划组织、项目引进输出、展会招商宣传、信息交流与人才培养等于一体的跨行业、跨地区、跨国界的会展聚合体，通过抱团发展，进一步拓展和完善会展产业链和配套服务功能，共同探索开拓丝绸之路会展市场资源共享、互利共赢的新路子。(希文)