

展会预告 | Zhanhui Yugao

2012 惠州第三届婚庆文化博览会

时间: 2012-08-01-08-03
展会场馆: 惠州国际会展中心
展品范围: 婚庆、婚纱、婚纱礼服、婚纱摄影、家饰、家庭、家用、礼服、旅行、汽车、摄影、生活用品、珠宝、装潢、钻石。
联系信息
地址: 广东省惠州市惠城区江北文昌一路会展中心北门2 楼市场部
联系电话: 0752-2068428, 2068478
传 真: 0752-2068515 邮编: 516001
联 系 人: 王虹灵

2012 大连国际医疗器械展览会

时间: 2012-08-02 至 08-04
展会场馆: 大连星海会展中心
展品范围: 绷带、病床、超声诊断、超声诊断设备、车辆、耳鼻喉、防疫、分析仪、敷料、高频、供氧、供氧设备、光学、光学仪器、耗材、核医学、呼吸、呼吸机、护理、激光、监护、救护、救护车、口腔、麻醉、免疫、灭菌、灭菌设备、内窥镜、纱布、生化、生化分析、生化分析仪、石膏、试剂、手术、输液、卫生、无影灯、纤维、显微、显微镜、线诊断设备、消毒、消毒灭菌、消毒灭菌设备、血球计数仪、牙科、眼科、医学、医用、医用车、医用车辆、医用敷料、医用光学仪器、医用耗材、婴儿、婴儿床、影像、诊断、制冷、制冷设备、治疗、治疗仪、治疗仪器、注射、注射器。
联系信息
地址: 大连市中山区友好路 211 号商务特区 1203 室
邮编: 116001
电 话: 0411—82310627
82310681/82—208
传 真: 0411—82310627 82310692
联系人: 周 英 135 9135 6315
E-mail: dlylz@126.com
QQ:1183754295

2012 第八届昆明(泛亚)国际农资会

时间: 2012-08-03 至 08-04
展会场馆: 昆明国际会展中心
展品范围: 包装、包装设备、调节、调节剂、肥料、检测仪、检测仪器、农药、器械、生产包装设备、生物、生物制品、植保、植物、植物生长调节剂、种子。
联系信息
昆明国际会展中心
电话: +86-871-3513442
传真: +86-871-3513440
地址: 昆明市春城路 289 号昆明国际会展中心
广州中威展览服务有限公司
电话: 020-2826 3656 2826 9507
传真: 020-2826 9646
邮件: ynnzz66@126.com

全球百强展会中国抢下 14 席

□ 涂露芳

活力四射的中国会展业已成为全球会展业增长的重要引擎。5月28日,记者从中国会展业发展大会获悉,到去年底,中国5000平方米以上的展馆总面积已达475万平方米,占全球15%;全球百强品牌展览会上,中国共抢下14席,仅次于德国,排名世界第二。

去年,中国会展业继续高速增长,共举办5000平方米以上的展览6800多场,同比增长2.5倍。同时会展业的集中度也显著增强。

2011年,北京、上海、广州三大城市共举办展览1380场,同比增加33.8%,已占据全国展览数量的20%。中国举办的14个世界百强展览中,共有11个在京沪穗举办。

根据UFI的最新数据,美国是目前室内展览场地面积最大的国家,占全球总量的21%;中国紧随其后,占全球15%;德国则排名第三,展览场地面积占全球10%。但从展览的规模和吸引力看,德国遥遥领先。世界百强展览中,有58个在德国举办,而中国仅有14个。“中国举办的百强展览,还有不少是与国际机构联合举办,真正的本土品牌展览不算多。”相关人士直言,与全球会展业强国相比,中国品牌展览匮乏是当前会展业发展的最大软肋。另外,缺乏创新经营思路和运作模式,也是国内会展业的短板。

橱柜行业展会招商显疲态

□ 亚太

展会招商疲态为何蔓延?

进入上世纪90年代中期,橱柜业同其他家居行业一样,专卖和代理模式成为行业渠道建设的主流,专业展会逐渐从广交会释放出来,并入建材展中,渐渐地形成了目前大家所看到建博会和专业的橱柜展。这些展会以其超大的参展规模、高度集中的海量信息、厂商直接对话、实地参观考察、加盟代理政策优惠等诸多优势吸引了大量的经销商,展会逐渐成为生产企业发展经销商主要途径。

进入21世纪后,展会在发达地区如上海、广州、成都、北京、苏州等地蓬勃兴起,频率越来越密、规模越来越大、参展品牌越来越多、行业也越分越细,专业的办公家具展、宾馆酒店家具展、木工机械展、橱柜展等相继出现。湖北大班木业有限公司董事长张大煌称,他们每年要接到上百个国际国内展会的参展邀请函。

展会泛滥之下,其效果也开始打折。尽管展会主办方为吸引人气而绞尽脑汁,但展会效果越来越差已是不争的事实,除个别特别有号召力的展会外,其他展会已很难有可圈可点的表现了。

加盟动力不足症结何在?

展会上,生产企业会采取种种手段去吸引经销商,于是各种宣传信息泛滥成灾,经销商面对巨量信息感到无所适从。荆州市常青藤家居总经理单晓东称,今年春节过后,他几乎每天都要收到生产企业的短信、电话



中国纺织工业协会副会长 高勇

□ 李红梅

2012年中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会即将于6月12日-16日在上海新国际博览中心举行,来自27个国家和地区的1200多家纺机企业将带着他们最新研制的纺机设备接受亚洲地区纺织专业观众的检阅。“十二五”关键之年举办的本届展览会有何特殊意义?展会上将有哪些值得关注的重点?展会前夕,记者采访了中国纺织工业联合会副会长、中国纺织机械器材工业协会名誉理事长高勇。

“今年是我国实施‘十二五’规划的关键之年,也是我国纺织行业实施《建设纺织强国纲要》的关键之年。在这一背景下举办的2012中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会,

参展知识 | Canzhan Zhishi

展会策略提升参展效果

□ 李晶

盲目参展,忽略展会策略就会大大减小参展效果。想要提高参展效果,八大基本策略是参展商的必备。

1、从您的目标着手
不同的目标要求不同的推广策略。例如,如果希望提高新公司或新产品的知名度,横幅广告及活动赞助是不错的选择;如果您已经找出目标群体,则选择针对性的直邮与个别参展邀请更为适合。

2、与其他市场推广活动协同开展
展会应被作为整体市场推广策略的一部分,而不应被孤立地运用。应将参展渗透到其他媒体活动中:在广告中醒目标示“欢迎光临我们的展位……”在网站及定制通讯中宣传参展信息。

3、阅读宣传指南
大多数展会都为参展商提供全面的参展宣传指南。应确保宣传指南被发送至合适的人

生产企业和经销商利益错位是行业硬伤



和电子邮件,甚至有厂方代表上门主动要求面谈,目的只有一个,就是希望他能考虑代理加盟其品牌。荆州市白天鹅家居广场总经理刘学松也表示,今年3月,他收到的邀请电话、短信和厂方代表面谈就有几百家之多,目的也只有一个,就是希望家居广场能让他们的产品进场销售。

面对这样的局面,他们又是怎样的态度呢?单晓东明确表示,他今年参加展会的目的就是到自己已经代理的几家品牌展位上去看看,以补货为主,不会考虑增加新品牌。刘学松也表示,会派人去观展,但引进的品牌一定是要适合当地市场和品牌结构调整的整体规划。但不少参加展会的经销商甚至表示,不会考虑增加和更换品牌,到展会上主要是补货和了解一下行业信息。

经销商现在为何不愿更换和增加品牌?

在2012年中国国际纺织机械展览会上,将有来自27个国家和地区1200多家纺机企业将带着他们最新研制的纺机设备接受亚洲地区纺织专业观众的检阅。

强大市场成就展会繁荣

承载着发布行业技术装备最新信息的重要任务,同时也将通过这样一个平台把中国纺机市场再次推向世界纺机制造商关注的制高点。”高勇在接受记者采访时,首先强调了本次展会在我国纺织行业进入转型升级的新的历史时期的重要性。

高勇说,最近两年,随着我国纺织工业产业升级步伐的加快,纺机市场的产品结构发生了巨大的变化,传统纺机设备销售所占的比例越来越少,自动化、连续化、高速化、智能化以及大容量纺机装备销量大幅增长。

高勇同时指出,在日前发布的《建设纺织强国纲要》中明确提出,纺织工业要创造可持续发展的新优势,初步建立低碳、绿色和循环经济的发展模式。在这样一个具体的发展模式和目标的要求下,观众一定能通过本届展会感受到印染后整理装备在节能减排方面更多新的技术突破。

高勇介绍,本届纺机展是中国纺织机械展

览会与ITMA亚洲展览会的第三次联合。前两次的成功举办,已经让来自整个亚洲地区的纺织专业观众充分体验到这是一个规模最大、专业性最强、技术水平最高,也是国际化程度最高的展览会。本届展览会更是吸引了来自27个国家和地区的1200多家厂商参展,展出面积以及参展企业数量均再创历史新高。

特别值得一提的是,来自海外的国际顶尖的纺机企业,再也不会像前几年那样只是带来一些适用于中国市场的产品,而是把最新研发的产品第一时间带到中国来。因为他们发现任何一款世界一流的纺机装备在中国都能找到适合的买家。“先进装备推动了中国纺织工业的高速发展,同时,中国纺织工业的转型升级和巨大的市场需求也使得中国纺织机械展览会与ITMA亚洲展览会成为目前世界上最受瞩目的专业纺机展览会。”高勇说,纺机展览会和纺机行业正是在相互促进中共同成长、壮大的。

6、准备全套媒体资料
完整的媒体资料应包括关于新产品上市或公司最新进展的媒体发布稿(强调产品为客户带来的利益)、公司背景介绍(最好能引用相关事实数据)、高质量图片等。

7、向媒体通报参展活动
向展会主办机构了解哪些媒体将进行展会前报道(多数展会宣传指南列明报道媒体名单),同时应特别注意提交宣传资料的截止日期,及时提交相关新闻及图片资料。相关媒体宣传资料应同时向展会主办机构宣传经理发送,以确保在正式展会预览及展会回顾中发布。

8、考虑赞助机会
赞助展会活动能帮助您在众多参展商中脱颖而出。大多数展会都为参展商提供多种完善的赞助机会,包括在多种展会用品及场合印制广告标志等。为获得最佳的赞助回报,应根据自己的参展目标与展会主办机构协商选择最合适的赞助组合。

在。不打通这一关,厂商合作难以实现预期目标。

单晓东认为,现在家居业的品牌建设还仍停留在口头阶段。经销商所代理的品牌要在当地激烈的市场竞争中突出重围,就必须大量、精准地投放广告。他同时建议,家居业的广告操作可以大胆借鉴家电业模式,区域终端广告由当地经销商提出计划,厂家在审批后执行。此举可为经销商打开市场提供强大的支持,而经销商只需要把精力用于经营管理上即可。

另外,售后服务也成为厂商合作中矛盾最多的方面。目前的家居行业,产品售后服务主要还是由经销商负责。经销商既要面对激烈的市场竞争,又要面对随时可能出现的质量和售后服务问题,难免顾此失彼。尤其是售后服务的问题出现后,由此产生的交通、材料、物流、人力成本等一系列费用都需要由经销商自行承担,这更增加了经销商的反感。反观家电行业,每个品牌都有专门的售后服务机构或与第三方合作,消费者购买的产品出现售后服务问题只要到售后服务网点都能解决,完全不用经销商操心。有不少家具行业协会组织和专家提出,家具业的售后服务应走家电业的路子,但虽有呼吁,收效甚微。

生产企业和经销商的合作模式仍处于相对原始的阶段,在利益上也处于错位状态。很多橱柜生产企业片面追求销量和业绩,只顾眼前的利益,没有品牌建设和渠道建设的长远眼光,这对行业的发展是不利的。其实橱柜业在很多方面可以借鉴中国家电业的成功经验,真正把生产企业与经销商的利益捆绑在一起。

目前,随着中国经济的发展,人们对生活的要求不再只局限于解决温饱,而是更多的注重生活品质,追求家庭生活的质感。目前,随着中国经济的发展,人们对生活的要求不再只局限于解决温饱,而是更多的注重生活品质,追求家庭生活的质感。

家纺行业前景走俏 展会招商现身说法

□ 商迅

2012年7月28-30日,“第四届中国创业品牌招商展览会”将在中国国际展览中心(北京三元桥)盛大举办。本届展会将汇聚众多行业,其中家纺行业因多项加盟优势及市场前景将成为众多行业中凸显的一朵奇葩。据展会招商负责人透露,目前,凡语、维科、罗莱、孚日、彤香等多家知名家纺品牌已经成功与第四届展会达成战略合作协议,其中多家品牌已经与展会合作多次。

2012年2月份举办的第三届展会中,凡语家纺以其品牌实力和加盟优势在招商效果上取得圆满成功。凡语家纺董事长段文佑在第三届展会现场接受记者采访时说:“本届展会共收获400余位意向客户,现场签约5家新商户,展会后期预计将签约10-20家加盟商。”段董并对第三届展会给予了较高评价:“本届展会举办相当专业,人气很旺,期待下一届展会。”

目前,随着中国经济的发展,人们对生活的要求不再只局限于解决温饱,而是更多地注重生活品质,追求家庭生活的质感。作为家居用品,家纺将成为未来市场走俏的行业。虽然,从大方向来看,2012年整体的宏观环境因素不太确定,房地产市场受冷对家居布艺市场走势有所影响,但这也正是行业升级的好时机,总体而言还是机遇大于危机。

将于7月份举办的第四届展会,将有多家国内知名家纺品牌亮相国展并现场招募加盟商,相信这是一场家纺业百花争艳的盛世。



第三届展会展馆内各大主通道挤满人群。