

820余家中外企业参展 渔具展品令人目不暇接

# 威海渔博会 钓 来四海宾朋

五花八门的渔具及配套产品、琳琅满目的户外装备、丰富有趣的垂钓体验活动 10月13日至15日,一场国际盛会在美丽的海滨城市 山东威海顺利举办。来自海内外的820余家业界客商汇聚威海国际展览中心,参展第十届中国威海国际渔具博览会(简称威海渔博会)。60多个国家和地区的2500多名国内外专业采购商、贸易商到会洽谈、交易。

据了解,本届博览会由中国国际商会威海商会、北京澳钦润江展览有限公司主办,威海澳华展览有限公司承办,威海市商务局、口岸办、报业集团有限公司协办,山东省贸促会、山东省商务厅、威海市人民政府作为支持单位。

本届渔博会总面积达3.6万平方米,其中广场展篷7000平方米,共设1696个国际标准展位。立足威海 全球最大渔具制造业基地这一优势,威海渔博会已历经十年风雨,引领渔具企业打造品牌、创新发展,持续扩大 中国钓具之都 中国休闲渔业之都 国际影响力,展现出越来越旺盛的会展生命力。

业内名企争妍斗艳  
专业观众流连忘返

展会举办期间,《中国贸易报》记者在现场看到,诸多新奇的渔具展品令人目不暇接,参展观众络绎不绝。



渔博会展出内容可谓极其丰富,包罗了几乎所有渔具:钓鱼竿、鱼线轮、鱼钩、鱼线、鱼饵、网具等钓鱼用品,渔具制造材料、配件及设备,钓鱼电子产品及辅助工具,钓鱼船艇、帐篷、服装、箱包及户外休闲用品等。

参展企业来自四面八方。除了国内许多省市的企业,美国、日本、意大利、印度、马来西亚等国家和地

区的许多知名企业也纷纷布展,展示多种新颖产品,开展独特的体验活动,争妍斗艳,令威海渔博会 国际范儿 十足。

展会现场热闹非凡,室内展馆和户外展区都熙熙攘攘,来自世界各地的采购商、垂钓爱好者纷纷寻找自己中意的展商。一些采购商称,已连续多年来这一展会,原因是

这里参展企业很多,可以一站式采购,较为齐全,节省了时间、精力和成本。部分垂钓爱好者则表示,来威海参加展会就像淘宝,现场展示的许多新颖产品 令人惊奇。

依托产业巨大优势  
助推行业转型升级

据介绍,威海是中国渔具产业

## 每届展会都不落 经贸合作传佳话

我们每年都参展,今年已经是第十届了,可以说是和这个展会一起成长起来的。在威海渔博会现场,威海明洋渔具有限公司(简称明洋渔具)主要负责人常先生告诉记者,第一届渔博会就出现了明洋渔具的身影。十年来,这家当地企业一直坚持参与威海渔博会,目睹并见证了这一展会的成长历程。

十年不间断地参展,展台布置得越来越大,参展积极性越来越高,威海渔博会的魅力究竟在什么地方?常先生揭开了谜底:展会能 钓 到大鱼!看到记者疑惑的神情,他详细说明了展会对该公司发展起到的重要作用。

据介绍,作为一家专业的中高端鱼线轮制造商,明洋渔具所生产的产品主要以金属鼓式轮、金属飞钓轮、金属海钓轮、路亚水滴轮几个大类别为主。常先生表示,威海的渔具产品在国际市场上知名度较高,很多国际客户选择到威海渔博会上走走、瞧瞧。因此,很多企业在家门口就可以接触到很多国际客户。

我们通过这个展会,接触了很多海外代购商、采购商和贸易商,公司业务不断增长。常先生认为,渔博会可以为采购商提供很大的选择余地,他们在展会上初步了解展商的产品后,可以直接跟随后者进厂考察,进一步确定企业的生产实力,从而更为放心地进行合作。因此,交易敲定的时间比其他渔具展短很多。

常先生告诉记者,明洋渔具的订单量每年保持着15%以上的增长,而这些新增订单在很大程度上是受渔博会影响。我们的订单量在不断增长,由于渔博会的吸引力和威海具有产业基地这一优势,很多国际同行纷纷前来,随之而来的是源源不断的订单。

参加了历届展会,明洋渔具收获了许多惊喜,结交到充满诚意的商业伙伴,留下一段佳话。据常先生介绍,先前有一家马来西亚客户,彼此闻名却未谋面,借助渔博会这一平台,双方终于得以接触,随后发展成为具有良好合作关系商业伙伴。

他们来了一看,觉得我们的产品确实不错,非常满意,就签订了合作协议。常先生介绍说,该外商随后还表达了对其中一款产品的代理意向。由于对方信誉良好,

的发源地,涌现出光威、环球等最早一批国内龙头骨干企业。国内第一支玻璃钢鱼竿、第一支鱼线轮、第一条鱼竿生产线均在这里诞生。凭借独特的渔具产业优势和30多年形成的庞大产业集群,威海在世界渔具领域的地位越来越重要。自2008年举办首届以来,这一展会持续发展壮大,目前已成为在渔具行业有一定知名度的国际化展会。

许多外商风尘仆仆地赶来,与参展商合作洽谈,氛围火热,数目可观的订单在此期间得以完成。据悉,如今,渔博会成交额每年近两亿美元。很多渔具企业充分利用这一平台,加强交流、拓展合作,完善产业链条,壮大产业集群,不断巩固扩大威海在国际渔具行业的一席之地。

威海是渔具产业大市,拥有为数众多的渔具企业。据介绍,威海渔博会的成功举办对该市渔具产业的发展起到助推器、加速器的作用。

借此平台,许多业内企业不仅提升了自身渔具销量,而且获取了产品创新技术改造方面的大量信息,了解到国际市场渔具发展的流行风向,从而有针对性地研发新产品,调整市场营销方向,进行技术升级和设备改造,进而推动自身的转型升级,进一步提升了整体实力,推动自主品牌走向国际市场。

◆ 透视渔博会

鱼游四海杯 路亚精英赛在威海举办



本报讯 第十届威海渔博会举办期间,2017年 鱼游四海杯 中国威海国际路亚精英赛也进行得如火如荼。10月15日,天朗气清,惠风和畅,小石岛国家级海钓场上演了这一赛事。来自全球的路亚选手热情地投入到这场活动中,在这座海滨城市收获了胜利的喜悦和温暖的友谊。

本次精英赛吸引了20多个国家和地区的28支队伍参赛,在参赛国别、钓法选择上都是国内首屈一指的,独具威海地方特色。本次比赛不仅是中外路亚高手钓技比拼的舞台,而且是威海得天独厚海钓资源展示的良机。相较于国外比赛,由于不可以使用自己携带的渔具,威海精英赛增加了比赛难度,提升了比赛的竞技性,本次比赛的赛事组织也获得国内外选手的一致认可和好评。

记者了解到,赛事计划通过5-10年的培养和市场化开发,将 鱼游四海杯 打造成国际化程度高、竞技水平专业、总奖金池具有广泛吸引力、主办地根植于威海的可持续发展的年度钓鱼经典赛事。

市外企业占多数  
渔博会声名远播

本报讯 威海是中国规模最大、品种最全、功能最完备、市场占有率最高的渔具生产基地和出口基地,威海渔具远销全世界80多个国家和地区,威海渔博会则成为许多力图开拓市场的业内企业参展的重要选择。

威海渔博会让本土企业登上 近水楼台,也让外地参展企业赢得了商机。在第十届威海渔博会现场,很多市外、省外和国外的企业纷纷布展,用精致的图片、优质的产品和详细的讲解来吸引观众。

据悉,本届渔博会共有威海本地企业224家,威海以外企业达605家,美、意、日、韩、印度、马来西亚、印尼等8个国家和地区企业则有17家。其中,国内参展企业来自18个省市。



十年磨一剑 辛苦不寻常  
渔博会成为 威海名片

在本届渔博会现场,有一个独特的展厅。很多观众走出这个展厅时,都会发出感慨:这段历程真是不寻常。抱着一探究竟的心态,记者近日走进了活动现场,威海渔博会十周年图片展,通过阅览准确详实的图表和珍贵照片、观看内容充实的视频以及聆听生动细致的讲解,感受到这场展会与威海产业一起跳动的脉搏。

渔具产业是威海传统优势产业,该市拥有众多渔具企业,其中不乏知名品牌。立足这一产业优势,威海在2008年举办了首届渔具博览会,该展会现已成为具有良好业界口碑的国际盛会。在2017这一具有特别意义的年份,渔博会专门设立了渔博会十周年图片展,以展板、宣传片、展会视频等方式,集中展示这十年的发展历程和取得的丰硕成果。

2008年的展览面积是8000平方米,去年达到34300平方米,今年再创新高,达3.6万平方米。展会承办方威海澳华展览有限公司的相关负责人告诉记者,经过十年发展,威海渔博会规模越来越大。

十年风雨,十年砥砺。一张反映历届展会数据情况的图表引起了人们的关注。在这张对比图上清晰标注了历届渔博会的发展状况,描摹了渔博会的动态,尽可能准确地展现了展会历程。记者了解到,威海渔博会国际化

程度越来越高,为全球渔具行业加强交流、共谋发展提供了重要平台。

据介绍,十年来,渔博会的参展商越来越多,热情高涨。首届参展商为183家,第五届参展商达520家,去年和今年均超过820家。事实上,本届渔博会有1200多家境内外企业报名参展。遗憾的是,受场馆面积限制,有400多家企业未能参展。相关负责人透露。

展览面积不断增长,我们不得不再想办法。据悉,为了尽可能解决上述限制状况,渔博会增加了户外展示区域。相关负责人表示,从第5届渔博会开始,展会现场就已经有了明显变化,增加了户外棚房。首届展会的标准展位是390个,去年已达到1638个,这是极为可喜的变化。

变化不止于此,还反映在国内、外贸易商人数等方面。今年这些数据在不断刷新纪录,共达成国际订单1.29亿美元,较上届增长5.74%;国内订单4.49亿元人民币,较上届增长4.42%。另外,明年渔博会90%的展位已经被预定出去。

2008年至2017年,威海渔博会十年的生动实践令人难忘。一位观众告诉记者,看完这些数据、图片,站在这熙熙攘攘、热闹非凡的场馆内,再看贸易洽谈的一派繁荣景象,相信渔博会下一个十年会更好。

挖掘商机 提升品质 合作洽谈

## 中外客商与渔博会结下不解之缘

了自己和渔博会所结的缘分。

记者了解到,作为中渔科尼(北京)休闲文化产业发展有限公司的全资子公司,科尼渔具的自主品牌CRONY 商标已在全球38个国家获准注册,该公司的多个产品曾作为国礼送给多国政要。在本届渔博会上,科尼渔具推出了四大系列、近50款产品,还在户外投放了醒目的平面广告。

我们公司是2009年成立的,虽然错过了首届展会,但成立当年就参加了第二届渔博会。我们的目标是树立民族品牌,为此,我们多次参加展会,是渔博会的常客。刘金波介绍说,为了打造品牌,他曾带领团队多次去海外参展,成本极高,而现在不用出威海、出国,就能接触到大量的海外客户,这对于公司实现品牌国际化具有重要意义。

同出国参展相比,他向记者列举了参加渔博会的优势:拉近了距离,减少了成本,人员费用和运输费用都减少了,引导客户参观工厂车

间更容易,促成合作的机会更大等等。渔博会是一个很好的平台,使渔具产业信息更透明,交流更畅通。刘金波如是说。

对于渔博会的优势,台湾普罗渔具有限公司的总经理孙启文与刘金波有着同样看法。我在威海做了多年矶钓生意,经常参展渔博会。由于这里相关企业众多,采购方便,吸引了很多国际采购商,因此,我们很容易接触后者,生意也就兴隆起来。在孙启文的带动下,台湾地区的很多厂家也加入参展行列。

外商积极参展寻路中国

就在刘金波欣喜地接触到新的海外代理商,看到科尼品牌落户到其他国家的时候,有一位美国商人在第十届威海渔博会期间告诉人们要多来参展。他就是美国钓具公司总裁乔·米汉。已连续六年参会的外国参展商。

在10月13日举办的渔博会十周年庆典上,乔·米汉表示,自己多

年来参与威海渔博会,受益匪浅,这一盛会给予了他拓展业务的机会。他认为,五年前在中国威海设立办事处这一决断,是正确的,借助威海的产业优势和展会影响力,他将会销售更多产品到中国市场。

经常参展是公司发展的一个良方。在渔具行业如果想取得拓展,那么,威海渔博会几乎是一个必定的选择。乔·米汉直率地说。回顾发展之路,他颇为感慨威海渔博会所发挥的重要影响。另据了解,他今年在展会现场较短时间内就见到了一些欧美客人。

渔博会是中外客商开拓市场的钓鱼台,借助展会 钓大鱼,成为很多参展企业的共同期盼,尤其是对于那些处于成长阶段的企业。

渔博会也没有让大多数企业失望,一直用丰厚的回报回馈参展商。近年来,威海市渔具出口额逐年增加,一年一度的渔具博览会功不可没,致力于帮助参展企业赢得商机。