



EP 以新视角诠释专业展优势

■ 本报记者 叶灵燕

“展商跟着行业大展走,参展效果基本可以预见。”2014中国国际电力电工展让大族激光科技股份有限公司的韩斌亲眼目睹了品牌展的号召力。

近日,为期3天的2014中国国际电力电工展(EP China 2014,以下简称EP)在北京中国国际展览中心闭幕。本届展会汇聚了超过800家来自16个国家和地区的知名展商,首次占用8个展厅,展出面积达3万平方米。

韩斌接受《中国贸易报》记者采访时表示,本届EP从更新的角度,为中外电力电工行业的展商和专业买家提供了专业设备及技术交流平台。

首次设立品牌专柜

本届展会首次设立了品牌专柜,让参展企业更加有效地向目标客户推广其最新技术和产品。不仅如此,主办方还为品牌专柜安排了一系列配套品牌宣传活动,邀请了VIP参观团等。

据记者观察,参展的著名企业包括ABB、现代重工、罗格朗、人民电器等。其中,电力行业巨头、EP常客ABB今年参展阵容强大。ABB的一位工作人员告诉记者,ABB此次集合旗下各相关事业部门共同参展,展品包括全球最紧凑的12kV绿色开关柜、为亚洲市场量身打造的户内开关设备、iUnigear智能开关柜及专家系统等,展出面积超过200平方米。

此外,美国、德国及中国台湾电力工业同业公会组织了庞大展团前来参展,进一步反映了EP在业界的地位。其中,中国台湾电机电子工业同业公会再度率领包括华新丽华股份有限公司、劲泽科技股份有限公司等在内的一众知名台湾企业参展。

一位俞姓观众这样说道:“台湾企业展出的多元化电力电工器材及相关配件,为我们带来了最新的电工产品自动化解决方案。台湾展团应该是今年EP的一大亮点。”

近年来,EP的展示不断向产业链的上下游延伸,力求吸引更多外省市及海外的专业观众,将展会打造成为“一站式”电力电工展。本届展会除吸引了来自世界各地的知名参展企业外,还吸引了许多国内外的专业买家团。

据记者了解,本届展会上,应邀前来参观洽谈的专业买家团有近20个。其中,以东南亚及中东为主的海外专业买家团为展商带来了更广阔的海外商机。与此同时,今年展会还做了针对性的宣传,加大了推广力

度,广邀来自轨道交通、冶金、石油化工等领域的终端用户,为展商开拓更多商机。

谈及到场观众的质量和数量,参展的麦克奥迪(厦门)电气股份有限公司销售经理黄虹表示比较满意。据其介绍,近年来,中国电力设备企业加强对外合作,生产技术和产品质量显著提升,海外买家对中国电力产品越来越感兴趣。EP全力配合我国电力行业发展,积极寻求优质海外买家,用心搭建高效的商贸、交流平台,助力国产电力电工设备走向国际。

特设热点主题专区

一直以来,EP都在关注中国电力行业的热点问题,并结合中国电力行业“走出去”和“引进来”的最新发展情况,传播和介绍中国电力行业的最新理念、技术和产品,为世界了解中国电力和中国电力走向世界搭建桥梁。

今年的EP特别增设了多个市场热点主题专区,包括智能电网、电力节能环保等专区,让买家能够更具针对性及有效地寻找目标展商。

为配合电力行业开拓智能、节能及环保市场,今年展会以“智能、节能、新机遇”

为主题,展品全面涵盖了电力节能环保设备、材料、生产工艺等。记者看到,首次参展的盛隆电气(北京)有限公司以近200平方米的大展台盛装亮相。据其现场工作人员介绍,他们公司是中国领先的提供输电设备、系统及解决方案的企业,致力于为客户在发电用电上提供更加安全、可靠、节能和环保的解决方案。此次参展展示重点是智能配电监控系统、能效管理系统、智能配电终端等。

2号馆首次以“节能环保”为主题,开办了中国国际电力节能环保技术及装备展览会,为电力节能环保企业打造交流平台,吸引了众多企业积极参与。记者在展会现场看到,包括国电龙源、大唐科技产业、中电投远达等在内的业界领军企业全力响应国家治理污染和建设美丽中国的号召,展出了最前沿的电力环保节能技术与产品。

面对我国严峻的污染及雾霾形势,与展会同期举行的2014燃煤发电环保技术应用交流会就实现特别排放限值的污染物协同控制技术、电除尘器提效改造技术、深度脱硫技术等议题进行了研讨,为电力从业者提供了解最新节能环保技术的机会。



另一热门看点的智能电网技术专区,集合了如南方电力、厦门明翰、珠海博威等各大智能电网的专业展商,通过展品、体验区、视频、讲解等多种方式,与观众互动交流,展示了中国电力行业近年来的发展成果。

在本次展会上,中国电力发展促进会携“三合一网”(可再生能源发电分会、智能产业联盟、核能分会和中国电力网),通过展品、体验区等立体式的宣传方式,成为了EP

的一大亮点。记者看到,智能用电产业联盟精心搭建的“智能家居体验馆”将能效管理与智能家居系统完美结合,参与体验的观众络绎不绝。“智能家居不仅服务产业发展,还贴心服务大众生活,很实用。”体验后的邹女士给出了这样的评价。

本版话题

第九届经编设计大赛在上海举行

本报讯 近日,第九届中国国际经编设计大赛获奖作品展演及颁奖典礼在上海新国际会展中心举行。经过多轮角逐,浙江豪生新材料有限公司的烂花不倒绒一举拿下本届大赛面料设计分赛的金奖;浙江海利得新材料股份有限公司的天花布和常熟市群英针织制造有限公司的南韩绒获得银奖;浙江华欣家纺有限公司的蕾丝面料、海宁市品森经编有限公司精梳棉等7款产品获得铜奖;另有海宁市生达毛绒有限公司的超柔烂花面料获得最佳科技创新奖,欣美针纺有限公司的蕾丝花边面料获得最佳奖,海宁科源经编有限公司的羊毛弹力经花呢获得最佳材料应用奖。黄河科技学院艺术学院杨晓艳的作品《溯源》获得服装设计分赛的金奖;西安美术学院贾未名的《在云端》等5个作品获得银奖;绍兴文理学院劳越民的《破“结”重结》等15个作品获得铜奖。

此次,由中国针织工业协会、中国贸促会纺织行业分会和海宁市政府主办,中国针织工业协会经编分会、浙江海宁经编产业园区管理委员会和浙江恒逸石化有限公司承办的第九届中国国际经编设计大赛依然秉持“传承和创新同在”的宗旨,力求革新赛事形式,向客户目标明确、市场定位精准的专业化赛事转变,并更加直接地服务于产业的发展。

(毛雯)



海上丝绸之路品牌博览会 凸显泉州“海丝”优势

本报讯 近日,泉州市人民政府在北京举办新闻发布会介绍,为响应中央关于推进丝绸之路经济带、海上丝绸之路建设的战略部署,由中国国际商会主办,中国贸促会经济信息部、中国品牌建设促进会、中国贸促会贸易推广交流中心、福建省贸促会、泉州市人民政府等承办的首届中国(泉州)海上丝绸之路国际品牌博览会将于11月28日至30日在泉州南安成功国际会展中心举办。

据泉州市副市长陈荣洲介绍,博览会将突出“新丝路、新合作、新融合”主题,凸显福建泉州“海丝”优势,进一步推介国际、国内品牌,力争打造一个“全国有特色、国际有影响”的经贸对接交流平台。展会预设2.8万平方米以上展示面积,共设1000个标准展位,受邀的采购商1100人以上。设置国际精品馆、国内品牌精品馆、“海上丝绸之路”沿线国家商品展示区、近几年中国品牌价值评估成果展示区、中国泉州、日本横滨、韩国光州三个城市展示区等。

(洪宁宁)

2014美丽诺中国羊毛大奖 颁奖典礼在上海举行

本报讯 近日,国际羊毛局与中国毛纺织行业协会携手,在上海联合举办了2014澳大利亚美丽诺中国羊毛大奖颁奖典礼。据介绍,澳大利亚美丽诺中国羊毛大奖旨在推动中国毛纺织行业的发展,扩大产品研发规模,将中国优秀的纺织企业推介给全球买家,同时扩大澳大利亚美丽诺羊毛的创新应用。

国际羊毛局首席执行官Stuart McCullough表示,希望通过该大奖来表彰中国羊毛制造业的成绩。本次奖项类别涵盖梭织面料、针织面料和毛针织服装,并设置了最佳时尚产品奖、羊毛技术创新奖、最佳奢华奖和最优品质奖等奖项。

中国毛纺织行业协会会长黄淑媛介绍说,本次评选活动是为鼓励、扩大羊毛的使用和中国毛纺织企业在国际市场的影响力。

据悉,2014澳大利亚美丽诺中国羊毛大奖活动于7月启动,得到了广大毛纺面料和毛针织服装生产企业的积极响应。9月中旬,由中国毛纺织行业协会和国际羊毛局组成的联合评审团根据每个奖项的评判标准,对参评样品从质量、设计、技术及创新方面进行了综合评判。最终,有11家行业翘楚载誉而归。

(朱斌)

读懂会议服务公司的价值(下)

■ 刘海莹 许峰

演讲人服务公司的收费和工作流程

对于演讲人服务公司而言,演讲人可以只签约一家公司,成为该公司的独家签约演讲人(exclusive speaker),也有的演讲人跟好几家公司签约,如美国前总统吉米·卡特就与至少7家演讲人代理公司签约,但很多有威望的演讲人只跟大公司签订独家代理协议,美国前总统比尔·克林顿及其夫人希拉里、英国著名足球教练弗格森爵士都是哈里·沃克演讲经纪公司的独家签约演讲人,英国前首相布莱尔、美国前总统乔治·W·布什及其夫人劳拉·W·布什也只跟华盛顿演讲人服务公司签订了独家代理协议。

演讲费或代理费(agency fee),有的是明码标价,但这类价格公开的演讲人都不是大人物,如美国前国务卿奥尔布赖特的标价是4万美元起,但人已老矣。前政要、诺贝尔奖获得者、普利策奖获得者、奥运冠军的演讲费都是一人一议、一单一议的。演讲费里包含了演讲人服务公司的佣金(commission)。这也是演讲人服务公司努力抬高演讲费的原因。(演讲人的费用构成见图)

一些演讲人的演讲费中也包含差旅费,这种包价式的收费方式一般仅限于国内演讲。

通常,演讲费是基于45至60分钟的演讲计算的。若要演讲一个半小时,则演讲费可能会增加很多。

若主办方希望演讲人出席酒会、新闻发布会、签约仪式、剪彩、合影或接受采访,这些对演讲人而言都属于额外服务,需要另收费,具体要演讲人服务公司出面沟通和洽谈。

主办方一般希望对演讲人的演讲进行录音录像,这需要事先取得演讲人的书面同

意,这跟要保存演讲人的PPT的做法一样,因为涉及到知识产权。

演讲人服务公司并非完全不让双方直接联系,对于非大腕级的演讲人,演讲人服务公司会同意主办方直接跟演讲人沟通,无论是在签约前还是演讲结束后。

演讲人服务公司的工作流程大致如下:第一步,得到某个会议的信息后,分析该会议,主动联系主办方或承办机构,向其询问是否需要专业演讲人。也有的情形是,会议主办机构或承办机构主动联系演讲人服务公司。

第二步,演讲人服务公司提出合适的人选和报价,双方开始就演讲人费用、待遇等问题进行讨价还价。

第三步,演讲人人选和报价确认,演讲人服务公司向客户发送确认函(confirmation sheet),确认函里包含了跟会议相关的所有信息,如举办日期、地点、费用、演讲时长等。

第四步,会议主办方、承办方在确认函上签字同意,回传给演讲人服务公司。演讲人服务公司代表会议主办方、承办方向演讲人发出实盘(Firm Offer),如果演讲人同意所有条款并确认演讲日期,则在发盘上签字并回传给演讲人服务公司。

第五步,演讲人和会议主办方、承办方签订合同,演讲人服务公司代表演讲人收取订金。

第六步,执行合同,收取余款,并在会议主办方、承办方与演讲人之间继续就差旅安排和演讲事宜进行紧密沟通和联系,确保演讲人准时抵达会议举办地并完成演讲任务。

当然,每个公司可能有自己独特的做法,比如机票,有的演讲人服务公司自己帮助演讲人预订航班,费用由会议主办方、承办方支付,而有的则是演讲人服务公司把演讲人的偏好和要求告诉会议主办方、承办

方,航班预订和确认由会议主办方、承办方办理。

精明的演讲人服务公司会竭尽全力让演讲人“人尽其才”,一次出门旅行最好完成多重任务,追求经济利益最大化。如美国前总统克林顿2013年11月的北京之旅,就实现了完美的利益最大化。

演讲人服务公司如何网罗演讲人

一种情况是演讲人“自投罗网”,自己主动联络演讲人服务公司,毛遂自荐、先行寄上自己以前的演讲录像和简历以及证明材料,如出版过的书、其他公司的推荐信等。但更多的情况却是演讲人服务公司像猎头公司一样,嗅觉敏锐、眼睛紧盯有可能成为专业演讲人的种子选手,主动出击,率先联系本人或其助理、经纪人,游说或动用其他社会关系,抢先与之签约。只要有冉冉升起的政治明星,刚刚出了新书的作家,刚获了奖的钢琴家、舞蹈家、演员和记者,刚成了名的经济学家、研究人员,刚退位的政要、部长和大企业CEO、董事长、刚徒手攀岩成功、创造了世界新纪录的探险家、极限体育爱好者和专业运动员出现,就马上会有好几个演讲人服务公司争先与之签约。因为这些名人属于稀缺资源,一旦被竞争对手签下,就

意味着自己少了一张王牌。在欧洲、北美和大洋洲,政府换届是演讲人服务公司跟刚刚卸任的政要签约的最佳时机,这些人都是炙手可热、风头正劲的演讲人。趁热打铁用在这些人身上再合适不过了。

2014年1月31日,美联储主席伯南克(Ben Bernanke)卸任,而在1月29日前就与All American Speakers演讲人服务公司签约。伯南克掌舵美联储8年,可谓功过参半,刚离任,炙手可热,所以All American Speakers演讲人服务公司网站上没有列出他的身价,而同为该公司签约演讲人的微软创始人比尔·盖茨的演讲费用是10万美元以上。

演讲人服务公司还善于发现尚未成名的种子选手,如会在一个作家出名之前,就已经通过出版社找到此人。只等书一出版,作家就同时成了演讲人。演讲人服务公司对演讲人和会议主办方、承办方可谓精心伺候,都是一天24小时开着手机,时刻对客户和演讲人的需求做出响应。

(本文摘自中国商务出版社出版的《会议业纵论》一书)

会展书院

图 演讲人的费用构成



业内通告