临沂全屋定制展折射特色展会成长路

■ 本报记者 谢雷鸣

第五届中国(临沂)全屋定制精品展览会(以下简称临沂全屋定制展)近期在山东临沂国际会展中心落幕。记者日前从临沂市贸促会了解到,在国内会展乍暖还寒、国际会展转至线上的背景下,临沂全屋定制展在国内同类题材展会项目中开启了领跑局面,临沂市贸促会积累了许多经验。

据临沂市贸促会相关负责人介绍,临沂全屋定制展从2017年开始举办。2020年,面对新冠肺炎疫情的严重冲击,第四届临沂全屋定制展在全国率先复展,为会展业复苏和木业市场发展传递了信心。第五届临沂全屋定制展又刷新了展会的多项历史记录。

记者了解到,第五届临沂全屋定制展吸引参展企业782家,特装率90%以上,展会规模达85000平方米,折合国际标准展位3370个,到场专业观众人数共计61530人,线上同步直播斩获全网播放量32.57万。据不完全统计,现场成交额12亿余元,意向成交额及年供货额预计超过100亿元,2022年展位已售罄。

上述相关负责人表示,临沂全屋定制展已成为定制家居新力量的首发平台和成长型企业品牌的孵化器。借助展会平台,参展商竞相发布新产品、新技术、新成果。采购商在展会现场可广泛结识行业生产商和代理商。展会各方的互惠互利将提升展会的生命力。

为丰富客户体验,促进行业交流,第五届临沂全屋定制展同期举办了山东省木材与木制品产业高质量发展峰会、第二届定制家居蒙山发展论坛等多项论坛活动,策划了"琅琊杯"国际青年定制家居设计大赛颁奖礼等行业比赛,通过展会、论坛、赛事的结合,推动产业多元化发展,促进客户深层次交流,满足市场的多方面需求。

本届临沂全屋定制展的另一大经验是线下重体验、线上拓空间。展会采用线上线下"双核"驱动模式,在着力提升线下参展体验的基础上,通过全网多媒体直播、视频号"趣逛展"等线上媒介同步展示展会,不能到场的采购商也可及时了解参展企业及产品。本届展会还设置了线上云展厅,进一步拓展交流渠道与市场空间,促进平台经济、共享经济健康发展。

展会组委会还注重多元品牌推广工作。上述负责人表示,品牌有助于提升展会的辨识度和竞争力,有助于高效吸引优质目标客户,而做细做实展商及采购商邀约并有效促成供需精准对接是展会成功的关键。为保证展会品质和效果,组委会借助展会品牌效应,积极邀约客商,开展宣传工作。

此前,地推组奔赴全国各地,对全屋家居类产品的生产商、贸易商、代理商等目标客户进行地毯式邀约;线上邀约通过电话、短信、微信、邮件、媒体合作等多种方式全面铺开。对住建、房产等政府部门及行业协会、专业市场、装饰装修公司、设计公司等,展会也作了重点邀约和精准对接,确保能邀尽邀。组委会还动员展商邀请各自的客户到会参观洽谈,进一步推动了供销适配、展销共融。品牌效应叠加多元推广策略,为全屋定制展的顺利举办打下了扎实基础。

上述相关负责人表示,产业繁荣商贸,商贸催生会展。经过30多年的发展,临沂市木业产业已形成了规模总量大、产品种类多、产业链条完整、规模达200亿元的产业集群。临沂全屋定制展正是依托临沂市木业产业和商贸物流优势,有效整合木业龙头企业和高端产品,打造木业高端交流平台,贯通全屋定制行业上下游产业链条,促进产业协同发展,带动配套产业同步推进,推动产业高端化、智能化、链条化和展会规模化、国际化、品牌化的良性互动。

上述相关负责人说,良好的营商环境是地方软实力的重要体现,有利于激发市场主体的活力和创造力。临沂市高度重视会展业发展,通过出台扶持政策、规范市场秩序、健全管理体制、完善配套设施、坚持规划引领等方式为临沂市会展业的健康、可持续发展提供了广阔空间和有力保障。

特色产品荟萃健博会 激发产业潜力

■ 文/图 本报记者 谢雷鸣

5月17日至19日,2021第28届中国国际健康产业博览会暨第九届世界健康产业大会(以下简称健博会)在北京中国国际展览中心举办。

本届健博会由中国中药协会、中国中医药信息学会、中关村健康服务产业促进会等联合主办。展会规模达5万平方米,设有八大主题馆,展品涵盖了食品类、健康用品类、包装及包装机械类、食品及保健品原料、服务类,包括运动营养品、功能食品、健康膳食、艾灸制品、家用医疗保健器械和用品、健康原料、微店平台、基因检测等。

许多省市政府组织当地特色企业以展团的形式亮相健博会。福建展团展示了海产品、有机食品、茶叶、生鲜果蔬等;广西展团组织当地多家名企入驻中医药健康养生馆,姜黄、白蔻等吸引了观众的注意;贵州展团展示了特色山茶油;西藏察隅县展团汇聚了虫草、贝母、松茸油、红景天、雪莲花等。

海店湾健康产业集团携旗下大健康银杏产业链发展专属品牌"沃相杏",以沃相杏银杏方非物质文化遗产的产品展览为主题,以沃相杏牌健康银杏食品、健康银杏日用品、健康银杏美妆品为核心,向观众展示银杏产业链的发展状况。

黑龙江仁合堂集团旗下的"阿福乐""贝比康""脂埠"三大品牌、20余款产品亮相展会。据展区工作人员介绍,该集团近年与中国农业科学院、东北农业大学等建立起合作关系,注重产品研发环节,同时将销售网络覆盖全国,以求赢得消费者信赖。

值得一提的是,本届展会的区域公众品牌以高端食用油和高端饮用水类为主,涵盖广西山茶油区域公共品牌、湖南茶油区域公共品牌、酉阳茶油国家地理标志产品、多彩贵州水、"潇湘"湖南公共饮用水品牌等。

业内人士称,大健康产业作为朝阳产业,在许多发达国家获得了重视,在这些国家的经济板块中占有重要比例。健康产业在我国的占比较低。为了改变这一局面,激发大健康产业的潜力,国家有关部门近年逐步倡导各地建立科学合理的健康服务业体系。

第七届成都汽车零配件展提供多元化服务

■ 宗赫

5月20日,第七届成都国际汽车零配件及售后服务展览会(CAPAS)在成都世纪城新国际会展中心开幕。

本届展会由中国贸促会汽车行业分会、法兰克福展览(上海)有限公司及四川省贸促会共同主办。

作为服务于西南汽车行业的专业展会,本届展会积极融入"双循环"新格局,以成渝地区双城经济圈发展战略为指导,大力促进展商与市场的链接,释放更多商机。

从展前至展会期间,主办方筹划了多场活动,为与会各方打造集商贸、交流与投资为一体的多元化服务平台,推动西南汽车产业与消费市场健康快速发展。

打造双城经济圈专区

2020年初,中央作出了推动成渝地区双城经济圈建设的重大决策。在汽车领域,成渝两地将共同打造世界级的汽车产业集群。本届展会打造了成渝地区双城经济圈专区,两地企业携手亮相,成为引人关注的亮点。

据悉,该专区从加强经济圈内的产业协作、汽车绿色智能化发展以及售后市场加速转型等方面,聚焦西南地区的汽车行业现状和特点,并展现该地区的发展潜力。

在配套活动方面,主办方3月底召开了成渝地区汽车行业发展潜力研讨会。会上,四川省汽车产业协会秘书长郝世强表示,成渝经济圈战略稳定,汽车产业在制造能力、工艺装备方面名列前茅。市场保有量和市场容量也在全国前列。成渝两地应共同争取新能源智能网联汽车和新能源燃料项目落地,并以人口红利促进培育汽车人才,使之成为核心竞争力。

曼胡默尔管理(上海)有限公司大区经理余学文认为,汽车售后市场未来的机会点应该在二三线城市及更广阔的乡镇区域,成渝及西南地区非常有潜力,要大力挖掘和维护当地的采购联盟与终端优质客户,做到既重视渠道管理又推广品牌。

发挥商贸服务功能

"成渝地区双城经济圈覆盖42个城市,近一亿人口,蕴含巨大的消费潜力。该地区将成为国际性综合交通枢纽集群,担当起连接中国西南区域与世界的重任。"法兰克福展览(上海)有限公司副总经理于光说,本届展会紧抓这一发展机遇,推出线上精准采购对接会以及CAPAS 520购物狂欢节,力求将内外双循环与成渝双城发展战略紧密结合,推动汽车业顺势前行,这也是展会商贸服务功能的充分体现。

CAPAS 520购物狂欢节期间,参展企业可通过现场及线上直播的方式面向广大买家宣传旗下产品。主办方希望借此次活动这一契机,帮助展商销售产品,并提升品牌在西南区域市场的影响力。

除了以上配套同期活动,从展前至展中,本届展会将面向云南、贵州、陕西等地区的终端门店以及经销商买家实现活动推广,覆盖近20万核心西南区域目标客户,同时通过微信、头条、抖音等社交媒体的线上渠道增加活动关注度,从而扩大与会者参与度。

据了解,主办方还将组织多个优质买家团(如川渝维修联盟等采购联盟)、大型经销商(四川亨宜德、重庆市聚友等),以及成都建国汽车贸易、重庆西郊汽车服务连锁以及成都市汽车运输(集团)等维修连锁、物流车队为代表的终端企业,以此深挖消费潜力,推进西南区域的商贸流通。

2021年05月22日

国际生物多样性日

生物多样性是解决一切包括气候、健康、
粮食和水安全及可持续发展问题的关键和基础

我们是自然问题的解决方案

#ForNature 我

中国贸易报·公益广告