

●会展关注

智能制造逐鹿西南汽车后市场

■ 本报记者 兰 馨

5月21日,第三届成都国际汽车零配件及售后服务展览会(CAPAS,以下简称成都汽配展)在成都世纪城新国际会展中心闭幕。记者从组委会了解到,本届展会规模达3.5万平方米,吸引了来自全球的展商728家,比上届增长约9%。

随着西南汽车市场的快速发展,已有多家知名企业西南投资建厂。不仅如此,今年参展商的国别也发生了新的变化。除德国、韩国、加拿大、美国、日本等再度回归参展外,印度尼西亚和意大利首次参展。

在“一带一路”的背景下,连接我国中西部及东部的机遇已贯穿至亚欧非大陆,参展企业纷纷看好这些市场的潜力。

西南成新能源汽车主要市场

“去年,公司在西南市场有10%以上的增长。”四川眉山丹棱县亿鸿电子科技有限公司(以下简称亿鸿电子)参展人员张长斌介绍说,现阶段,亿鸿电子生产的GPS加北斗车载天线系列产品在西南市场的销售超出了预期。

据介绍,亿鸿电子是江苏昆山万翔电子科技有限公司(以下简称万翔电子)于2012年在四川眉山投资的分公司,因万翔电子在行业内的信誉,其在西南又开拓了新的区域

市场,并获得了超出预期的销售业绩。

看好区域市场的还有江苏天洋集团有限公司(以下简称天洋),天洋的新能源汽车项目此次签约落户遂宁。尽管天洋方面未就此签约项目作出相关介绍,但四川英马电动车有限公司(以下简称英马)有关参展人员则表示,西南将可能成为新能源汽车的最大消费市场。作为重庆英马在四川雅安芦山投资建厂的电动车生产企业,其自主研发的新能源汽车已销往山东、浙江、江苏。但该有关人员坦陈,其新能源汽车的主要市场仍在西南区域。

有数据显示,目前四川汽车整车及零部件规模以上生产企业有400余家,一汽大众、一汽丰田、二汽雪铁龙、吉利、沃尔沃等众多国内外知名的汽车企业重大项目在四川落户,以及一大批核心零部件企业在四川设厂。2015年,四川省生产各类整车105万辆,规模以上汽车制造企业实现工业总产值2400亿元。

签约项目分布8市

近年来,西南作为汽车产业新兴的区域市场,已成为全球汽车企业角逐的新蓝海。

据知情人士透露,在本届成都汽配展开幕前夕,四川方面有关部门已经多次为即将在其省内投资的企业寻求符合投资条件的项目,并在本届期间举办的2016中国汽车创业投资峰会暨中国(四川)汽车产业投资合作大会(以下简称2016汽车创投峰会)上举行了签约仪式。

这无疑再次表明,西南汽车市场已经进入激烈角逐,但这一轮创投看好的则是汽车后市场的智能制造。

据组委会有关负责人介绍,经过前期的深入对接和洽谈,2016中国汽车创业投资峰会暨中国(四川)汽车产业投资合作大会期间,四川与国内外投资者共签约汽车产业投资合作项目33个,涉及投资金额379.12亿元。其中,正式合同项目11个,投资额102.62亿元;框架协议项目22个,投资额276.5亿元。

据悉,此次签约项目分布在成都、攀枝花、德阳、绵阳、遂宁、内江、广安、达州8个市。由此不难看出,西南汽车产业已经进入了全球竞争尤为激烈的市场。

汽车产业是蓝筹股

“和去年相比,今年峰会吸引了更多重量

级代表参加。”中国贸促会汽车行业分会会长王侠在2016汽车创投峰会上表示,汽车行业的创投已经成为投资方和汽车企业双方的共同需求,而供需双方有效的沟通与合作正是汽车创投健康发展的必要条件。

王侠指出,汽车新技术革命确实为投资方提供了难得的机遇,汽车产业电动化、智能化、网联化发展催生的新能源汽车、高性能动力电池、无人驾驶技术、快速充电桩、车联网、新型维修保养形式等,无不显示汽车后市场的潜力。

机遇同时与挑战并存,王侠建议:首先要有充分的风险防范技术。汽车新技术有商机,也有无形的陷阱。其次,汽车制造业的属性不会因为新技术、新模式的引入而发生改变,所以针对汽车产业的投资要精耕细作,要有做实业的心态,因汽车产业不是概念股而是蓝筹股。再次,创业和投资要有差异化,要善于发现蓝海,避免重复投资。最后,创业投资同样需要有国际化的视野。“一带一路”战略鼓励中国企业积极参与国际产能合作,给中国汽车产业走向国际创造了机遇。同时,还要利用全球优质的汽车资源和合作伙伴,让创投项目有国际化目标,并面向国际市场。

丹东首次携手韩国四城市举办国际博览会

6月9日,由辽宁省贸促会和丹东市政府共同主办的首届中韩(丹东)国际博览会将在丹东新区国门湾家居生活广场开幕,为期5天。100余家韩国中小企业和来自中国各地的采购商将参加博览会,进行采购洽谈,共商合作与发展。据悉,此次博览会的韩国主办方为议政府市政府、唐津市政府、群山市政府和光明市政府。

自2012年以来,丹东市政府每年10月携手朝鲜举办中朝经济贸易文化旅游博览会,而与韩国地方政府联合举办博览会尚属首次。本届博览会以“创新发展、合作共赢”为主题,由丹东市贸促会和“掌上世博”承办。

据介绍,中韩商品展示交易会为本届博览会的重点项目,以“一带一路”相关国家、省市企业参展为主,总展位400余个,参展企业达300多家,将展示高技术含量的科技、装备制造以及服装、农业物资、矿业化工等十几个大类千余种商品。除此之外,越南、巴基斯坦、俄罗斯、泰国等近20个国家和地区的百余家企业也将前来参展,另有国内40多家贸促机构将率领大批企业家来丹参展、参会。

首届中韩(丹东)国际博览会将是一场以双线展览为亮点的创新与科技之秀,本次展会将与上海“掌上世博”平台合作,采取“互联网+博览会”的模式,实现线上与线下同步展览,用VR技术将展会同步放在网上举办,帮助所有符合条件的参展商免费入驻“世博商城”展示、推介和销售产品。参展商利用“掌上世博”平台进行长时间、大范围、全面立体的互联网宣传展示,从而打破时间、距离和空间限制,可以实现观众足不出户观展的愿望。

本届博览会商品展示是“掌上世博”继2015年米兰世博会后首次实现互联网全景展示,将使丹东市的会展模式实现新的突破,从而扩大影响力,进一步提升展会的经济和社会效益。

(韩 莲)

去年营收 3.15 亿欧元

科隆展览公司取得历史性突破

“去年,我们在营业额、利润和一些展会的规模上,都取得了突破性进展。”科隆国际展览有限公司(以下简称科隆展览)总裁兼首席执行官格拉德·博森表示。

科隆展览近日公布,2015年是其有史以来最成功的年度,在营业额、利润和展会业务上取得突破性进展。2015年营业额创纪录达3.15亿欧元,超出原计划1000万欧元。2015年的利润额也大大超出预期,突破性地获得3000万欧元,超额完成1000万欧元。需要特别指出的是,科隆自办展以及客座展的蓬勃发展是该公司业绩和各项数据大幅度提升的主要原因。

引人瞩目的数字化国际化

从2015年开始,科隆展览每年的盈利将被完全投资于科隆国际展览中心的现代化改造项目——科隆展览3.0计划(Koelnmesse 3.0)。科隆在德国和其他地区的展会扩张计划以及展览场地的数字化。公司正在迈入一个新纪元,旨在通过全方位的现代化改造项目,到2030年将展馆打造成世界最具吸引力的城市中心展馆。同时,科隆展览也正向数字化转型,其中包括在展馆设施、市场、销售、

服务及沟通方式上的数字化升级。

此外,科隆展览的国际业务势头强劲,2011年启动的全球化战略已经取得丰硕成果。2015年,科隆展览大力拓展了其在南美洲的业务。2016年,科隆展览的全球系列食品展共有27个,其中10个都是在德国以外的国家举办,再次验证了科隆展览作为世界领先的营养及相关领域展会组织者的地位。

日益增长的会展活动

科隆展览自办展及客座展正呈现井喷式增长。展览部分的年营业额同比增长8%。一些个别展会甚至取得两位数的增长水平,如科隆国际家具生产、木工及室内装饰展interzum和科隆国际食品加工及包装机械展Anuga FoodTec。此外,到场人数也增长显著。

2015年,科隆展览各展会活动所吸引的参展商数量平均同比增长约5%,一些展会发展速度远超平均水平。

建世界级城市中心展馆

科隆国际展览中心计划总投资6亿欧

元,建成后的展览中心将灵活满足未来展会及活动的多元化需求。

除了新的热电单元和区域供热改造,2015年的改造聚焦于展馆的翻新和规划,其中包括屋顶翻新和水再生系统的启动工作。同时,还着手新建筑体建造和现代化工程的筹备工作,重点修建一个可容纳3200个停车位的多层停车场,计划2017年年中竣工。

此外,新建的1plus展馆将于2018年年底正式启用,CONFEX会展多功能厅计划将于2021年竣工,该多功能厅建成后可根据需求灵活作为展会、会议或企业活动的举办场所。连接着南部展厅的新中央枢纽大厅工程以及东西会议中心的现代化改造计划于2017年开工,于2024年对外开放。

2015年,多家知名设计师事务所在多轮激烈竞标中脱颖而出,承担南部展厅的整体理念规划,内部设计以及多层停车场的设计。竞标结果已于2016年3月公布。新的科隆国际展览中心将以焕然一新的面貌,成为莱茵河岸边的城市建筑景观。

(高歆文)

近千新品亮相锁具博览会

日前,2016中国锁具行业高峰论坛暨首届中国国际锁具博览会在北京国家会议中心举办。

据组委会统计,本届论坛与展会规模为6000多平方米,专业观众达1万多人次,实现了历史性的突破。其中,金点原子、浙江美利保、圣狼锁业、深圳豪力士、广东保卫盾等近百家品牌企业齐聚北京,集中推出了近千余种创新锁具,以期进一步拓展市场渠道。

据悉,以指纹识别为代表的新型防盗锁具成为本次论坛和展会的一大亮点。 江淮岸 摄



●会展传真

昆明200余名会展人集中“充电”

本报讯 近日,由昆明市博览局主办的2016年昆明市会展业第一期培训在昆明国际会展中心举办。来自政府部门、会展企业、高等院校等单位的200余名会展业相关人士集中参加了此次培训会。

在培训会上,昆明市博览局相关负责人对《昆明市会展业促进条例》《昆明市会展业专项资金管理办法》《昆明市会展活动管理办法》等文件的主要内容进行了集中发布和讲解。中国会展经济研究会常务副会长、中国贸促会专家委员会委员储祥银教授围绕“会展业与昆明产业融合发展”这一主题展开详细讲解。“会展业的竞争归根结底是人才的竞争,昆明会展业已经奠定了良好的基础,前景可期。”储祥银表示,昆明的山山水水、少数民族文化不仅可以入画,更可以入会展,昆明应当充分发挥自身的气候、资源优势,打造与休闲健康、高原特色农业相关的会展品牌。

(殷 雷)

青岛市会展经济研究会成立

本报讯 日前,青岛市会展经济研究会第一届会员代表大会暨成立大会举行。青岛市贸促会会长、市会展办主任冯文青致辞。会议审议通过了研究会《章程》,选举产生了第一届理事会理事,青岛金诺国际会展有限公司总经理王德文当选为会长。

青岛市会展经济研究会的成立,对促进青岛市会展业健康持续发展具有重要意义。研究会一方面将在加强行业自律、强化产业协调、促进公平竞争、增进行业交流等方面发挥积极作用,另一方面还将成为青岛市会展业发展的智囊团,为青岛市相关政策制定提供行业意见与建议。

据了解,青岛市目前在全国城市展览业发展综合指数排名中位列第七,办展面积排名第十,今年计划举办85个重点会展活动。

(华 龙)

北京国际皮草时装周增设五大文化活动

本报讯 日前,由中国食品土畜进出口商会裘皮商会主办的北京国际皮草时装周在京举办。本届展会面积达1万多平方米,来自意大利、英国、芬兰、美国、加拿大等国家的国际机构和皮草品牌齐聚北京发布今年最流行的裘皮发展趋势。

为进一步丰富展会期间的文化内容,主办方还特别增设了五大系列文化活动和主题展示,其中包括一场盛典——皮草之夜,两大盛典——皮草年会和探访皮草价值之旅,两大活动——主题讲座和皮草时尚文化展示。值得关注的是,以互联网营销为主题的专题研讨,也在展会期间大放异彩。与会代表围绕“竞争、多变”的新格局,就当前皮草从业者最为关心的问题进行了深入探讨与分析。

随着中国经济的稳步发展,裘皮市场呈现出良好的发展态势。仅河北省枣强县裘皮年销售额就高达200多亿元,华强已成为俄罗斯、日本、美国等20多个国家和地区主要裘皮输出地。

(章 红)

首届中俄边境城市展深化中俄合作

本报讯 5月22日,首届中俄边境城市展览会暨黑河市大黑河岛国际经贸洽谈会和阿穆尔州国际洽谈会在黑河正式开幕。

本届展会由黑龙江省政府、黑河市政府和俄罗斯阿穆尔州政府、布拉戈维申斯克市政府共同主办,以“边境城市——中俄伙伴关系的增长点”为主题,旨在深化中俄两国区域间交流合作。

黑河市委书记秦恩享介绍说,该展会前身是大黑河岛国际经贸洽谈会,成功举办了15届,水平、效果和影响力不断提升,已成为促进中俄边境地区合作的盛会。本届展会恰逢“一带一路”、“龙江丝路带”建设及俄远东开发战略实施的关键节点,必将对促进中俄区域合作、推进中俄城市经济繁荣和文化交流产生深远影响。

据悉,5月22日至25日,大黑河岛国际经贸洽谈会在大黑河岛国贸城步行街举行,共设4个主题展区;5月26日至29日,阿穆尔州国际洽谈会将在俄罗斯布拉戈维申斯克市举办。

(魏 来)



前不久,经国务院总理李克强签批,国务院印发《关于第二批取消152项中央指定地方实施行政审批事项的决定》。其中涉及到取消对省级商务主管部门负责的地方境内对外经济技术展览会办展项目审批。屡受诟病的会展批文制由此将退出历史舞台,备案制(抑或是更符合市场规律的制度)呼之欲出。仔细盘点,会展业近年来的改革举措不少:从去年的国务院15号令到紧随其后的展览业改革发展部际联席会议,从建立政府退出主办市场机制再到即将取消的会展业批文制,我们看到了政府简政放权的决心和力度,也看到了会展业市场化的希望。但

会展业离市场化有多远

■ 刘海莹

是,笔者还是有些杞人忧天,会展业究竟该如何市场化?会展业离市场化究竟有多远?隐忧来自以下两个方面:

其一,会展业本身的特殊属性。展会也好,场馆也好,承担着产业升级、区域发展乃至国家战略布局的重要使命。结合国家战略部署举办某场会展活动,为某场会展活动兴建某个场馆,这是常态也实属情理之中,但这种情况该如何市场化?政治使命尚可以理解,还有一种情况不太能接受,因为“市长”或班子调整,城市战略发生转移,原定的会展项目夭折,已经开建的场馆烂尾,这种情况也并非没有,“市长”与市场该如何取舍?市场拼不过“市长”的情况在会展场馆建设中尤为常见。笔者经常碰见这种情况,场馆规划要听市场的声音,于是召集会展业各路人马召开论证会,只不过论证前增加了种种限制,比如规模已定,市长说了要建20万平方米;外现已确定,即使它有多种功能上的硬伤,因为能代表城市形象。我们能说这种现象不对吗?建

酒店、商场或写字楼,市长可能不会过问,但是建会展中心,很少有市长不过问。正是因为会展业扮演的这种特殊角色,注定了会展业全盘市场化的难度之大。

其二,会展业还有另外一种尴尬,承担着高大上的历史使命,背负着政府和各行各业对其寄予的厚望,但却没有相应的行业地位。我国尚未形成全面统筹协调会展业的管理体制,没有明确的全国性会展业主管部门,这与会展业本身内涵不清有一定关系。市场呼吁“大会展”概念,至少会议和展览应该融合发展。但现行管理机制还是展、会分离,重展轻会。目前,较为明确的是展览业归属商务部及各地商务委,而会议业归属不详。同时,也没有能为会展业代言的全国性权威行业协会。在4月19日这期《会展大咖秀》里,笔者提到了“营改增”的问题。5月1日“营改增”已经开始正式实施。酒店业早就先知先觉,归口于商务部的中国饭店协会和归口于国家旅游局的中国旅游饭店业协

会均在第一时间召集各自的会员单位,包括酒店、酒店管理公司、旅行社等产业上下游企业的财务负责人对政策进行解读,厘清企业思路,倾听企业诉求,通过各自途径解决企业实际问题。反观找不到“家长”的诸多会展企业,只能单打独斗,在观望和揣测中摸着石头谨慎前行。试想,连游戏规则都无人制定,又如何在一盘散沙中走向市场化?

笔者认为,会展业市场化的理想情况应该是:在会展生态圈中,政府能作为生态规则的制定者和监督者,营造健康有序的商业生态环境;行业协会能发挥专业职能,对行业的前瞻性发展进行深入研究,给企业提供更多务实的服务和帮助;企业则能焕发生命活力,各显身手。希望这不要成为虚无缥缈的乌托邦。

(作者系国家会议中心总经理)

●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处