

展会预告 | Zhanhui Yugao

第二届环境生物技术大会

时间:2012 年 9 月 24 日 -2012 年 9 月 26 日

地点:太原

行业:药品保健

随着全球范围内对环境保护的高度重视,环境生物技术已进入蓬勃发展的轨道。为进一步促进环境生物技术的发展,由中国国际贸易促进委员会山西省分会主办,百奥泰国际会议(大连)有限公司承办的“2012 第二届环境生物技术大会”,将于 2012 年 9 月 24-26 日在山西太原举行。大会主题为“健康、安全、环境友好”。

联系人:王凌鸽

电话:0411-39849032

0411-84799609-823

传真:0411-84799629

邮箱:myna@bitconferencescn

会议网站:http://www.bitconfer-ences.com/wceb2012/cn/

2012 中国数字出版产业发展高峰论坛

时间:2012 年 9 月 6 日 -2012 年 9 月 7 日

地点:上海华美达大酒店

本届论坛将聚集 200 多位来自相关政府主管部门、各出版发行集团、内容提供商、数字技术研发公司、渠道运营商、阅读平台研发和供应商、版权保护技术提供商等业界权威,将特别关注科中国政府的数字出版产业规划,探索数字出版盈利模式,加快传统出版业的数字化转型和数字出版最新成果的产业化转换,加强版权保护机制和行业标准的建设。从行业发展政策、标准、盈利模式及技术角度共同探讨我国数字化产业的发展蓝图。

联系人:王云

电话:021-6045 6218

手机:13817409318

策划部:上海市浦东新区商城路 738 号胜康廖氏大厦

邮政编码:200120

Email:iris@shinbccn

传真:021-60456219

企业参展“忙” 品牌展会受追捧

□ 李静

“展会经济”热,催生了形形色色的展会。近日,记者看到某地方小展仿名牌展会进行宣传,从宣传手册到招展流程,一路山寨。这样的展会,无疑让企业“很受伤”。如今便形成这样一种局面,企业为了宣传需求,面对大小小各种展会,如何抉择成难题。为此,由权威机构举办的品牌展会成为了知名企业的首选。

眼下又到了展会热季,各种展会扑面而来,企业如何识别真假展会?近日,记者采访了 2012 中国(国际)调味品及食品配料博览会主办方中国调味品协会负责人,在此他给企业提个醒,选择展会重点关注两点:一、选择品牌展会。品牌展会往往有广泛的客户群体,深受业内同行认可,也有很高的关注度。但主办方常常因为保持展会档次和服务水平,提高了准入门槛,给“冒名”展会以可乘之机,从各方面模仿品牌展会,给展商和观众造成混淆,企业报展要尤为注意。二、认准行业协会和权威机构作为主办或支持单位。有些展览公司请不到权威协会和相关机构来主办展会,往往故意编造一个子虚乌有的主办单位,有的更大胆冒用权威机构来招商,这样的展会不仅不够专业,而且往往得不到观众认可。

谈到 2012 中国调味品展,该负责人介绍到,中国调味品展是由国家一级行业协会——中国调味品协会主办的,也是目前全国最大的调味品专业展。展会云集了当下国内众多知名品牌调味品企业,很多专业观众也是奔着这些名企而来。展会经过 7 年的积累,已成为国内知名度最高、参展品牌企业最多的展会。

记者了解到,2012 中国调味品展将于 10 月 31 日在广州锦汉展览馆举办,展会吸引了包括阜丰、福达、美味鲜、安琪酵母、李锦记、恒顺、海天、欣和、加加在内的众多调味品行业知名企业报名参展,作为行业内最大规模展会,调味品行业的领军企业,无疑都要在展会上崭露头角。

轻工展会优势凸显 助推行业跨越发展

□ 范丽敏

“2011 年,轻工行业办展比上年增长 156%,展会经济已成为目前轻工行业发展的‘突破口’。”中国轻工业联合会会长步正发在中国轻工十大品牌展会及优秀特色展会表彰大会上说。

专业展受青睐

“轻工业是消费品加工工业,轻工业的 45 个行业涉及 19 个统计大类、72 个统计中类和 137 个统计小类,其主要特点是产品关联度小、外贸依存度大、市场细分要求高。”步正发表示,积极拓展消费品市场,利用各种市场手段和方式开拓销售渠道,是促进轻工业企业发展至关重要的因素。

步正发说,展会能在最短时间内将最好的产品展示出来,是开拓市场、促进贸易发展的重要平台。

近年来,中国轻工系统的会展经济取得长足进步和发展,许多展会已成为行业内公认的最具影响力的展会。据统计,2011 年,由中国轻工业联合会代管协(学)会及直属单位自办的展会有 44 个,总展出面积超过 263 万平方米,规模超过 8 万平方米的展会有 7 个。除办展数量

有所增长外,展会的质量也有较大提升。2011 年,众多展会不仅是国内第一,而且在国际上也产生了重要的影响,其中达到世界同类展会规模前 3 名的展会有 10 个,达到世界同类展会规模第二的展会有 7 个,达到世界同类型展会规模第一的展会有 2 个。

“这些轻工行业的展会之所以能够快速发展甚至成为业内最具影响力的展会,是因为协会举办的都是专业展会。”步正发说,除了广交会等综合性展会之外,目前,专业类展会越受到消费者和厂商的关注。

服务提升品质

当然,专业展并不是就可以高枕无忧了。在企业寻求更便捷营销模式的需求下,专业展同样要面对各种竞争压力,诸如电子商务、线上展会等。

“面对各种竞争,协会始终秉持全心全意为企业服务的宗旨,将中国国际缝制设备展览会举办成全世界同类展会中规模最大的展会。”中国缝制机械协会理事长何桦举例说,2009 年,该行业正经历国际金融危机的冲击,整体形势可以说跌落到谷底。面对这种情势,协会采取多种措施,诸如压缩展出面积、压缩展览时间、主动给企业最大的优惠等,最终成

以“交易”为唯一宗旨的中国小家电交易会成为中小型家电企业发展的明灯。

首届慈溪家电展 助力中小企业迎春天

□ 慧聪

作为全国三大家电基地之一的慈溪,由于身处内陆总是容易被忽视。诚然,慈溪的家电企业与行业内的那些巨无霸企业根本无法相比,但是它的某些优势也不容忽视——即超低的制造成本。在许多领域,这种优势甚至是那些大企业都不能比的。而这也与慈溪当地强大的产业配套能力息息相关。

但是,慈溪家电也有其固有的弱点,企业品牌影响力不够,发展散乱,导致产品销路不佳,“这种无序的发展虽然能让我们快速占有市场,但遇上市场大环境不好的时候,企业发展就变得困难。”一位来自慈溪的企业负责人说。

在如今严峻的市场环境下,招商和销售

情况将直接关系到接下来一年甚至更久的企业命运。以“交易”为唯一宗旨的中国小家电交易会便成为中小型家电企业发展的明灯。2012 年 8 月 20 日-22 日,由慧聪网与当地政府连同主办的 2012(首届)中国(慈溪)家用电器交易会暨家电配件采购会即将在浙江慈溪国际会展中心隆重召开。本届展会共设有 650 个展位,是规模较大的一次家电交易会。与以往相比,原来被动等待客户挖掘的小家电企业们也有了自主选择权。

慈溪小家电交易会的火爆出人意料,自展位招商前两周就已预定销售 50%左右。慈溪雪儿电器厂负责人在接受采访时表示:“将中小型企业组织到一起办展会突出了小家电的交易性,企业都特别喜欢。我们做吸尘器、挂烫机也有好多年了,慧聪的展会已经参加

功举办了缝制设备展。

何桦表示,协会还创新办展模式、举办多场技术交流会和论坛、探讨行业发展方向等,给企业带来切实的好处,对企业发展发挥了很重要的作用。目前,中国国际缝制设备展已成为行业发展的风向标。

助推行业飞速发展

“轻工展会的成功举办,进一步扩大和增强了轻工展会在国内外的品牌影响力,为中国轻工会展经济的提升起到了积极的示范和推动作用。”步正发表示,更重要的是,轻工展会



展会攻略 | Zhanhui Gonglue

展会中企业常见错误总结

□ 小月

近几年,展览业各种骗展招数尽显。尽管这样,有些参展商、参展企业还是屡被欺骗,为了进一步保护广大参展商、参展企业的利益,我们总结出以下 7 条参展商、参展企业常犯的错误,希望能给参展商、参展企业带来警示。

第一,目标不明确。

每场展会都要有明确目标,只有明确在展会中的方向才能完成一场展会的工作,如主题、展馆布局、产品摆设等等。展览目的应为推销贵公司产品并有助于其走向市场。

第二,不重视参展商的需求。

每一个参展职员都应该重视参展商提供的新信息,只有重视他们的需求才能更好地把握一场展会的进行。参展商总是忽略这方面的问题,在总结工作的过程中总是错过这样一些重要信息。如果想避免这方面的问题发生,就必须做好参加展会前的培训及准备工作。

第三,忽略员工的重要性。

每个参展企业在参展前期总是会花费大量的时间、精力以及金钱来组织整个参展过程,往往参展企业非常重视自己的展位以及展位上陈列的展品,对本次参加展会的工作人员不加以重视。但实际工作中,这些参展工作人员都是参展商最重要的特使,每个参展企业都应该对这些参展人员进行专业的培训,让他们具备明确的参展目标、参展内容以及最终的期望。

第四,不善于收集信息。

每次参加展会都要达到最终的目的,要善于收取大型展会过程中最突出和常见的问题,这样可以避免下次参展过程中发生的一系列不该发生的事情。同时可以收集竞争对手的最新信息,可以取长补短,全面完善自己的下一个展会目标。但往往参展企业在参展过程中忽视了这一点了,造成参展人员乐于对陌生拜访企业进行长时间的交谈,最终耽误时间,没有达到最终的参展信息需求收集工作。

第五、错过展览会评估。

经常参加展会的朋友会很容易发现,每场展会都有不同之处。特别是大型展会,他们都具备不同的优缺点,总是具备很多尚待改进的地方。每次参展结束都会在展位上收到评估单,以便不断自我改进工作方向。

第六,不爱阅读参展商手册。

每个参展商都会在展会上收到参展商手册,但往往大多数参展企业是不会细心阅读这本重要的手册的,其实参展商手册是阁下在这次展会期间收到的最重要的方向指南及省钱之道。这些手册内容涵盖整个参展企业,内容简明易懂。这里还详细介绍您想了解的相关展会知识和内容。如展览会日程安排、登记程序、参展商资料、展览说明、运输服务、住房信息、广告促销信息。这本重要的参展手册可以让你快速找到你所需要的信息。

第七,忽略展会后期工作的跟进。

每场展会结束后,展商往往忽略总结工作的进行。其展后工作通常退而居其次,阁下应于展览会前建立时间表以便每日跟进工作,并使销售代表处的跟进工作更有意义。

蜕变中的“兰洽会” 升格为国家级展会

本届盛会由商务部联合主办,渐成为西部地区承接东中部产业转移的重要窗口和平台。



◎靓丽兰州盛迎“兰洽会”。

□ 范海瑞 裴强

今年的“兰洽会”办会层次明显提高,由商务部联合主办。成功举办了 17 届的“兰洽会”如今正在一步步实现蜕变,其经济影响力逐渐“跳出”甘肃,已辐射到整个西部地区。“兰洽会”作为西部地区最具影响力的国际化和专业化大型展会之一,其在承接东部产业转移等方面的经济效应,已在整个西部地区具有“风向标”意义。

商务部联合主办 “兰洽会”成国家级展会

近年来,在西部大开发、《国务院办公厅关于进一步支持甘肃经济社会发展的若干意见》等国家政策的支持下,“兰洽会”可谓一年一个台阶,取得了骄人的成绩。

今年,第十八届“兰洽会”提出的目标是:参会宾客人数超过 2 万人,招商引资签约额超过 1800 亿元,力争把兰洽会逐步办成西部产业特色突出的区域性、专业化品牌展会,成为区域性的投资合作窗口、商贸流通桥梁和

文化旅游交流平台。

在本届“兰洽会”筹备工作进展情况新闻通报会上,省经济合作局局长、兰洽会办公室主任杨文廷介绍说,本届“兰洽会”由商务部联合主办,办会层次进一步提高,这将会使更多的海外机构和客商来甘肃参会参展、投资兴业。对于“兰洽会”升级为由商务部联合主办,业界将其解读为“兰洽会”升格为国家级展会。

累计成功举办了 17 届的“兰洽会”如今已开始显露出一种新的姿态——不仅是甘肃人的“兰洽会”,更是整个西部地区最重要的经济投资贸易洽谈会之一。

经济辐射力大增 与西部省份合作更紧密

第十八届“兰洽会”坚持“开放、开发、合作、发展”的宗旨,以“承接东中部产业转移,发展循环经济,促进转型跨越”为主题,围绕循环经济示范省建设、兰州-西宁经济区建设、关天经济区建设、文化大省建设、能源基地建设、有色冶金新材料基地建设、特色农产

品生产与加工基地建设,充分开展国际间、省际间、区域间的经济交流与合作,深入推进西部大开发,推进富民兴陇。

纵览本届“兰洽会”的指导思想,其所涉及兰州-西宁经济区建设、关天经济区建设等方面,已超出了甘肃的行政区划范围,与陕西、青海等周边省份的经济合作已然更加密切,“兰洽会”的影响力已经遍及诸多省份。近几届“兰洽会”上,陕西省政府、青海省政府、宁夏回族自治区政府、新疆维吾尔自治区政府等在列“兰洽会”的主办单位,重庆、四川、云南、西藏等西部省份同样也是多届“兰洽会”的主办单位。可以说,“兰洽会”早已不是甘肃的“兰洽会”,而是西部地区的“兰洽会”,是全国的“兰洽会”。

承接东中部产业转移 “兰洽会”已具风向标意义

本届“兰洽会”上,承接东中部地区产业转移的相关活动被提到了更加显要的位置,当然,承接东中部地区产业转移,也是西部 12 个省份共同面临的经济课题。

甘肃是国家战略纵深处,也是我国西部经济发展的战略通道,省委宣传部副部长、省社科院院长范鹏表示,甘肃在西北地区居于坐中联四的中心位置,是目前连接西北 5 省区、将来打通所有西部地区的承东启西、纵横南北的国际大道。甘肃又是我国生态保护的战略屏障区,在国家生态格局中,占有重要地位。

甘肃所具备的战略地位,无疑是甘肃经济社会发展的机遇和优势。总体来说,在西部地区承接东中部地区产业转移的趋势下,“兰洽会”作为重要的窗口和平台,正在吸引着越来越多的省份,特别是西部省份的积极参与。“兰洽会”区域性经济辐射作用正在逐步凸显,已成为整个西部地区最具影响力的大型展会之一。