碧海春季钓具展移师天津 廊坊憋足劲儿自主办渔具展

■ 本报记者 范丽敏

春天正是钓鱼的好季节。

2月17日（农历正月初八，节后上班第二天），当大部分国人还沉浸在新春佳节的欢乐气氛中时，中国（廊坊）2013年春季渔具展销订货会（以下简称廊坊渔具展）在河北廊坊国际会展中心开幕。

两天后，今年才从河北廊坊移师天津的2013中国碧海春季钓具展销订货会（以下简称碧海春季钓具展）在天津梅江会展中心开幕。

“碧海春季钓具展的离开，对廊坊会展业的打击是显而易见的。”一位不愿具名的业内人士在接受记者采访时说，不甘心就此失去钓鱼用品展会的廊坊憋足了劲儿，联合中国文教体育用品协会钓具专业委员会，举办了廊坊渔具展。

但在业内人士看来，受到硬件设施较差、信息服务水平不高等因素影响的廊坊，能否打造一个新的渔具展，延续碧海春季钓具展曾有的辉煌还有待观察。

渔具展“你方唱罢我登场”

2013年农历春节刚过，渔具展会开始“你方唱罢我登场”，三大展会轮流上场。

第一个上场的是廊坊渔具展。时间：2月17日至19日；地点：廊坊国际会展中心。

“各具特色的展位一个挨着一个，展位上摆放着小巧的钓钩、样式各异的鱼竿、五彩的鱼漂，以及网具、鱼饵、专用包、帐篷等，还能不时见到龙王恨、老鬼、光威、威海菊川等知名钓具品牌。”参观廊坊渔具展的观众李先生告诉记者，展厅外，还搭起了展棚，展示不同品牌、不同样式、不同档次的钓具产品。

两天后，碧海春季钓具展接着走上了舞台。

“此次碧海春季钓具展不仅占据了梅江会展中心室内全部展馆，还搭建了室外展示区。”据展会主办单位北京碧海钓具有限公司副总经理黎旭光介绍，本次展会展览面积约12万平方米，标准展位及特装展位共3700余个，吸引参展企业3400余家，展会单日客流量超过两万人，有28个国家和地区的钓鱼爱好者莅临津门开展贸易交流。4天展期总客流量超过10万人，商品总成交额突破30亿元人民币。

无巧不成书。3天后，享有世界三大渔具贸易展之一美誉的第二十三届中国国际钓鱼用品贸易展览会（以下简称钓鱼用品贸易展）在中国国际展览中心新馆举办。

记者从展会现场了解到，钓鱼用品贸易展吸引了来自阿根廷、奥地利、澳大利亚、美国、英国、法国、意大利、德国和中国等国家和地区的五六百家中外企业参展，以及来自超过110个国家和地区（包括美国、英国、澳大利亚、日本、韩国、德国、新加坡等）的采购商前来采购产品。

“很感慨”。一位微博名为“张利新营销”的观众参观钓鱼用品贸易展后发布微博称：“全世界的钓鱼用品，轮、杆、线、钩、饵甚至包括外围产品，手套、袜子、帐篷等88%都是中国产的，而且中国企业也在从OEM（代工生产）、ODM（原始设计商）迈向OBM（品牌制造），但有两个致命弱点，一是关键原材料国内不能生产，二是设计能力明显不足。”

半路杀出廊坊渔具展

“早春二月，天气转暖，钓鱼季节到了，因此，碧海春季钓具展和钓鱼用品贸易展基本上每年都在2月举办，已形成惯例。不同的是，今年2月杀出了廊坊渔具展。”上述不愿具名的业内人士在接受记者采访时表示。

众所周知，碧海春季钓具展从2004年至2012年连续8年在廊坊举办，不仅给城市带来了巨大的人流、客流、物流，带动了餐饮、酒店、交通等相关行业的发展，带来丰厚的经济效益，促进了会展旅游经济的繁荣和发展，而且还让更多的客商通过参会了解、认识了廊坊，提高了廊坊在全国的影响力和知名度。与此同时，碧海春季钓具展也发展成为中国领先、世界知名的钓具专业品牌展会。“可以说，廊坊成就了碧海春季钓具展，碧海春季钓具展也成就了廊坊。”业内人士对记者说。

该业内人士表示，随着展会规模的不断扩大和影响力的不断提高，碧海春季钓具展对硬件设施、信息服务水平等都有了更高要求，参展企业对展会营销理念和企业形象宣传、品牌推广、网络建设等也都有了新的要求，而廊坊却无法满足这些需求，因此，碧海钓具展于2013年移师天津（梅江），谋求更好的发展。

还有一种说法，碧海春季钓具展给廊坊带来了无限商机，推动了城市消费的不断攀升，但展会期间，宾馆涨价、饭店涨价、的士涨价、食品涨价，连人力拉货车也涨价，许多企业对此颇有微词，最终导致组委会将展会移师天津。

“无论是什么原因，碧海春季钓具展已移师天津举办，这对于廊坊会展业的打击是显而易见的。”上述业内人士说，于是，由廊坊市政府、中国文教体育用品协会钓具专业委员会主办，廊坊国际展览公司、北京四海云天展览公司承办的廊坊渔具展应运而生。

业内人士表示，首届廊坊渔具展在举办时间上大做文章，早于碧海春季钓具展两天，显然有“借东风”之嫌。虽然是第一次举办钓具展会，但有中国文教体育用品协会钓具专业委员会的支持，有廊坊市政府和会展中心的政策，以及组委会给参展厂家、采购商家的优惠待遇，加上众多采购商家、钓鱼人士对廊坊展会的惯性作用，廊坊钓具展倒也办得红红火火，展览总面积达到6万平方米，参展厂商近2000家。

在业内人士看来，廊坊举办渔具展会的硬伤仍在，诸如硬件设施较差、信息服务水平较低等，再加上培育一个新的钓具展需要时间，因此，廊坊渔具展能否延续碧海春季钓具展曾有的辉煌，显然还有待观察。

展业聚焦

图为在江南古镇获港举办的鱼文化节上，左邻右舍的村民围坐在一起吃团圆饭——鱼汤饭的情景。村民与游客一起围坐在篝火边，开心地看着演出，吃着地道的以鱼为主的美味菜肴，别提有多开心了。

（章金财）

考量中国电器文化节：展会亟待转型

2月18日，为期3天的第十三届中国电器文化节暨国际电工产品博览会在中国电器之都——浙江省乐清柳市镇落下帷幕。一些参展商表示，与往年的热闹火爆情景不同，本届中国电器文化节无论是参展商还是观众相比以往都有所减少，感觉“人气不旺”。随着电子商务的发展和各种营销渠道的增加，这个被誉为中国规模最大、影响力最广、专业观众最多的电气行业盛会正面临着一场挑战。

部分参展商希望知名企业参与

“中国电器文化节办了10多年，一直主要针对本地电器企业，乐清电器企业的资源毕竟有限，电器产品要走向全国不能只局限于乐清人，还要让全国各地的知名企业来分享，参展的范围应该延伸到其他行业。”北京北德电气有限公司总经理包存贵说，在展会上看到的不仅仅可以是电器，也可以看到与自己生活相关的生活用品。当地的土特产也可到文化节上展出，增加更多的信息量。

尽管近两年经济不景气，但中小企业参展积极性依然较高。据中国电器文化节组委会相关负责人介绍，为大力支持中小企业发展，组委会采取了面向广大中小企业和会员企业的优惠政策，仅这一项就减免了10%-15%的展位费用，优惠总额超过100万元。

在展会上不难发现，80%的参展商来自中小微企业，且占比一年比一年高。近几年，除人民电器集团外，柳市本地企业诸如正泰、德力西、天正等大集团均未参展。有分析认为，由于正泰、德力西等企业规模不断扩大，所以，本土展会对其吸引力不大。但对中小微企业以及家庭作坊来说，这是一个接触经销商、代理商以及客户的重要平台，可以更好地打开销路、拼得订单。

现在的中国电器文化节表面上看很热闹，但却像一个“失宠”的孩子，大企业早已不感兴趣。最近几届，因为大企业陆续淡出，有人称电器文化节已成“鸡肋”。

调查发现，电器大企业不参加中国电器文化节，背后潜藏着两种心态：第一种，现场参展，是“不必”，因为自己的营销网络已经非常成熟，中国电器文化节的助力作用十分有限；第二种，完全退出，是“不忍”，所以才会“幕后助力”，共享营销网络资源。

实际上，许多乐清的电器企业对本地企业比较了解，不来展会也能很快找到他们需要的产品，而外地的一些经销商还有待开发。“中国电器文化节想持续旺势，就要转型，要加大在外省的宣传力度，吸引更多的外地企业。”浙江金三角变压器有限公司营销副总汤杰亮说。

在申达电气集团销售总公司副总经理邵鹏看来，中国电器文化节岁岁年年花相似，没有新意，对客户的吸引力也一年不如一年，展会市场可能面临萎缩的威胁。“我们期待电器文化节能有一些变化，在形式上进行创新，办出一些新意，吸引更多的客户。”包存贵表示，中国电器文化节要走出柳市，面向全国。

参展商更注重展会带来的实际效果

缺乏专业展馆，直接削弱了“中国电器文化节”品牌的号召力。许多电器营销精英在观展之后坦言，在展会盛况的背后，一个尴尬的现实始终无法回避：没有专业的展馆，办了13年的中国电器文化节，其实没有本质上的提升，搭在路边泥地里的展馆，如何能承载起电器产业转型升级公共平台的重任。

事实上，参展商和观众更注重展会之后的实际效果，比如客商对接的广度和深度。但是没有固定的场所、专业的展馆，配套跟不上，所有效果都会大打折扣。“举办这么多年，没有固定的展览场地和标准的展馆、交通配套设施滞后等等，是制约中国电器文化节转型升级的瓶颈。”三科电器集团有限公司企划部品牌经理郑国衡分析认为，只有软硬件跟上去，中国电器文化节才能做精做强，更好地发展下去。

在国内经济行情仍不乐观的形势下，参展商更是以注重实效为主。“与往年相比，今年的电器文化节有两个特点，一个是扶持中小企业参展的力度加大，另一个是通过展览会传达产业突围的信心。”第十三届电器文化节总指挥黄忠平对未来我国电器市场前景充满了信心。

中国电器文化节开展的第二天，在浙江亿天电器有限公司的展位上，几个工作人员相比开展当天要轻松些。“就第一天人稍微多些，今天早上开摊到现在，到展台咨询的客户并不多。去年，我们公司在这个展会上拿到1000多万元的订单，恐怕今年很难达到这种预期。”浙江亿天电器有限公司技术员何云进说，今年与去年相比，无论是参展商还是观众都明显减少了。去年底，有些公司提前半个月就放假了，还有的企业开始裁员了。主要是订单少了，企业也没有多余资金养人。一些小企业吃了上顿没下顿，经常面临着吃不饱。

一位业内人士坦言，囿于场地、配套设施等原因，如果继续像以往那样举办中国电器文化节，今后的中国电器文化节将面临着展会越办越差、参展企业档次越来越低、参加企业越来越少的尴尬。接下来，中国电器文化节要再续辉煌的话，就要求新求变，在各种软硬件上下功夫。

有分析人士指出，如今的展馆由于是临时搭建，浪费较大，不能适应现代展览业的需要，因此，建一个大型的、功能齐备的现代展览馆势在必行。“实际上，这几年，组委会一直在努力改变电器文化节的参展环境，未来柳市将建一个电器展销中心，届时，拥有国际化的标准展馆将不是梦想，而柳市电器文化节的档次也会随之逐步提升。”黄忠平透露。

事实上，中国电器文化节已经成为一个品牌，在这里，企业展示的不仅仅是自己的产品，更主要的是展示自己的企业文化魅力。中国电器文化节的一个功能，就是促进电器上下游产业的对接，给企业提供一个展示企业规模、彰显企业文化内涵的平台。

缺乏专业展馆，是中国电器文化节的尴尬，也是电器行业所有有识之士的隐痛。不过，建专业展馆办中国电器文化节，还需要政府、行业、企业共同努力。

（栗清振）

市场风向

业内通告

浦东推会展业口岸签证便利化试点

外籍人士来上海浦东参加会展，将享受办理签证的“绿色通道”。近日，记者从浦东新区口岸签证便利化试点座谈会上获悉，上海市公安局出入境管理局、浦东新区商务委将合作推进浦东国际展会口岸签证便利化工作，简化签证程序。

口岸签证，是一种面向外籍人士短期商务出行便利入境的签证。近年来，浦东会展业始终保持快速增长的良好态势，越来越多的国际展商来到浦东，但许多会展企业并不符合口岸签证办理要求，签证办理手续繁复成为许多受邀外籍人士头疼的问题。

为了简化外国人来浦东参展入境手续，今后，市公安局出入境管理局将为“浦东会展办”开设网上办证绿色通道。相关会展企业只需通过“浦东会展办”管理平台，即能为前来浦东参加展会的外籍客户办理口岸签证。会展企业要做的，只需向“浦东会展办”递交相关材料登记备案并获得认可即可。

而对于备案会展企业的资质认定、日常管理、年度审核和持出入境管理局口岸签证入境的参展人员的动态管理等，口岸签证部门委托浦东会展办进行具体操作和实施，口岸签证处则将与会展办建立定期沟通研商制度。

“这下省心多了”，口岸签证便利化措施让上海颖展商务服务有限公司总经理袁晓燕十分满意。该公司主要负责中国国际电子电路展览会的筹办工作，经常需要邀请国外展商、专家学者来沪，“往年都需要提前1个半月开始办理受邀者的签证，还需抽调专门人手办理，现在环节少了，来去肯定会方便很多。”根据计划，中国国际电子电路展将于今年3月在世博展览馆举行，上海颖展将成为首批受益会展企业之一。

除了口岸签证便利化试点，为优化提升浦东会展环境和服务水平，浦东近年来还出台了打造国际展会示范区一系列创新服务举措。如去年2月15日，上海浦东国际展览品监管服务中心在世博园区揭牌，浦东海关和检验检疫局共同为入境的国际展览品提供“一站式”过程化服务和“统一报关、统一查验、统一仓储”的集约化管理。而在去年7月27日，浦东海关与浦东商务委签订了创建国际展会监管服务示范区的相关协议，并授予上海新国际博览中心和世博展览馆上海首批试点“海关监管指定展馆”。（沈 洋）

外展推荐

2013年墨西哥国际绿色能源与环境展

展会时间：2013年9月25日—2013年9月27日

展会地点：墨西哥国际贸易中心

展品范围：

绿色清洁能源：太阳能热水器，换热器、太阳能电池组件、太阳能应用产品，新能源电池，风力发电机、风电叶片、风电配套产品等。

环境保护：废物利用，燃料电磁，煤炭处理，空气能，环保节能，污染治理与回收，保护自然与文化资源能源政策，能源投资等。

水处理：水处理技术与设备，供水排水系统，各类阀门、泵、管材等。

绿色城市：LED节能灯、绿色建筑、绿色能源改造、可持续发展绿色产品等。

专利拍卖招商公告

受专利权人委托，北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对“一种无缸叉车（ZL201220043336.2）”的专利权进行拍卖。

本专利提供的叉车通过减速器和链条等构件直接驱动叉架升降，在不影响叉车作功的前提下，简化了结构，降低了制造成本。具有结构简单、体积小、操作灵活、成本低廉、实用性强等特点，特别适合卫生陶瓷等货物装卸搬运。

欢迎报名参与竞买。详情可查阅我公司网站www.jcbcpm.com，或致电010-57110083索取详细资料。