

国际照明展规模再增长 中外企业血拼展位

■ 本报记者 周春雨

一个专业展的总规模在增长,而参展商数量在下降,折射出行业竞争日趋激烈。日前,广州国际照明展览会(以下简称国际照明展)正面临这一现状。

2012年第十七届国际照明展主办方广州光亚法兰克福展览有限公司总经理胡忠顺在接受记者采访时透露,将于6月9日在广州国际会展中心开幕的国际照明展的规模达到22万平方米,超过了上届展会20万平方米的规模,参展商数量由去年的2963家下降到2400家左右。从以上数字的变化可以看出,企业参展规模普遍增大。

针对这一现象,京东方科技集团股份有限公司高级副总裁李晓分析认为,近两年来,不断有风险资本进入照明行业,令竞争加剧。据最新数据显示,目前,照明企业上市30多家,其中民族企业占有比较大的比重。

有业内人士认为,虽然去年国际经济形势严峻、LED投资过热、产能过剩,但资本市场追捧LED的热情不减,中外资本依然在加速布局LED市场,甚至展会也成为他们争夺的“军事要地”。在国际照明展上,中外企业超大展位的争夺也进入白热化。

企业参展拼规模

据记者从国际照明展组委会了解到,本土企业为了与国际品牌争夺国内市场,想要预订5000平方米的展览面积,这相当于广州国际会展中心一个展厅1/2的面积。企业的目的很单纯,希望借助展会平台扩大形象宣传。

照明行业的发展从国际照明展的规模变化中可见一斑。据胡忠顺介绍,国际照明展于1995年首届举办时有80多家企业参展,2011年已有2963家参展企业,规模超过

20万平方米,展会规模在全球同类展会中排首位。

本届国际照明展启用了19个展馆,其中品牌馆7个。据介绍,以前一个展馆内,584平方米的特装展位就一两个,但今年特装展位数量增多。之前,一个展厅可安排40多家企业布展,但今年只能安排20多家,明显感觉到企业宣传力度在加大。在品牌馆布置上,组委会有意控制为一部分外资企业、一部分本土企业。因照明行业发展的速度非常快,以前做LED的企业也转到照明行业,一些比较有实力,非传统照明企业亦参加本届展会。

胡忠顺坦陈,LED对国际照明行业而言是一次技术革命,让更多企业参与到照明行业。目前,照明展分为两种,一种是消费类,一种是技术类。其中技术类展会更有前途,由于有新技术要发布,对展会的依赖性会增大。

胡忠顺认为,国际照明展规模增长源于照明产业在广东省占很大的比重,技术的变革让很多新的资本、资金进入,并为照明行业带来了新的活力。

规模最大照明展在亚洲

胡忠顺介绍说,目前,从全球范围内举办的照明展的规模上看,中国广州国际照明展排名第一位、德国法兰克福照明展排名第二位,依次为美国、意大利、迪拜、东京、俄罗斯等照明展,亚洲地区只有广州国际照明展。

作为全球照明行业的晴雨表,国际照明展的数据显示出行业洗牌的迹象,据胡忠顺透露,今年超大型展位被中外上市公司抢订,飞利浦订购了584平方米的超大展位,与国内LED半导体照明第一股勤上光电争夺展会“标王”。同时,参与争夺的还有上舜照明、朗波尔光电、晶日电子、德豪润达、华艺

等民族品牌。这表明实力强的企业在获得融资后开始发力市场。而也有小部分去年预订几百平方米特大展位的企业今年暂时缺席,如美的,显示出LED投资热背后企业的无奈。

据透露,本届国际照明展目前已经没有展位了,但还有100多家公司等候参展,最后不排除会有一些调整,估计不会超过2400家参展商。其中,海外参展企业的数量约占26%至27%。今年,组委会加大了对海外买家的邀请力度,因为在内需市场没有完全打开的情况下,很多中国企业寄希望于出口。

本届国际照明展特设亚洲LED展,覆盖LED上游、中游及下游整个产业链。展会同时还将推出亚洲平板显示屏展区,让显示屏装配商、生产商可以向业界、贸易买家、终端用户和政府机构展示先进的显示屏应用技术。同时,太阳能技术展区将首次亮相,上百家参展企业全部来自欧美地区,将带来先进技术和新能源理念。

前述人士认为,LED成为风险投资和私募股权投资最为青睐的产业之一,而资本和展位的竞争,显示了中外企业对LED市场的发力在加速。不可否认,热闹的资本热背后涌动着LED行业洗牌的暗流。

光亚欲涉足海外

胡忠顺认为,参展商多了,买家自然也多,这是一个良性趋势。展会主办方是资源的组织者,如何吸收更多资源,是展览公司核心业务所在。

据透露,光亚法兰克福将到海外办展,不排除在市场成熟的时候,到印度举办照明展。胡忠顺强调说,光亚法兰克福一定要认清自己为什么要做海外市场。可以肯定的是,光亚法兰克福的着眼点是全球市场。

早在2005年,广州光亚展览公司即与德

国法兰克福展览公司达成合作,成立了合资公司——广州光亚法兰克福展览有限公司。令中国会展业界高度关注的是,光亚持有广州光亚法兰克福展览有限公司50%的股份,一家民营企业与国际展览巨头合作,做到持股一半,在目前中国会展行业内着实罕见。

据了解,广州光亚展览贸易有限公司进军国际市场的步伐在加快。据知情人士透露,专业展会已成为光亚出击国际市场与持续发展的强有力武器,是光亚目前最大的盈利平台。而依托专业展会开发垂直产业门户网站群和电子商务,将是光亚未来一个更重要的盈利点,这就是光亚独有的“光亚模式”。

据悉,光亚独创的“会展电子商务模式”立足于“展览+网络”的结合,是线上、线下兼顾的立体式服务与交流平台。实体会展与网络展厅相互补充,互相促进,实现展会365天永不落幕,稳步推动产业健康有序地发展。

目前的光亚在举办展会的同时涉及网络、杂志、研究院等领域,包括照明第一门户网站——阿拉丁照明网,LED技术交流与资讯平台——新世界LED网,面向173个海外买家的——光亚国际站,中国领先的照明行业研究机构——广东光亚照明研究院等。光亚力求为展会宣传参展效果、厂商树立品牌形象和寻找销售渠道,提供一个完整、系统,更具价值的商业平台。如今,光亚的资讯媒体越来越完善、专业,把交易的功能整合在里面,商务和交易越来越贴近企业与市场需求。电子商务的成功将进一步推动光亚发展,发掘出产业发展的巨大潜能。

会展传真

2012北京国际车展 全球首发车120台

本报讯 (记者 春雨)2012(第十二届)北京国际汽车展览会(Auto China 2012,以下简称2012北京国际车展)将于4月25日至5月2日在北京中国国际展览中心(新老展馆)举行。本届车展的主题为“创新·跨越”。

本届北京国际车展总规模将达到23万平方米,创下历史新高。来自德国、法国、英国、意大利、瑞典、美国、澳大利亚、日本、韩国、中国等14个国家和地区的2000余家厂商参展。

全球所有汽车跨国公司全部报名参加本届北京国际车展,并将其定位为最重要的全球A级车展。国内展商也势头强劲、底气充足,将集体与跨国公司同台竞技,全面展示我国自主知识产权的科研和创新成果。

本届北京国际车展共展出车辆1125台,全球首发车120台,其中跨国公司全球首发车36台,国内首发车84台,体现了北京国际车展的高品质和国际化水平。

本届北京国际车展除了启用国展中心新馆的9个室内展馆外,还在国展新馆南广场开辟了北京车展历史上最为宏大的商用车展区。届时,BENZ、VOLVO、PICCAR、NAVISTAR、日野、一汽集团、东风集团、上汽集团、江淮、北汽福田、北方奔驰、苏州金龙、江铃汽车、苏州中欧、山东五征、新凯汽车、运通、中天等近30家商用车企业将最新产品带到车展现场。

在全球汽车业缓慢复苏的今天,2012北京国际车展有信心继续以中国持续繁荣的汽车市场和创新发展的中国汽车工业为背景,携手国内外汽车业界同仁,为促进中外汽车业界的交流与合作、为中外汽车业的振兴和发展做出新的贡献。

会展关注

Leading through innovation

创新·跨越

Auto China 2012

2012 (第十二届)北京国际汽车展览会

2012 BEIJING INTERNATIONAL AUTOMOTIVE EXHIBITION

◎ 整车展览日期: 2012年4月25日- 5月2日 展览地点: 中国国际展览中心(新馆)

◎ 零部件展览日期: 2012年4月23日- 4月27日 展览地点: 中国国际展览中心(静安庄)

展会官方网站: WWW.CHINA-AUTOSHOW.COM

官方手机平台: CHEZHAN.ENLINK-MOB.COM

主 办:

中国机械工业联合会
中国机械工业集团有限公司
中国国际贸易促进委员会
中国汽车工业协会

承 办:

中国国际贸易促进委员会汽车行业分会
中国汽车工业国际合作总公司
中国国际展览中心集团公司
中国汽车工程学会

    

中国汽车工业协会



AUTO

ACHINA

12

