

业内通告

第二十三届中国国际五金博览会将在上海举办

本报讯 3月12至14日,第二十三届中国国际五金博览会将在上海新国际博览中心举行。

据了解,本届博览会自推出之时就出现展位销售火爆、供不应求的场面,共吸引近2500家海内外五金生产企业报名参展,共设展位6200余个,展览面积达12万平方米,展会规模创历史新高。

值得一提的是,随着中国五金行业国际影响力的快速提升和中国国内五金市场的快速发展,越来越多的海外五金生产企业更加关注中国、关注中国国际五金博览会。近年来,随着海峡两岸经济交流的不断深入,越来越多的台湾五金企业参展中国国际五金博览会。本届博览会将继续设置台湾精品五金工具展区,进一步推动海峡两岸五金行业的交流、发展及共同进步。

据悉,海外买家前来参观本届博览会的积极性和热情非常高涨。据博览会上网预登记显示,开展前一个月,已有来自韩国、美国、乌克兰、伊朗、巴基斯坦、泰国、印度、俄罗斯、英国等50多个国家和地区的海外采购团报名参观,中国五金产品的竞争力、制造力对海外买家极具吸引力,中国五金行业正从“中国制造”走向“中国创造”。

展会期间,为提升展会档次、丰富展会内涵,主办单位还将举办两场专题论坛。

(谢 慧)

国际食品安全展打造绿色长城

本报讯 为深入贯彻落实“十二五”发展规划,贯彻《食品安全法》,2013中国国际食品安全与新技术展览会将于2013年全国食品安全宣传周期间的6月17日至19日在北京中国国际展览中心举办。本届展会以“全面展示食品安全技术与装备 精心打造安全食品的绿色长城”为主题,目前,已获得中粮集团、娃哈哈、汇源、雪花啤酒、汾酒集团、康师傅等企业的支持和响应。同时,包括美国、德国在内的10个海外国家和地区也已确定组团参展。

展会同期举办的中国食品安全论坛是当前我国食品安全领域规格最高的专业峰会,由国家质检总局、商务部、农业部等10部委和中国科协共同主办,每年6月在北京举办,已连续举办四届,由中国经济网执行承办。论坛与全国食品安全宣传周启动仪式同时启动,是全国食品安全宣传周中央层面的重要活动。每届论坛都有国家领导人、相关部委领导莅临;全国食品安全管理部门单位、行业企业、学术机构、新闻媒体代表500余人参会。

2013中国国际食品安全与新技术展览会采用的是由中国国际展览中心集团与中国经济网联手创新的主流媒体+专业会展公司的运营模式,充分发挥各自的资源优势,将为业界精心打造专业、高效的贸易平台。

(王宝亮)

外展推荐

2013第8届尼日利亚国际医疗医药展

展会时间:2013年9月10日—2013年9月12日

展会地点:拉各斯

展品范围:

医疗类:诊断用具及设备、X光诊断、辐射医疗设备、医疗电动机械设备、治疗器具、整形修复设备、医院医务室设备、医疗服务、消毒及疗养设备、一次性医疗用品器具、急救设备、可移动医院、轮椅类、救护车、电脑接收和传输系统、数据处理和监护系统;

药品类:医药产品、疫苗、酶、顺势疗法药物、矿物质及维他命制剂、激素、药物合成产品、生物活性添加剂、儿童饮食营养、化学类食品、医药制剂生产设备、生物研究;

牙科类:牙科器具、设备、一次性医用产品;

医疗实验室类:实验室技术、器具、设备、实验室用玻璃器具。

首次无企业冠名、无知名企业参展、经销商大幅减少
临沂太阳能展还能走多远?



■ 本报记者 范丽敏

连续举办7届的中国(临沂)太阳能春季展览会(以下简称临沂太阳能展),继去年净水器参展企业多于太阳能企业后,今年首次出现无企业冠名、知名太阳能热水器企业难觅踪迹和经销商大幅减少等状况。

多位业内人士认为,作为政府主导型的临沂太阳能展,如何在市场发生变化的情况下及时做出相应的调整,是相关部门亟须补上的重要一课。

首次无企业冠名

“王小二过年,一年不如一年。”一位太阳能业内人士如此评价2013第七届临沂太阳能展。

3月1日,由山东省临沂市人民政府主办、山东威海隆达广告有限责任公司和山东省临沂市商务局等单位承办的临沂太阳能展在临沂国际商城会展中心落下帷幕。

“虽然临沂太阳能展至今已经举办了7届,但与往年相比,今年不但没有扭转去年净水器企业多于太阳能企业参展的局面,而且首次出现了没有企业冠名的现象。”上述太阳能业内人士说。

据该人士介绍,始办于2007年的临沂太阳能展从第一届开始,就采用了独家冠名的方式,前6届展会的冠名分别为荣事达、荣事达·元升、太阳雨、天丰和太阳雨。

“而今年的情况是,不仅没有企业冠名,业内知名企业诸如皇明、太阳雨、四季沐歌、桑乐等也没有出现在展会上。与往年相比,今年参展的太阳能企业档次不高,多为中小企业或相关配件企业;就连参展的净水器企业也只有9家,远远低于去年近200家的数量。”该人士说。

“此外,来的经销商也是少得可怜。”一位来自山东本省的太阳能经销商说,“我认为,临沂太阳能展应该改名临沂净水器展。”

据该经销商介绍,今年的临沂太阳能展,不仅来的参展企业和经销商较少,而且真正下单的经销商也多转向净水器企业,不少原来从事太阳能产品的经销商都转做净水器产品了。就此,记者分别致电临沂市委宣传部和部分参展企业。但遗憾的是,截至记者发稿时,临沂市委宣传部除了回复短信称会在方便时回复外,没有给予任何解释。

■ 江志君

资源整合一定程度上被认为是企业战略调整的手段,是系统论的思维方式,即通过组织和协调,把企业内部彼此相关但却彼此分离的职能,把企业外部既参与共同的使命又拥有独立经济利益的合作伙伴整合成一个为客户服务的系统,取得1+1大于2的效果。以此来仔细分析每一个会展活动,基本上同样是在用系统化的思维方式和工作理念,把市场上分散、闲散、零散的各种资源和关系,通过组织和协调,凝聚成一个大平台,让大家共享,让参与者实现一倍的投入多倍的收获。

在会展活动中,资源整合具体体现在以下几个方面:

第一,组织工作是资源整合。组织一个会展活动,要有策划人员、招商人员、设计人员、管理人员、搭建人员、安保服务人员等,单靠某一个人或者某一类人不能完成这项工作,只有多个工种的多个人员密切配合,相互支持,才能完成一个系统工程。你认为设计工作不重要,可是没有这类人员,就很难科学规划展位,

多家参展企业负责人告诉记者,对于今年展会没有企业冠名以及参展企业与经销商减少的原因,主办方解释为,一是由于近两年来,太阳能光热产业市场不景气,企业和经销商生存艰难;二是由于展会期间,山东临沂雾霾天气严重,导致来自河南、安徽、江苏等山东周边省份的经销商没有前往展会现场。

太阳能展搭台 净水器唱戏

“知名太阳能光热企业不来了,展会冠名没有了,经销商减少了,到会的企业和经销商纷纷有了转行的念头。”一位参加临沂太阳能展的企业负责人说。

对此,浙江省慈溪市龙巍电器有限公司

董事长兼总经理何水兵坦陈,在今年的临沂太阳能展上,龙巍公司收获颇丰。“不仅有70多家经销商与我们签约销售净水器产品,还有30多家太阳能热水器生产企业向我们表达了做贴牌生产的强烈意愿。”何水兵说,这大大超出了他们的参展预期,也超过了去年20多家经销商和五六家太阳能热水器生产企业的数量。

据了解,在本届临沂太阳能展上,龙巍电器公司共展示了80多个净水器样品,其中有20多个新产品,包括节能型、环保型净水器,可以解决地下水 and 地表水污染的问题。此外,龙巍电器公司还于2月27日举办了2013年太阳能携手净水器盈利升级论坛。

“论坛效果非常好。”何水兵说,论坛不仅吸引了近100家太阳能热水器企业负责人和经销商到会,而且,他们都纷纷表达了合作的愿望,有的还签署了合作意向书。

展会还能走多远?

北京格物创道发明机构首席发明家孔维铭表示,临沂太阳能展之所以每况愈下,与当前太阳能光热行业遭遇困境不无关系。

孔维铭说,近10年来,尤其是近4年来,在国家“家电下乡”政策的大力扶持下,太阳能光热行业取得了快速发展,每年增长率都在30%以上,产值达到六七百亿元。

“经过近几年的高速发展,太阳能光热行业已经处于严重饱和和状态,目前已经进入打破格局、推倒重来、提高门槛、优胜劣汰的变革阶段,企业倒闭潮和经销商转型不可避免。”孔维铭说。

这与中国太阳能热利用产业联盟的调



2013年2月27日,第九届亚洲运动用品与时尚展在北京国家会议中心开幕。展会上,来自世界各地的品牌厂家纷纷展出了各自的最新产品。现场最吸引眼球的是几只会“卖萌”的狗狗,它们温顺可爱,与观众亲密地互动交流,成为一道亮丽的风景线。

(冯 军)

会展活动本质上是资源整合

或者完成展位设计;你认为策划工作不重要,可是没有这类人员,就难以很好地搭配展会中的相关活动,充分烘托展会的良好氛围;你认为安保工作不重要,可是没有这类人员,一旦展会上发生盗窃、火灾、打架等事件,自己很难处理……总之,组织工作的资源整合主要在于整合“人”和“工种”,让每个人各归其位、各尽其才,让每个工种各显所能、各司其职。

第二,招商工作是资源整合。从资源整合对象上来讲,尤其是专业展会,需要把某一个行业有关的产品和衍生产品,尽最大努力整合到一起。比如食品展,食品生产制造企业是主要邀约对象,但是相关的食品包装企业、代理销售企业、食品研究机构、食品媒体等食品产业链上的企业和个人,也都是邀约对象。这种整合,主要是“系统化”,让单个的个体集中化,让分散的个体一体化;从进行资源整合的手段上来讲,随着市场经济的完善,招商手段越来越丰富,过去组织展会是以信函邀请,现在已成为电话招商、网络招商、信函招商、广告招商、代理招商多种手段的综合应用,每一种招商手段,都有各

自突出的优点,单纯依靠某一种手段,就难以实现目标利益的最大化,因此,这种整合重在发挥渠道优势,让条条大路通展会。

第三,展会平台是资源整合。首先是信息整合。展会开幕了,企业来了,采购商来了,经销代理商来了,管理者来了,专家学者来了,原材料供应商来了,大家都因为展会聚到一起,谈合作话发展,学经验谋创新。在这个平台上,需求信息、物价信息、发展趋势信息、科技信息等各路信息荟萃,让你的眼界不再狭窄,让你的思想不再固步自封,让你的思路更加开放,让你发现更多的发财机会。信息整合的积极作用就是给你一把开启未来发展大门的金钥匙。其次是产品整合。比如LED展览会,展出的照明产品LED路灯、太阳能LED灯、日光灯、装饰灯等各种室内外LED照明新品,LED芯片/封装及配套材料、制造设备及测试仪器等新品,各种户内外广告及舞台LED显示屏等一应俱全。这种展览展示的产品整合,让你充分享受一站式采购的便捷服务,让你享受不同档次需求的个性服务,让你享受比较选择物美价廉产品的尊贵服务

等。产品整合的最大优点是让你看得见摸得着,实物接触,从多种款式多种功能中选择最适合自己的产品,或者自己最中意的产品。

从以上三个方面不难看出,会展活动充分体现了资源整合的概念。对于企业管理来说,进行资源整合是为了优化资源配置,提高企业的经营效益。那么对于我们会展活动来说,资源整合的最终结果是为了促进行业发展,提升行业发展的质量与水平。充分认识会展活动本质上是资源整合,一方面有助于我们科学把握会展的发展规律,高度认识会展的积极意义;另一方面有助于政府和政府部门在会展管理工作中,切合实际,制定有利于当地更好更快发展的会展发展规划。

(作者系中国会展策划师联盟主席、中国会展经济研究会教育委员会副主任兼学术委员、河北省会展经济学会副会长、河北省国际展览中心副主任)

谈经论道