

轻工特色展会

古镇灯博会绽放光芒

10月22—26日,由中国照明电器协会、中国灯饰之都(中山·古镇)共同主办的“第25届古镇灯博会”将以灯都古镇会议展览中心为主会场,联合利和、华艺、星光、时代、佰盛、华裕、路灯城、8大会场同时举行。

博览会中8大会场,150万平方米展览面积,2500家高品质参展企业将共同打造一场种类全、采购直接、贸易方便、超高性价比的灯饰照明盛宴。

以展促贸 展商数量不降反增

历经一年的等待与精心筹划,本届展会全新升级,模式顺应产业需求而变

化,整合各方资源、带动市场活力。

自6月确定展期起,展商服务更细致化,除线下展会事宜,线上展商推广同时发力,大大提升了展商对展会的信心。疫情之下会展行业逐渐复苏,虽部分展会的规模受到了一定的影响,但古镇灯博会逆势而上,规模不变的情况下,参展企业数量不降反增。

主会场共计参展企业845家。镇内参展企业达367家,占比43.4%,其中规模以上企业13家,同比增长44%;镇外市内企业达222家,占比26.3%,市外256家,占比30.3%。

本次展会将对所有展品进行系统

科学分区,实现主展馆一体化,装饰灯具、家居照明、户外照明、商业照明、灯饰配套、机械设备等板块逐一亮相,观展效果更佳。

值得一提的是,此次展会继续设立智能家居照明、专用灯具等特色展区,以实景模式展示一体化家居智能照明方案、植物照明、教育照明、汽车灯、离网照明等特定功能和特定场所展品。

超高标准 原创专利先行

本届展会倡导原创设计,引导企业展示最新原创产品,展现个性化、定制化、模块化和多元化的主流原创产品,

同时也关注疫情之下企业的产品创新与变革,全方位诠释中国灯饰前沿智慧和创造力。

本次展会还邀请中国中山(灯饰)知识产权快速维权中心进驻主会场现场办公,加强监管,并提供咨询、投诉处理等服务,全方位保护知识产权,致力为与会者提供诚信、健康和有序的行业交易平台。

稳定外贸市场,深入挖掘内需,古镇灯博会将于今年10月,凭借对灯饰照明产业脉搏的精准把握和依托灯都古镇的产业优势,为行业企业良性发展构建稳固桥梁,助力打赢下半年行业反攻战。(照 协)

商务部多举措护航 确保进博会“越办越好”

10月15日,记者在商务部新闻发布会上获悉,第三届中国国际进口博览会(进博会)即将于11月在上海开幕,为兑现“越办越好”的承诺,商务部及相关部门在招展、招商、服务保障等方面采取了多重举措,目前正在全力以赴抓实抓细各项筹备工作,确保举办一届安全、精彩、富有成效的进博会。

商务部新闻发言人高峰表示,进博会招展工作已经基本完成,各国企业参展踊跃。主要有以下特点:一是展览面积更大,商业企业展共设置食品及农产品、汽车、技术装备、消费品、医疗器械及医药保健、服务贸易等六大展区,展览面积超过上届规模;二是展区设置更优,结合全球

热点和行业发展趋势,新设立了公共卫生防疫专区、节能环保专区、智慧出行专区和体育用品及赛事专区等四大专区;三是展商质量更高,世界500强和行业龙头企业积极参展,数量达到往届规模,而且有一批企业签约参展未来三届进博会。

高峰说,自7月1日恢复办展以来,国家会展中心已经服务了30场展会,总计入场超200万人次,至今运营平稳有序,实现了现场疫情零报告。商务部根据《第三届进博会疫情防控工作总体方案》,编制了《第三届进博会展馆疫情防控专项方案》,将全力确保第三届进博会现场人员、物品、场地卫生防疫安全。(王文博)

声音

新媒体营销成会展业新生产力

9月初,在宁波国际会展中心举办的2020中国糖果零食展览会暨全球高端食品展览会(简称2020全食展)现场,专业经销商、与会者都能快速找到意向产品并进行洽谈。那么,众多经销商、与会者又如何从数百家参展企业中快速对接到心仪产品呢?事实上,在这背后离不开新媒体营销形成的激发效能。需提出的是,此次全食展新媒体营销,除专业内容输出外,还起到了一个至关重要的作用,就是帮助专业经销商提前发现心仪产品。藉此,笔者愿分享新媒体营销的三点体会和经验。

第一,媒体先行,助力经销商精准定位。在全食展开幕的前5个月,新媒体运营团队在各垂直领域对企业产品和品牌进行全方位、多角度的推广和宣传。其中,专业解读企业品牌和产品优点有助于经销商多聚道了解到其有需求的产品。同时,还通过微信朋友圈对参展企业进行“9格图”分享,让经销商直接看到需求的产品。

与此同时,新媒体团队根据展会的时间节点,分批次、分品类,对参展企业进行集中投票和经销商高强度

挖掘行业信息,包括行业突发新闻、热点报道、品牌关注,以及经销商专访等,并以客观的视角,向行业传递正能量,为经销商提供选品方向和思路,为企业对行业发展方向和趋势的把握,提供有价值的参考。

同样,新媒体运营也是展览项目相互呼应的整体。此次全食展组委会为参展企业提供的新媒体宣传服务,在展前、展中、展后三大关键时间点通过新媒体的形式,将参展企业产品、品牌、理念传递给行业经销商和采购商,以帮助其吸引更多优质客户。同时,还为品牌提供专题宣传服务,以文字的方式将品牌产品带到经销商、采购商面前。

不可否认,传递价值、输出观点是新媒体营销的价值所在。在新经济时代的市场竞争下,行业经销商需要专业的新媒体营销团队帮助其甄别好的产品,更需要一个专业的新媒体运营团队生产专业内容,帮助其了解行业发展方向和趋势。

第三,新媒体营销大有可为。尽管随着短视频、直播的爆发,以图文为主的微信公众号逐渐“老去”。但在笔者看来,无论是微信公众号,还是短视频、直播,在未来相当长的

一段时间仍大有可为。也就是说,新媒体营销,依旧是企业最快捷的获客方式。但前提是,企业要有一个过得硬的好产品。

对于垂直新媒体来说,粉丝群体虽然精准但数量有限。这意味着,对于大众品牌而言,这个偏向B端的新媒体其实是不被品牌所认可的,尤其在短视频、直播火爆的当下,C端已经成为品牌方专题投放的主要选择之一。

所以,新媒体本身不是变现的产品,而是帮助产品变现的工具。拿此次全食展来说,全食展就是变现的产品,新媒体就是帮助全食展营销的工具。因为有了全食展的存在,全食展组委会的新媒体才有品牌商投放专题。同样,也正因为新媒体能够持续输出有价值的内容,才能让更多的经销商和企业了解全食展。

可以肯定,新媒体营销前景很好。但全食展新媒体运营团队却不能有丝毫“懈怠”。因为,在信息爆炸的时代,全食展要做的是用优质内容换取“读者时间”,用好新媒体工具,帮助参展企业的产品变现。(王海宁 北京龙品锡展览展示有限公司 总经理)

吸引70多家世界500强和行业龙头企业 医疗器械及医药保健展区“火爆”进博会

10月15日是第三届进博会倒计时20天的日子。记者从中国国际进口博览会举行的第三届进博会六大展区首场推介会上了解到,医疗器械及医药保健展区是第三届进博会最为“火爆”的展区。该展区最初规划展览面积6万平方米,实际展览面积将远超规划面积,其中公共防疫专区的展览面积从最初规划的2000平方米扩容至1.2万平方米。

国家会展中心(上海)进口博览会展馆部总经理助理王斌杰说,医疗器械及医药保健展区的展位早已“供不应求”,300多家参展企业中,有70多家是世界500强、行业龙头企业。其中,世界500强中的制药企业九成将前来参展。

王斌杰介绍,三年来,医疗器械及医药保健展区有了不少“粉丝”,默沙东、礼来、阿利山、罗氏等企业已与中国国际进口博览会签订了未来三年的参展意向书。

GE医疗中国企业品牌传播总经理钟路音介绍,进博会不仅是企业全球新品首发的主要舞台,也在让更多产品加速惠及更多居民。比如,基于深度学习网络算法的人工智能CT产品“APEX”,在第二届进博会首秀后,已经在上海交通大学医学院附属瑞金医院的科研项目投入使用。

作为进博会的“老朋友”,德国药企勃林格殷格翰企业传播副总裁殷好涵表示,第二届进博会上,企业签下了高额药品采

购意向,而且,得益于进博会舞台,企业多个创新药品在华审批速度加快。比如,该公司研发的药品尼达尼布新适应症近期在中国获批,仅比欧盟晚半个月。

今年,勃林格殷格翰先后在上海成立数字创新实验室和中国外部创新中心。“未来5年,我们将在中国增资4.51亿欧元。中国不仅是重要的生产基地和消费市场,也是未来全球创新的重要策源地。”殷好涵说,在第三届进博会上,勃林格殷格翰将带来多款“中国首发”产品,包括治疗慢阻肺药物的吸入装置“能倍乐”可替换装置以及经典猪瘟疫苗等。

同样首次参展的雅培糖尿病业务大中华区及新兴亚洲市场总经理向宇介绍,雅培升级版的扫描式测糖产品“瞬感2”和其配套App“瞬感宝”将进行“中国首秀”。“雅培未来还将携手更多行业伙伴,探索新的解决方案和合作模式,助力中国以及全世界抗击新冠肺炎疫情。”向宇说。(新华)

图上看展



第二十届中国国际模具技术和设备展览会:

高端精密设备云集 为模具制造赋能

10月10日至10月13日,第二十届中国国际模具技术和设备展览会在国家会展中心(上海·虹桥)举办。

展会上汇聚全球最先进的五轴机床、高速加工中心、金切机床、电火花

机床、自动化系统、激光设备、测量仪器、3D打印装备;刀、量、夹具等高精度产品,集中展示当今精密加工的先进制造水平,为模具企业带来最新的制造装备和加工解决方案。



第二十六届郑州全国商品交易会:

河南服饰出口转内销 助力外贸企业解困

10月16日至10月19日,第二十六届郑州全国商品交易会在郑州国际会展中心举办。

展会期间举办的河南服装服饰出口转内销产品展销会是系列活动之一,

由河南省商务厅主办,河南省博览事务局与河南服装行业协会承办,为期4天,共有125家企业参展,展区面积6000平方米,主要涵盖男装、女装、鞋帽、家纺、乳胶制品、玩具、马具等展品。

《2019年度中国展览数据统计报告》发布

去年全年共举办5274场行业性展览

本报讯 日前,中国会展经济研究会发布《2019年度中国展览数据统计报告》,《报告》显示,2019年全国展览总数为11033场,展览总面积为14877.38万平方米,较2018年分别增长0.6%和2%。全年净增展览65场、展览总面积301.62万平方米。

自2011年中国会展经济研究会开展展览业统计工作以来,中国境内纳入统计的展览城市由最初的83个增至2019年的187个。在此期间,展览总数由7330场增至2019年的11033场,展览总面积从8173万平方米增至2019年的14877.38万平方米。2011—2019年,中国经贸展览的数量和展览总面积年均增长率为5.61%和9.11%。

《报告》显示,2019年全国按展览面

积排名的前十个省(直辖市)为:上海市、广东省、山东省、江苏省、四川省、重庆市、浙江省、辽宁省、北京市、河南省。以上十个省(直辖市)的展览数量占全国展览总数的71.52%,展览总面积占全国展览总面积的72.69%。上海、广州、北京作为中国展览业三大一线城市,2019年展览数量共计2057场,展览总面积3555万平方米,分别较2018年增长4.47%、减少0.34%,分别占全国展览总数的18.64%和23.90%。

2019年项目清单所列5781场展览,按展览面积作为规模分类划为四个档次。其中,1万平方米以下的展览2608场,占展览项目总数的43.16%,展览总面积1266万平方米,占展览项目总面积的11.70%。而10万平方米及其以上展览171场,占展览项目总数的2.96%,展览总面积2969万平方米,占展览项目总面积的25.85%。

2019年项目清单所列5781场展览,除综合性展览507场外,其余5274场行业性展览,按展览主题可分为行业大类27个包含细分的行业行业小类131个。2019年综合性展览507场,展览总面积940.2万平方米,占清单项目总数的8.77%和8.19%;行业性展览5274场,总面积10546.36万平方米,占清单项目总数的91.23%和91.81%。

在行业性展览,以乘用车为主题的汽车展览数量最多,达818场,占行业类展览总数的15.51%,较2018年减少43场,降幅达5%,展览总面积1671万平方米,占行业类展览总面积的15.84%,较

2018年减少229万平方米,降幅达12%。其次为建筑建材、文教。

除此之外,《报告》显示,2019年全国15家外宾展览企业在中国境内共举办了186场展览,占收集到的全国展览总数的3.21%,同比2018年减少了,降幅为12.7%。举办的展览总面积达1188.66万平方米,减少了100.7万平方米,降幅为7.8%,占收集到的全国展览总面积的10.35%。全国15家国际展览企业中,英富曼展览集团在中国境内举办的展览数量最多,面积最大,其所办展览总数为41场,占国际展览企业境内办展总数的22.05%,其所办展览总面积为300.19万平方米,占国际展览企业境内办展总面积的25.52%。

西安浐灞生态区:“会展+文旅”赋能城市发展

国庆中秋小长假之后的西安秋雨绵绵,但是位于浐灞生态区的西安国际会展中心却热闹非凡,继世界文化旅游大会、西安国际车展之后,中国西部国际采购展览会、西安电商博览会等一系列盛会又在西安国际会展中心接连举行。在参展之余,来自全国各地的客商也被蜚声海内外的会跑的《驼铃传奇》秀,再现十三朝古都盛世繁华的《西安千古情》等丰富的文旅活动深深吸引。

近几年来,西安浐灞生态区在生态建设方面取得令人瞩目成就的同时,融合发展文旅产业和会展经济,并以昂扬的斗志和开放的格局,加快融入“一带一路”建设,践行美丽中国的绿色梦想。

“旅游活动和会展活动相得益彰,并且互为彼此关系。”业内人士认为,经过多年的培育和发展,浐灞的文旅产业已经相对成熟,在此基础上发展会展经济则具有

极大的优势,能够凭借其强大的文旅产业吸引游客前来参加会展,并且还能在一定程度上提高浐灞在全国甚至国际上的知名度。而发展会展经济将可以利用会展行业强大的带动作用,能够有效带动当地区域内建筑行业、餐饮服务行业以及金融投融资业等多个产业共同发展。

事实上,自生态区成立以来,浐灞就把会展业作为主导产业进行全力打造。目前,浐灞已经成功举办多届欧亚经济论坛,并成为该论坛永久会址;2007年,F1摩托艇世锦赛的选手们在这里乘风破浪、竞相飞驰;2011年,西安世园会在这里展示了世界园艺奇珍异宝,并成为西部地区规模最大的世界园艺博览会;2013年,环中国国际公路自行车赛在这里举行,浐灞赛区获称“最美赛道”;2018年,世界文化旅游大会会址也永久落户这里。

值得一提的是,随着西安国际会展中心、西安国际会议中心投入运营,标志浐灞会展产业跨越发展其时已至,其势已成,会展城建设的历史大幕已经拉开。

目前,西安国际会展中心已经成为西安会展产业发展的重要引擎和城市新地标,未来还将为“一带一路”沿线国家、地区、城市提供综合性的展览、会议、交流、交易平台,成为服务亚欧合作交流的“涉外门户”。

除此之外,西安领事馆区、欧亚经济综合园区核心区、自贸试验区、西安金融商务区、滨河两岸高端酒店集群……浐灞正发挥多维对外开放的平台优势,迈向西安建设对外开放大通道的前沿。与此同时,浐灞按照“一年出形象、两年成规模、三年见成效、五年全面建成”的发展策略,已启动西安国际会展中心建设。记者还了解到,为了进一步优化西

安会展行业软硬件环境,为浐灞生态区打造“会展之城”核心区提供支撑,2019年年底,建筑面积2.7万平方米的浐灞生态区丝路会展产业孵化园投入运营,作为国内首个多功能会展产业孵化园,丝路会展产业孵化园集公共服务区、会展企业办公区、泛娱乐展演区、绿色智能展示区、配套服务区等功能区域于一体,运营一年多,丝路会展产业孵化园引导西安市原有会展格局从“散、低、旧”向“聚、强、新”的过度升级调整。

“西安会议会展中心以及周边商业和星级酒店群组的不断完善,华夏文化《驼铃传奇》秀、宋城《西安千古情》两大演艺项目的落地,再加上浐灞本身具有生态景观,正逐步将浐灞打造成大西安一张靓丽的城市名片”。上述业内人士表示,浐灞的发展逻辑就是颜值与实力并行发展。(中国经营报)