

展会信息 | Zhanhui Xinxi

2012 中国国际汽车维修技术及设备、汽车零配件、汽车用品展览会

时间: 2012 年 6 月 20-22 日 北京·中国国际展览中心(三元桥)

经过深度的市场调研、机构调整和资源整合，创办于 2000 年的汽车后市场先驱展览会 AutoMaintech 暨中国国际汽车后市场精品展览会(CAAPSI),2012 年强势回归,倾力打造、重树品牌,以其更加个性化、贴心化和更加全面周到的专业化服务,真诚回馈老客户、热心结识新客户，最大限度地为客户和汽车后市场创造商机和价值。

展品大类: 汽车维修、检测、保养工具及设备;汽车喷涂设备及用品;洗车设备、加油站设备、加油机、停车场设施;汽车零部件、配件、汽车轮胎、汽车电子、汽车仪表等;汽车环保用品及检测设备;汽车改装技术与设备、改装用品、改装车;新能源汽车、未来概念车、后市场。

联系方式:
中展集团北京华港展览有限公司
地址: 北京市朝阳区北三环东路 6 号综合楼一层
传真:10-84600346;84600325

西部物博会将掀“绿色旋风”

经西部物博会组委会负责人李鹏涛介绍，第三届中国西部国际物流产业博览会将于 2012 年 5 月 25-27 日在西安召开，本届展会新增亮点专门增设绿色物流展区，众多物流运输企业及物流设备类企业都将推出节能环保方面的最新措施、技术、设备和服务。

在全球能源危机和气候危机的大背景下，物流运输领域的节能减排和技术创新成为行业可持续发展的必由之路。为推进行业“绿色风暴”，将在本届物博会绿色物流展区正式启动。

咨询热线:029-87977968 029-85272596 李鹏涛 15109212238
大会网址: www.xibuwubohui.com

2012 第二十届上海国际广告技术设备展览会

时间: 2012 年 7 月 11 日 -14 日 上海新国际博览中心(龙阳路 2345 号)

2012 年,UV 平板展示区将更上一层楼,扩大展示面积、丰富展示手段。届时将吸引到行业内如 HP、EFI-VUTEK、OCE、AGFA、MIMAKI、SEPIAX、飞扬、泰威等国内外领军企业参加，他们所展示的产品必将再次夺人眼球，成为众人瞩目的焦点。

参展事宜请联络: 上海现代国际展览有限公司
地址 /ADD: 上海市黄浦区盛泽路 8 号 18 楼
电话: 021-63288899
传真: 86-021-63361348
联系人: 奚培毅 先生

2012 中国(深圳)国际节能照明展览会

2012 年,深圳市节博会议展览有限公司再度整合资源，以政府充分发挥主导作用为导向,以“节能照明,绿色照明”为主轴,“交流合作,资源共享,推广优秀产品,搭建供求平台”为方向,于 2012 年 8 月 28-30 日，在深圳会展中心继续举办“2012 中国(国际)深圳节能照明展览会”,届时参展商将来自全球节能技术的先进国家和地区，展示世界最先进新技术和新产品，将展会打造成行业的国际知名盛会。

联系方式:
地址: 广东省深圳市福田区新闻路 1 号中电信息大厦东座 801 室
邮编: 518048
电话: 86-755-83165556
传真: 86-755-83132019
官方网站: www.eserexpo.com



茶博会将围绕茶事、展览、商贸、文化等板块开展一系列造势活动,旨在助推四川茶叶产业与国内外同行共同发展,让川茶名片撒向全球茶叶的广阔舞台。

川茶打造早茶第一展

□ 平月

“川茶辉煌不再,和品牌意识淡薄、茶文化的发掘弘扬不力等诸多因素有关,亟待打造一个专业的展销平台,让川茶品牌抱团出击市场,重振当年雄风。”由四川省经济和信息化委员会、四川省农业厅主办的 2012 中国四川国际茶业博览会将于 5 月 17 日到 20 日在成都世纪城新会展中心举行,这也是四川打造的首个真正意义上的茶叶专业大型展会。

四川发现、利用、栽培茶树已有 3000 多年历史,自古就享有蜀土茶称圣的美誉。唐宋时期,川茶产量居当时首位,在上世纪 80 年代末，仍保持着同行们羡慕的质量和信誉,产量稳居全国同行前列。但近年来同一些先进省区比较,川茶有些落伍了。有着悠久历史、优秀品质的川茶竟有许多只能作为原料卖出,高品质的川茶竟沦落成了外省名茶的填充料。

由于缺乏现代经营意识,在四川,商标的重要性和作用被长期忽视。尽管也有像竹叶青、蒙顶甘露、龙都香茗、叙府龙芽、巴山雀舌等知名商标，但与国内知名品牌龙井、碧螺春、铁观音等相比，仍显得有些寒碜,与英国立顿、日本三得利相比,更是差距明显。同时,许多优良产地茶厂无标生产,无标上市,无标流通,盗用知名品牌,致使茶叶质量参差不齐,既严重影响加工企业和消费者的利益,又制约了名牌的形成。宣扬悠久茶文

化,塑造四川茶形象,也是川茶必须重视的问题。

组委会相关负责人告诉记者,展会不仅将是专业买家云集的经销盛会,也会是弘扬茶文化的百姓看台;既是四川茶业集中展示风采的平台,也将是全国甚至国际知名茶叶品牌辐射西南市场的桥梁。“四川茶叶产业优势凸显,新茶上市时间比全国其他绿茶主产区提早近 1 个月,我们这次展会的口号就是打造中国早茶第一展。”

据悉,茶博会将围绕茶事、展览、商贸、文化等板块开展一系列造势活动,旨在助推四川茶叶产业与国内外同行共同发展,让川茶名片撒向全球茶叶的广阔舞台。

【新闻链接】借力茶博会 蒲江雀舌打响品牌

2012 中国(四川)国际茶业博览会将于 5 月 17 日到 20 日在成都世纪城新会展中心举行。据了解,届时将有斯里兰卡、日本、韩国等国家和 20 余个省、市、自治区的茶叶企业参展,4 万多专业买家到会洽谈采购。有中国绿茶之乡称号的蒲江,将以雀舌参展茶博会,瞄准“东有龙井,西有雀舌”的目标,打造世界的蒲江雀舌品牌。

据记载,蒲江雀舌早在宋代就开始入贡,进入 21 世纪,“蒲江雀舌”实现清洁化流水线,规模化生产,质量更加稳定,市场进一步扩大,已经成为四川名茶的标志性产品。2008



年 10 月“蒲江雀舌”通过国家质监总局审查,成为成都市首个,也是目前唯一一个茶叶国家地理标志保护产品。

蒲江独特的自然环境,让“蒲江雀舌”茶分别比“龙井”等名茶早上市 10—35 天,奠定了其品质特色及商品优势。然而即使如此,相对于“龙井”这样的品牌而言,“蒲江雀舌”的市场地位却相距甚远。“提升品牌价值是蒲江雀舌的当务之急,为此我们提出了东有龙井

西有雀舌的品牌打造目标。”蒲江县农发局副局长陈维新介绍,蒲江将组织四家当地的龙头茶企参展茶博会,带去最好的蒲江雀舌。“我们参展的最大目的就是展示蒲江雀舌的形象,打响蒲江雀舌的知名度,进而提升整体品牌价值,希望中国绿茶之乡蒲江能借力茶博会走向世界。同时以展会友,拓展蒲江雀舌的营销渠道。”

(袁玥)

家居界谋筹天津制造国际大展,并有望明年举行

津城拉“看客”

日前从天津市家居商会传出消息,在成功举行香港国际家具周、津派家具展、国际橱柜展等“试水”活动之后,环渤海建材中心、加宜家居等本土家居业龙头企业,已经开始筹划一场“天津制造”的国际水准家居展,并有望在 2013 年举行。

天津市家居商会相关负责人介绍,近年来,红星美凯龙、欧亚达、居然之家、集美家居等家居业巨头,先后将天津市定位为北方市场的战略枢纽,争相提速抢占市场。天津市家居卖场总面积早已突破千万平方米,随着各大家居卖场相继开出新店,这个数字还在不断刷新。虽然目前登陆津城市场的家具、建材、家饰品牌,无论数量还是档次均不输北京、上海、广



州等地,但至今却没有一场津城家居界自己主办的国际水准展会。

“去年上海国际家具展到天津推广时,不为招商只想吸引更多的买家去参观。”该负责人透露,几年来,全国各大家居展来到该市拉“看客”的情况屡见不鲜。主要看中的是天津市

一个是义乌大市场,一个是国家级的旅游商品博览会,还有丰富多彩的配套活动,这些独特的旅游资源汇聚在一起,今年旅游商品博览会将异常精彩。

旅游商品博览会展示“好景点”

□ 陈晓文

“5 月 24 日—27 日举办的第四届中国国际旅游商品博览会将是一个集商贸、旅游于一体的盛会,这里将是一个会展旅游的新景点。目前,2000 个展位基本安排就绪,展馆、展位的设计正在完善当中。届时,呈现给广大采购商、观众的将是一个别具魅力、绚丽多彩的会展旅游新效果。”5 月 2 日,义乌市旅游局负责人在旅游商品博览会筹备会上表示。

为参会者带来更多的惊喜

据义乌市旅游局相关负责人介绍,今年旅游商品博览会将异常精彩,不仅全国各省、自治区等单位将出席活动,展示地域风情的旅游项目或商品,顶级旅游商品区域也会成为一个近距离接触奢侈品的平台。

义乌旅游业界内人士称,旅游商品博览会既是一个展会,对于广大参观者来说,也是一个“好景点”,作为国内最大的旅游商品博览会,展会蕴含着丰富的旅游资源。预计这条购物旅游路线是继义乌国际商贸城购物旅游中心之后,又一个面向全国的创新旅游产品。

其实,旅游界人士早就发现义乌会展旅游是一处独特的风景线。去年,浙江省中国旅行社就组织万人旅游旅游商品博览会活动,得到了许多省内向往义乌大市场、大展会的游客的响应,这是“浙江人游浙江”的一个好举措。这种



旅游方式,相信还会得到广大参观者的认同。

展现新技术、新产品

今年的旅游商品博览会已经 4 岁了,汇聚创新、独特旅游商品的博览会慢慢走上专业办展之路。据了解,连续举办三届的中国旅游商品大赛,今年也将继续上演创意与文化的碰撞、旅游和商品的交融。此次商品大赛参赛的商品范围是具有中国文化和各地地方特色的旅游纪念品、工艺品等精品。

还有,这届旅游商品博览会还将奉献一台“智慧旅游技术展”,目前预设展区 600 余平方米,浙江省旅游局拟邀请全国各地的 20 余家企业参展。届时,参展商和参展观众在展会现场可以亲自体验到游客身份识别系统、旅游在线交易、景区 3D 宣传方式等智慧旅游技术的先进与便捷。

此外,自 2009 年国家旅游局首次在义乌设立旅游商品研发中心之后,历经 3 年孕育,

的消费能力,从 1991 年至 2010 年,天津家居消费的年增率都在 10%以上。巨大的市场蛋糕,对于每个企业都具有强大的诱惑力。“这也说明天津已经具备了主办国际展会的实力,而且在参加各地展会时,很多同行也流露出希望有一天到本市参展的意愿。”

该负责人分析认为,市场足够大和展览设施优越,是顶级展会成功举办的要素。随着近年来周边地区的家具、建材生产基地以及仓储基地迅速增加,津城已经具备了自主举办国际大展的条件。与此同时,该市消费者不仅能够更快、更及时地看到潮流新品,接触到先进的技术产品,还能够增加选购范围和享受到更多的实惠。

(吴铭)

展会指南 | Zhanhui Zhinan

在展会现场中哪些环节最重要



□ 倪明

一般展会的时间都会比较短,而且现场也会环境较嘈杂、拥挤。所以,要想获得最佳的展会效果,我们就应该设定一下应有的注意事项。

(一)合理分配。根据参展人员的能力、经验,分配工作任务,商务谈判、对外联络、后勤保障、展会信息搜集等,凡事都应具体到人,主次分明,这样才能在实战中分工合作,相辅相成。

(二)统一应对。洽谈的原则是所有人都应统一口径,不能出现招商政策不一致的错误,否则会引起客商的不满。这就需要事前的沟通,就引起误解的招商政策进行深入的交流,某一具体问题该使用什么样的说辞,面对不同经销商该如何处理,这都需要给出细致明确的方案。

(三)现场安排。对于摊位相对较小而参展人员较多的企业来说,在展会现场和观众洽谈的空间会显得比较狭窄、拥挤,很难实现交易的顺利进行,有必要在展馆周围的宾馆、酒店租用会议室,或者在下榻的宾馆的房间与客户接洽,这不仅可以创造较为宽松的环境,而且可以利用夜晚等闭馆时间更广泛、更深入地接触经销商。

(四)形象礼仪。任何一个参展人员都是代表企业面对客户,个人行为举止如何,对企业品牌而言,并非小事一桩。做市场首先是做人,经销商再有实力,如果素质太差就不能将其发展为代理商;同样,好的经销商也会这样考察企业。

(五)灵活掌握招商政策。农化产品的地区表现差异较大,不同地区气候差异、作物布局、用药习惯、农业生产水平高低、经济发达程度,对农化产品的品种、包装、供货时间、首次供货数量需求都不相同,这就不能强求经销商必须遵照同样的条款才能获得代理资格。面对这些情况,企业需要在权衡整体利弊的情况下灵活运用。