

# 意大利依托会展深耕中国市场

业内通告

## 广东海博会升级为国家级展会

2012中国海洋经济博览会(以下简称海博会)于12月13日至15日在广州市琶洲国际会展中心10.3、11.3号展馆举办。本届海博会由广东省人民政府和国家海洋局主办,以科学开发海洋资源,推动经济转型升级为主题,确立了努力把中国海洋经济博览会打造成国内一流、具有国际影响力的知名品牌,构建起行业领先、具有示范带动作用 and 显著经济社会效益的海洋经济合作、交流与投资平台的目标。

据悉,升格为国家级海洋经济博览会后,海博会展馆总面积达到2万平方米,展位共1200个,吸引了沿海11个省及4个计划单列市参加。与首届广东省海博会相比,展览面积增加逾1万平方米,展位增加400余个。签约项目资金方面,首届海博会共签约243个项目涉及资金458亿元,其中内资111个项目金额253亿元;外资112个项目金额204.13亿元,而升格为国家级博览会后,本届海博会预计将引资1000亿元,增长近一倍。

海博会升格至国家级博览会后,广东省高度重视展览筹备工作,海博会组委会进行了多次工作筹备会议,明确了会务协调、材料、展示服务和招商等相关工作。副省长刘昆在筹备工作会议上表示,本次博览会提升到国家层面,有利于向海内外推介广东的海洋资源优势、投资环境和发展潜力;加强与兄弟省市、港澳台地区和东盟国家的交流合作;聚集更多先进的海洋战略性新兴产业到粤沿海集群发展。

记者在展会上了解到,本届海博会有“蛟龙”号载人深潜器模型、海上钻井平台模型、港珠澳大桥模型、海水淡化装置、波浪能发电装置、南极企鹅活体等实物模型展出,亮点频闪。

(钟 喙)

外展推荐

## 泰国2013年曼谷国际建材展

展会时间:2013年4月30日—5月5日

展会地点:曼谷蒙通他尼展览中心

**展会概况:**泰国国际建材展是东盟地区最大的建材和机械展览会,也是泰国最具专业性、贸易机会最佳、最权威、最重要的展览会。该展览会每年举办一届,2012年共吸引来自德国、意大利、法国、美国、澳大利亚、马来西亚、日本、东盟其他国家等世界各地的850多家企业参展,展出面积75000多平方米,人流高达30000人次,成为东盟建材业企业与泰国及全球同行业交流技术、了解市场发展趋势、展示最新产品的重要平台。

**展品范围:**

1. 建筑材料:玻璃,玻璃纤维,陶瓷,陶瓷加工器材及陶制品,厨房及浴室设备、卧室纺织品、家居装饰配件、地板与地毯、房屋内部设计、塑料异型材、铝型材、修饰材料、涂料、油漆、镶边瓷砖等;
2. 地板:实木地板,强化复合木地板,实木复合地板、竹地板、集成材地板、软木地板、各种人造板材、地毯、门垫等;
3. 门窗类:各类材料门窗,各类结构的幕墙,墙体材料及型材、门窗配件及原辅料、密封及保温材料辅料、门窗检测设备、型材挤压及表面处理设备、模具、组装及通风设备等;
4. 建筑五金:水嘴、水暖器材、洁具、门(包括橱柜壁柜门)窗及门窗五金配件、阀门、紧固件、标准件、卫浴设施等。

微话题

**@沈阳会展:**江西省会展业存在的问题。1.会展业基础较为薄弱。2.行业秩序和管理有待加强。3.知名品牌会展数量较少。由于会展业人才缺乏,专业会展公司数量少,经营办展理念落后,市场化运作程度不高,造成举办的展会规模小,产品单一,特色不够鲜明,国际化程度不高,在海内外有影响力的会展数量少。

“我们会给普通消费者拿出一件3万欧元的上衣让他试穿,还会让消费者亲手摸摸价值2.5万欧元的鳄鱼皮包。”赖世平说,通过展示,他们把意大利的生活方式带给了中国消费者。

赖世平表示,近日,他们还举办了意大利食品和商业展。在展会上,他们设立展台,教观众如何做意大利面、如何做酱汁、如何做馅、如何做意式披萨、如何做披萨饼、卡布其诺咖啡和意大利沙拉。

“全世界只有意大利,能够提供人们生活所需要的全部优质产品,从服装鞋帽、美容、食品、家具到汽车。意大利生活方式,是全世界公认的最优雅、精致的生活方式之一。”赖世平介绍说,意大利不仅有PRADA、GUCCI等时尚品牌和兰博基尼、玛莎拉蒂、法拉利等名牌跑车,还有20多万家中小企业。这些企业生产的葡萄酒、红酒、橄榄油等,都是视质量为生命,靠质量取胜的优质产品。“中国经济飞速发展,会有越来越多追求生活品质的中国消费者爱上意大利生活方式。”他说。

## 本版话题

进口408.3亿美元,增长7.1%。

### 体验型会展活动未来将受欢迎

“很多意大利设计师告诉我,他参加一个在中国举办的展会,可是中国客户刚刚了解或听说他,展会就结束了,他只能打包回意大利,‘客户到哪儿去找我?’他不禁发出疑问。”中国国际贸易学会国际品牌管理中心副主任、财富品质研究院院长周婷表示,仅仅依靠三五天的展会,已经很难满足意大利商人和中国客户更深入对话的需求。

周婷说,经过调研发现,中国人开始越来越重视体验,即体验型消费在品牌消费中占的比重越来越大。因此,体验型会展活动将越来越受到参展商和观众的普遍欢迎。

周婷建议,意大利可以在中国建立大型文化体验中心,把整套意大利体验店搬到中国来,让中国人爱上这种生活方式,给品牌带来更好地商业销售模式,同时也建立新型的市场渠道。

“通过电子商务和大型体验中心,意大利就可以在中国举办永不落幕的展会。”周婷说。

事实上,意大利正在尝试体验型会展活动。11月,意大利对外贸易委员会在青岛、重庆举办了4场时尚秀、研讨会等活动。

Silvio Albini表示,从各个角度来看,中国对许多意大利纺织企业而言都是极其重要的市场。连同香港特区在内,中国是继德国之后的第二大意大利纺织品出口市场。

通过展览会这个桥梁,再加上意大利纺织品优良品质等因素,今年上半年,意大利面料对中国出口量增长了7.4%。

不仅仅是中国MILANO UNICA意大利纺织面料展,意大利对外贸易委员会还在中国举办或参与了许多展会,以帮助意大利产品开拓中国市场。

赖世平举例说,由他们主办的意大利鞋展,有近百意意大利企业参展;每年举办的中国国际服装服饰博览会,他们会组织更多的意大利服装企业参展;每年的游艇展,他们也会组织专业的意大利企业参展。

赖世平表示,除了展会,他们也会定期组织中国企业界人士、行业协会人士、媒体人士、政府人士去意大利访问。

在欧债危机、全球经济增长放缓的背景下,意大利对中国的消费品、食品出口却仍保持稳定增长,特别是酒类、油脂类,烘焙类产品都保持高速增长。2011年意大利与中国的双边贸易额为547.2亿美元,增长10.6%,其中,意对华出口138.9亿美元,增长22.3%;

### 展会促进意大利出口

“在3月举办的中国国际纺织面料及辅料博览会上,95家意大利企业参加了展会。其中,超过半数的展商从来没有参加过在中国举办的展览会,还有一些是规模较小的企业。对他们而言,要进入到一个如此遥远而复杂的市场是很困难的。”近日,中国MILANO UNICA意大利纺织面料展主席Silvio Albini(西尔维·阿尔比尼)说,这些参展商通过第一届中国MILANO UNICA意大利纺织面料展览会和中国国际纺织面料及辅料博览会接触了许多中国客商,增强了他们开拓中国市场的信心。



为期24天、有880个摊档的第47届香港工展会于12月15日在香港维多利亚公园揭幕。不少市民和游客早早地在售票窗口前排队等候,带着手推车以便“扫货”。本届工展会以“抗通胀”为主题,多家参展商分阶段推出“1元产品大优惠”活动。据悉,香港工展会是香港最大型的户外展览会,现场展销的产品包括食品、生活家居、电子产品、服饰、化妆品等等,现场提供许多折扣优惠,是香港人最喜欢的购物去处。近几年,更是吸引了大批内地游客前去“扫货”。因此,不少内地旅行社也推出了价格便宜的“香港工展会一日游”,供内地游客在圣诞新年来临之际赴港采购。

(夏家明 摄 李杉 张敏婷 李兮言)

# 会展业加快市场化进程

## 政府办展比例下降,以行业服务与专业展览为主的活动越来越多

“作为现代服务业的重要组成部分,会展业在推动产业结构调整、加快经济增长方式转变中的作用日益凸显,商务部充分认识到会展业、会展经济对扩大内需以及开拓国际市场等方面发挥的重要作用。‘十二五’期间,会展业是商务部重点扶持的产业之一。”

近期在济南召开的2012中国会展业年度研讨会暨济南会展经济论坛上,商务部部长助理李荣灿说,我国会展业在全国经济下行压力与世界日益复杂困难的形势下仍保持了蓬勃发展的趋势,这不仅是由于国家政策对会展业的发展“一路绿灯”,也表明会展业本身所具有的广阔发展空间和前景。

通过对当前会展业面临的形势进行分析,对发展现状和发展中出现的问题进行总结,不少与会主管领导和行业专家学者均认为,本届研讨会的主题“大会展拉动城市经济”将吹响会展业未来发展的冲锋号。随着我国逐渐成为全球会展业大国,加快会展活动的市场化进程、创新办展形式、在提升服务质量和会展品牌上下功夫,这是未来我国会展业发展的主导趋势。

### 大会展拉动内需

商务部服务贸易和商贸服务业司司长周柳军在研讨会上表示,我国会展服务业典型企业调查统计数据显示,2011年我国会展业的直接产值达到3016亿元人民币,占国内生产总值的0.64%,占全国第三产业产值的1.47%,实现社会就业1980万人,拉动相关产业的收入2.7万亿元人民币。

中国会展经济研究会会长袁再青也在总结2012年会展业发展特点时称,2012年我国会议业、展览业规模继续保持增长;会议场馆等硬件建设呈现出规模大、水平高

的特点;各级政府推动会展业发展的热情不减;大会展的实践不断深化,对产业的带动作用更加明显,会议、展览、节庆、活动、赛事、会奖、旅游等日益融合,相互促进,明显地带动了与此相关的十几个产业的优化发展。

这些数据和当前的发展特点都表明我国会展业不仅是连接生产与消费的桥梁与纽带,能够促进供需对接,引领消费潮流,形成新的消费热点,对于促进服务业加快发展,推动国民经济全面协调可持续发展具有重要作用,同时,也表明其已经成为行业间、地区间和国家间交流与合作的桥梁,是宣传推介各城市和各城市的窗口平台,以及反映一国文化、经济、社会发展状况的晴雨表和风向标。“在外需萎缩和出口不畅的情况下,扩大内需、提高服务业发展水平是当前我国经济发展的重要任务,现代服务业是扩内需的主要力量之一,而会展业又是现代服务业中的一个重要的组成部分,因此应该持续关注会展业的发展,关注其对扩大内需的带动作用。”商务部国际贸易经济合作研究院院长霍建国说。

### 探寻市场化发展方式

虽然我国会展业经过近几年的发展,无论是办展规模还是展会数量,整体水平还是质量效益都有了显著提高,在一些数据统计中也已经进入世界前列,但我国会展业在发展中仍存在着不少问题,具体表现在一些地方对会展重形式、轻内容,重硬件建设、轻软件建设,展会的同质化程度比较高。其中,一些地方和部门过分强调政府的主导,动用了大量的行政资源成为参与2012中国会展业年度研讨会的业内人士热议的重

点。不少与会人士均表示,曾经被政府层层包围、扶持、引领的会议展览活动需要向市场化转型,跳出政府的襁褓,参与竞争,独立成长。“要正确处理好政府引导和市场化办展的关系,我们不反对会展业应该有政府的引导,办一部分政府主导的展会都是有必要的,特别是在会展经济起步的阶段,政府的引导非常重要。但是一个会展,要办成品牌展会和可持续发展的展会,还是应该更多地发挥市场机制的作用,长期靠政府补助的展会是不可持续的。”李荣灿说。

中国国际贸易促进委员会特邀顾问俞晓松也认为,随着中国逐渐成为全球会展业的大国,打造一批全球知名的品牌会展活动将成为我国会展业在下一个五年、十年要下大力推进的。但这种会展活动必然不是政府主导型的,且在未来的会展经济发展中,政府主导型的活动将越来越少,大量活动应该进入市场运作。“政府办展的比例会进一步下降,以行业服务与专业展览为主的活动会越来越多。将来的政府预算会越来越趋于严格,财政也越来越趋紧,想要对会展活动过多地进行扶持也会力不从心。因此,会展业对自身的服务和质量水平的提升就会更重要。”霍建国说。

### 信息化创新助力大会展

袁再青表示,未来中国会展业的发展建设要主要围绕着先进理念、创意水平、品牌影响、质量效益四方面。而要转变观念,创新工作方式,充分发挥市场配置资源的基础性作用,推动我国会展业从粗放向集约,从外延向内涵发展,就要遵循现代化发展的主流,引入信息化和高科技理念作支撑和补充。

在2012会展业年度研讨会上,不少从事

谈经论道