

中国汽保市场迎来“黄金时代”

■ 本报记者 兰 馨

中国汽车产销量再现高增长，汽车消费市场令全球瞩目。据公安部交管局统计，截至今年9月，全国机动车保有量达2.8亿辆，其中汽车1.9亿辆；机动车驾驶人达3.5亿人，其中汽车驾驶人超过3亿人。

日前，在上海国家会展中心闭幕的第十二届上海国际汽车零部件、维修检测诊断设备及服务用品展览会（AutomechanikaShanghai2016，以下简称上海汽配展），规模同比增长12%，达到31.2万平方米。来自美国和日本的参展商预判，中国汽车市场对汽车配件、汽车维修设备与产品需求激增，并呈稳步上升趋势，汽配、汽保产业正迎来新一轮“黄金时代”。

汽车后市场规模持续扩大

据了解，本届展会，日本企业参展规模同比增长了1倍。“随着中国汽车销售量不断攀升，可以预见，中国对

售后市场产品的需求将继续扩大。”日立汽车系统株式会社有关负责人介绍说，目前，日立汽车系统集团正在全球推广促进车辆环保性能的空气流量计、高压燃料泵，以及提升车辆安全性能的减震器、刹车片等售后产品。为进一步巩固在中国的事业基础，日立汽车系统集团正努力丰富产品种类，并在今年新增机油销售，以更好地满足客户多样化的需求。

该负责人介绍，此次参加上海汽配展展示了面向日系汽车的售后产品，还有面向的欧系汽车的售后产品，如集团旗下Hitachi Automotive Systems Espelkamp GmbH公司的“HiCO”品牌产品，力争在中国蓬勃发展的汽车售后市场占据一席之地。

据统计数据显示，今年前8个月，规模以上零部件企业主营业务收入达到2.3万亿元，同比增长14.46%；利润总额1691亿元，同比增长16.36%。

拓展乘用车用品市场

本届展会期间，广州市工业和信息化委员会召开了国际汽车零部件产业基地推介会，推出汽车零部件五大产业园区，面向全球参展企业招商，引进国内外知名汽车零部件龙头企业 and 项目。

据介绍，广州将重点加大六方面的支持力度。在财政方面，广州将设立100亿元以上的汽车产业创新发展基金，投资基地内汽车上下游产业链的企业。与此同时，2016至2020年，广州市财政将安排32亿元支持汽车零部件产业基地建设。在招商方面，广州将鼓励引进国内外一流汽车零部件制造项目，并按企业实缴注册资本的5%给予奖励，每家最高奖励5000万元。

意大利Ravaglioli S.p.A.有关负责人表示，中国汽车产业正在发生结构性变化，SUV市场需求强劲。整车厂寻求内资零部件配套的趋势已经

形成，产业前景广阔，给乘用车零部件企业前装配套带来新的机遇。

为了抢占市场空间，今年上半年，广东三头六臂汽配连锁公司联姻美国LION狮魔润滑油，并助其在中国招募加盟商。在本届汽配展期间，LION狮魔参展人员表示：“采购商的专业性，是我们参展的动力。”

据介绍，在美国市场有50年历史的狮魔，于今年上半年进入中国市场。此次参展旨在让更多中国企业了解狮魔，希望快速占领中国这个庞大的汽车用品市场。

智能互联备受关注

“随着生活习惯的改变，车主对维修保养的要求是更便捷。”博世汽车售后中国区总裁安德世介绍说，此次展出的互联化维修站系统，是一套从车辆日常行驶到完成维修保养的解决方案。

运用博世Flex Inspection智能化快速车辆检测系统，在4分钟内即可完成全车检测，判断车辆是否

需要维修保养，并拟定专属方案。车辆进入维修站后，技术人员即可提供针对性的服务。此外，博世目前正在寻求合作，以虚拟现实技术（AR）为基础开发整合性平台，确保维修精准、直观、高效。

记者从展会组委会获悉，为满足采购商的需求，本届展会设立了智能网联、新能源汽车及技术、赛车及高性能改装/轮毂主题产品专区，其中，智能互联专区集中了前沿的网联技术、新型传动系统、自动驾驶技术及移动服务等。香港生产力促进局（HK-PC）、香港无线科技商会（WTIA）首次组织香港地区20家企业亮相智能互联展区，引起业界关注。

展会期间，主办方组织了多场互动主题活动，包括三城联动的“智能互联汽车上海路演”，该活动始发于9月在德国法兰克福Automechanika母展，此次是第2站，围绕互联汽车、互联数据及互联客户三大主题展开探讨与交流。



图为婚博会现场

爱的疯狂选购 ——记2016年北京冬季婚博会

■ 本报记者 苏旭辉

如果说“双十一”是全民购物的狂欢节，那么每季度的婚博会就是专属情侣们的节日。2016年北京冬季婚博会于12月3至4日在国家会议中心举行，众多即将步入婚姻殿堂的情侣进行了爱的选购。

选婚庆、筹婚宴、拍婚纱、度蜜月……展会云集了知名摄影、婚纱礼服、婚庆公司、喜宴酒店、结婚钻戒、婚庆用品等结婚消费行业的知名品牌企业，为观众提供一站式服务。

记者在现场看到，众多展台前都有大量工作人员拿着各式各样免费赠品，近乎野蛮式地塞给观众，将观众拉进展台推销各种服务。女性更是成为被拉拢的对象。一位参展展商向记者透露，女性通常比男性消费高，而且情侣在选购时，往往要遵从女方的意愿，所以把握住女顾客十分重要。

为了吸引更多情侣参会，主办方开通了网上会员办理，凡是情侣注册成为会员后，可免费入场，并享

受诸多优惠服务，非会员则需要付费入场。记者注意到，所有的参展商均推出了诸多打折促销活动，且只限于展会期间。在现场，几乎每家展台前都挤满了前来选购的人。罗马风情3日的成交额在所有婚纱照参展商中排名第二。一位销售人员告诉记者，一年四季的婚博会，属冬博会观众最少，参展商给出的价格也最低。等到明年春博会，观众就会多很多，那时市场整体价格就会提升。相比之下，来冬季婚博会选购是最划算的。

很多情侣在婚礼后希望到海外度蜜月，近几年选择去马尔代夫的人越来越多。中青旅遨游网的工作人员向记者介绍，四五月份去马尔代夫的价格会便宜，因为那个时段属于雨季，而十、十一月份属于旱季，阳光会很好，价格也会高些。

去马尔代夫、巴厘岛属于纯休闲度假，可以在自然环境极好的酒店享受安逸的生活。巴厘岛因为离中国

远，价格会更高。相比之下，选择关岛、夏威夷度蜜月，还可以到一些景点旅游，关岛离中国近，性价比更高。

拍婚纱照除了选择特定的搭建场景外，越来越多的人选择到外地拍摄，三亚和丽江成为众多情侣理想的地方。展会现场的一对情侣表示，打算去丽江拍婚纱照，那里自然风光好，拍完照还可以玩几天。如果请一个星期的假，拍照用去两三天，剩下还可以玩两三天。很多摄影公司在外地都有直营店，除了拍照还会提供旅游指导服务。

据组委会介绍，本届婚博会总成交额7.75亿元，其中珠宝成交2.05亿元，摄影成交0.86亿元，婚庆成交1.21亿元，婚宴成交1.89亿元，婚纱礼服成交0.89亿元，婚礼百货成交0.34亿元，旅游成交0.51亿元。

2017年春季婚博会将于2月25至26日在国家会议中心举行。本届注册的新会员会晋级为老会员，在下届婚博会享受更多的优惠。

第76届全国药品交易会侧记：

创新激发“大健康”活力

■ 张雁群 雍明虹

中医药馆推陈出新、互联网+医药引人关注、电商采购对接会开启新模式，30余场高规格会议论坛刮起头脑风暴……12月2日至4日，第76届全国药交会期间，各地客商带来了最新的行业动态，展会上的创新模式和创新技术，极大地激发了大健康产业的活力。

“神农尝百草始有医药”，中医药历史源远流长。8号馆专设的中医药馆在展会中备受瞩目，不少企业在中药材产品方面推陈出新，除了药品、保健品外，还推出了化妆品、食品等更为广阔的产业。

“只有创新才能创造，有了创造才有创业。”康美药业股份有限公司有关负责人表示，公司致力于中医药、生物科技、西药研发融合发展与开拓，首推中药材源头资源开发，推动中国中药饮片行业的产业化、现代化和标准化。

电商作为大健康产业零售市场创新产业和新增长点，成为此次展会的焦点之一。主办方还特设了“电商采购对接会”，邀请到京东、1药网、1号店、七乐康、康爱多等众多采购负责人到场对接展商，作为展商福利推出的同时，还能满足医药电商多元化经营和一站式采购需求。

“最近两年，我都要参加全国药交会，这次展会上的互联网平台让我大开眼界。”云南三七科技有限公司销售经理吴欢说。展会上，可以看到互联网医药电商发展的强劲势头。6号展馆是“互联网+医药”展区，深圳国馆网络科技有限公司推出的“国裕医药在线”致力于打造“一站式”大健康产品批发采购平台，“我们可以帮助药厂、商业公司扩充线上销售渠道、降低交易成本、提升交易销量。”该公司负责人介绍。京东大药房则致力于互联网慢病用药业务。“我们从今年8月正式上线以来，3个月就创造了过亿的销售额，月环比增幅高达300%，全面覆盖19大科室。”京东服饰家居事业部医药城采购

经理汪瀚琦介绍。

本次展会特设的“云南映象馆”，云南白药、昆药集团、盘龙云海、生物谷、绿A、云三七、腾冲制药等本土百家优秀企业荟萃展会，以云南优质中药材为引领的云南医药行业整体亮相，成为展会最令人瞩目的一道风景。

围绕大健康开拓创新方面，云南企业也加快了步伐。展会上，云南白药提出了“白药养生”概念，除了三七系列产品外，云南白药的展台还推出了千草美容减肥丸、螺旋藻片、蜂胶囊、美藤果油、虾青素、蜂蜜、玛咖糖果等系列保健品，吸引了众多客商前来咨询洽谈。云南生物谷药业股份有限公司专注于灯盏花系列产品的开发，公司市场部负责人表示，他们十分注重科研创新，每年投入研发的费用是年收入的3%到5%。“要把资源优势转化为产业优势，必须在研发创新上下功夫，才能让企业发展。”该负责人说。此外，值得一提的是云南三七科技有限公司从2014年成立以来，完成了从科技到种植、贸易、提取、精深加工、物流、电商等布局，形成了完整的三七全产业链，其生产的“云三七”牌三七超细粉符合美国和欧盟标准，成功出口美国市场。

今年云南省提出，到2017年，力争实现生物医药和大健康产业主营业务收入2400亿元左右，其中生物医药种植（养殖）业及工业主营业务收入达到1000亿元；到2020年，力争实现主营业务收入达到3800亿元，其中生物医药种植（养殖）业及工业主营业务收入达到1500亿元。

“要依托昆明独特的气候优势、生态优势和生物多样性资源优势，加快发展以生物医药、医疗健康服务、康体养生等重点的大健康产业，促进与养老、旅游、互联网、健身休闲、食品等产业的融合，把昆明建设成为全国大健康产业示范区。”昆明市政府提出，要着力打造“中国健康之城”。

跨界，是一种智慧

■ 周春雨



跨界，是2016年会展业界提及最多的热词。至于怎样跨界才能让会展活动产生影响力，则缺少一个可借鉴的案例。按说，会展活动应该是跨界的“鼻祖”，无论是集市的吆喝，还是陈列的设计，会展活动的诞生就是要扩大销售。但在创新技术的更新迭代中，会展活动的营销却滞后了，甚至有些跟不上瞬息万变的市场节奏。

在人人跨界的时代，会展活动不跨界，拿什么黏住参展商、采购

商？跨界不仅是一种创新，更是一种新锐的思维。近日，微信朋友圈流传的一篇文章：“Halove九爱科技，用‘爱’颠覆整个互联网”，说的是浙江一家科技创业公司开发了国内第一款高端智能老年手机。Halove九爱之所以被广泛关注，在于智能手机已经被普遍认为是一片红海，而Halove九爱这个时候竟然还奋不顾身“下海”，大有不知死活的嫌疑。Halove九爱则宣称，在红海中找到了蓝海——亲情智能手机。笔者在某商城上看到，Halove九爱售价为2999元，可谓价格不低。为了让消费者心甘情愿地掏钱，Halove九爱祭出大旗：售价2999元，岂止是一部智能手机，而是智能手机+智能手环+紧急医护救援+在线私人医生。九爱科技觊觎的是目前中国超过3亿的老

龄人口。九爱科技创始人邵晨曦的“野心”是，围绕家庭连接，九爱的业务将覆盖到智能手机、VR、可穿戴设备、智慧云、社区医疗等服务，成为优秀消费产品的“亲情商城”。

业界有评论认为，有别于与锤子手机创始人老罗主打情怀牌，九爱主攻亲情牌：“给儿女和父母最好的亲情连接，link&joy，Halove九爱远远超出了一部手机的定义”。按照九爱的计划，在行业内开创一个全新的亲情消费品类，在消费者心目中建立独特的心智优势，形成强大的品牌引爆。

通过百度搜索显示，Halove九爱智能手机，实现了ROM级语音交互，被称为iFly讯飞输入升级版。同时采用全球首个亲情智能操作系统EIOS，页面交互简洁智能；通过Halove手机搭配的手环，

能实现365天活力健康监测系统，心率运动睡眠监测等轻健康管理。设计实体SOS救援键，实现全天候紧急医护救援，确保万无一失。看后感觉像一部“监视器”，笔者有些心动。

根据百度搜索，九爱虽是创业公司，却网罗了诺基亚、微软、三星、HTC、华为、魅族等国内外知名企业的一线高管及核心岗位人才，成立不到3个月就完成首轮超亿元规模的巨额天使融资。同时，还邀约到原凤凰新媒体副总裁、iTech俱乐部理事长吴华鹏、原人人网80后副总裁黄晶成为Halove九爱创业合伙人。

以此为例，笔者只是想表达，跨界已成为一种趋势。而曾是跨界领跑的会展活动组织者们反而被落在了后面，甚至都没有跟

跑。上个月，在北京举办的秋季茶博会，规模严重缩水，现场冷清得让其他茶博会的组织者感受到了寒意。而随着VR技术的发展，参展企业通过VR，减少了参展面积，这让不少展会的组织者感慨：展会的好日子过去了。一时间，在创新和跨界的路口，会展业界有些不知所措。

会展活动的组织者在创新上，似乎被束缚了手脚。事实上，已有IT界跨界会展服务的人士提出：展会组织方不妨为参展企业提供VR体验区。如此，会展活动的组织方不妨也“玩”一回跨界，用创新的方式将流失的客商黏回来。

●会展红粉秀

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处

江苏将首次举办电商博览会

本报讯 以“跨越数字鸿沟，共襄发展红利”为主题的2016中国（南京）电子商务博览会即将于12月9日在南京国际展览中心开幕。据了解，本次展览会设有展位近200个，展会规模逾12000平方米，预计参会人员将超过30000人次。

据主办方南京电子商务协会杨杰秘书长介绍，南京本土的电子商务产业这两年发展态势十分迅猛，今年的电商销售额超1400亿元，交易额同比增长2.8倍，跨境电商突破80亿美元。为积极贯彻落实国家对电子商务行业的各项发展政策，推动省市电子商务行业向纵深发展，同时加深行业内交流，本次南京电商博览会也是应时而生。

作为江苏省内的首次电商博览会，为期3天的展会还将呈现出众多的亮点和特色。除了传统的平台展区外，展会还为参展企业构建了5大平台，即企业展示交流平台、园区企业对接平台、政府企业沟通平台、线上线下体验平台、行业合作对话平台，以方便各类展商参展和公众参观。这其中还不乏精彩的互动内容：宏图Brookstone的科技体验活动、南京龙潭跨境贸易产业园的亚洲网红大赛、福中集团的六地网络主播现场联动、南京行狐电商的潮流快闪走秀、南京上元堂沉香文化的香道表演等30余项活动将一一上演。（周也琪）

山东农用航空植保展明年4月举办

本报讯 第六届中国山东国际农业航空植保暨农业物联网展览会将于2017年4月29至30日在山东鲁台会展中心举办，组委会在借鉴往届成功经验的同时，将加大组织和宣传力度，广泛邀请和组织国内外知名企业参展，全面展示农业生产中应用的新技术、新产品、新设备，加强行业间的沟通合作。届时还将召开农业生产新技术交流会，将邀请省内外知名学者围绕国家农业政策、目前形势、未来趋势和存在问题，进行高水平的学术交流会。

本届展会继续以科技兴农、服务三农为宗旨，促进行业间的技术交流与合作，加快科技成果转化向生产力转化，提高农业生产技术水平、展示企业形象、拓展产品销售渠道，为中部地区农业生产提供最佳交流平台。

本次博览会将特设“航空植保”“农业物联网”两大展区，并结合各类专业会议论坛等高规格同期活动，为参展企业搭建现代农业装备、技术商贸合作、资源对接、咨询交流的最佳平台，助力中国农业现代化快速发展。展会每年定期在山东、安徽、河南、江苏、黑龙江、吉林等地巡回展出，是企业快速发展、贸易洽谈、采购对接的交流盛会。（宗赫）

中国国际羽博会9日在萧山召开

本报讯 第22届中国国际羽绒博览会暨2016天猫羽绒嘉年华（以下简称“羽博会”）将于12月9日至12日在杭州索美国际家居广场举办。本届羽博会展出面积10000平方米，展期4天，直至“双12”。

据悉，此次羽博会将迎来全国行业骨干的51家企业参展，其中羽绒服品牌15家，羽绒寝具品牌29家，部分羽绒相关设备厂商及检测机构也将出席。本届羽博会结合线下展览体验和线上宣传促销，以“推广正品行货”为目标，助力推进羽绒行业增品种、提品质、创品牌“三品战略”。

在展馆现场，主办方专门搭建了“羽绒寝具线下体验区”，还有各色的羽绒制品，主要是2016年冬季全国羽绒行业龙头企业最新款羽绒制品。通过现场对产品的触摸、试穿和了解，消费者可以直接在现场参与互动，进行扫码下单。值得一提的是，本届羽博会和天猫家纺家纺深度合作。展会期间，为力推羽绒寝具，天猫家纺家纺每天为羽博会开通现场线上直播。（宗成）