

●●●媒体关注:

上海国际汽车零部件展

打造专业的贸易展示平台

12月10-12日,第四届上海国际汽车零部件、维修检测诊断及服务用品展览会(上海国际汽车零部件展)将在上海新国际博览中心举办。展会由中国汽车工业国际合作总公司(中汽国际)和德意志法兰克福展览公司共同主办。作为汽配行业的重要展会,该展会的筹备工作和进展情况受到业内人士关注。日前,记者就相关问题对中汽国际副总裁经永建先生进行了专访。

■展商踊跃报名招展工作提前半年启动

“我们前三届举办得较为成功,参展商普遍有收获。这给今年展会的招商工作带来很大便利。参展商报名十分踊跃,6月初招展

工作基本完成。在国内,汽车零部件展能够提前半年完成招展工作,并不多见。”经永建说。

据经永建介绍,今年展会的展品范围广泛,将涵盖汽车零部件、保修产品及服务用品的方方面面。国内外主要的大型汽车零部件企业都将携主打产品和一系列新产品,以强大阵容亮相本届展会。目前,东风汽车零部件事业部、中国兵器工业总公司、万向集团、陕西法士特、山东麒麟集团、浙江骆氏实业发展有限公司、浙江正裕工业有限公司等企业均已报名参展。

海外参展商的热情也很高。德国和美国已确认将以国家展团形式参展,德国展团由德国联邦经济技术部、德国贸易展览业协会发起,美国展团由美国汽车

及相关设备制造商协会组织。

■集合多方优势资源办品牌展会

“我们要集合多方优势资源,共同举办品牌展会,目标是打造专业的汽车配件、保修产品及服务用品贸易展示平台,打造中国乃至亚洲最大的专业汽车零部件展览会。”经永建说。在他看来,2004-2007年是展会的培育期,从今年开始,展会进入快速成长期。

经永建说这样一番话,是有一定底气的。作为此次展会的主办方之一,中汽国际具有丰富的办展经验。该公司是北京车展的主办方之一,主办了全国各地近20个汽车展会。另外,该公司每年组织国内汽车企业参加美国、德

国、法国等国的30多个重要车展。

本次展会另一个主办方法兰克福展览有限公司,是德国最大的展会主办方。该公司在全球设有14家分公司,5家分支机构及48个国际销售伙伴,覆盖世界各地150个国家。2007年,该公司举办了113个展览会,其中69个展会在德国以外地区举行。

上海国际汽车零部件展得到德国法兰克福汽配展主办方的大力支持。法兰克福汽配展已经连续举办了20届,是世界最大规模的汽配专业展会,其完善的展览体系为上海国际汽车零部件展所借鉴。另外,主办方还可充分利用法兰克福汽配展的全球买家体系和其他资源。

■在适度扩大规模基础上保证买家质量

2004年,第一届上海国际汽车零部件展展览面积只有1万平方米。2006年,根据参展商意见,中汽国际和法兰克福展览公司决定将两年一届的展会改为一年一届。展会规模不断扩大,2007年展览面积达5.3万平方米,今年,展览面积将在去年基础上再度增加数万平方米,接近10万平方米,展馆增加至8个。

本来,按照企业需求,今年的展览会还应该增加一两个展馆,但主办方经过商议,决定今年只启用8个展馆。经永建解释说:

“我们不希望展会成长过快,而是要办高质量的展会。参展商要增加一倍相对容易,但来观展的专业观众尤其是真正的买家,要增长一倍并非易事。我们组织展会,邀请厂商来参展,就要对他们负责,在适度扩大规模基础上保证买家质量,让参展企业真正有所收获。”

去年12月,第三届上海国际汽车零部件展迎来103个国家和地区的数千名专业观众,其中海外观众占25%。通用、宝马、现代、大众、标致雪铁龙等整车企业都购买了采购团。另有超过30%的观众是国内重要分销商,他们是协助汽车零部件企业开拓售后市场的中坚力量。令经永建最为欣慰的是,去年展会结束后,不少参展企业的负责人主动对他讲:“我见到了所有想见的买家。”

现在离今年展会召开还有半年时间,主办方已经把工作重点放在如何提高买家数量和提高买家质量上。6-7月,主办方把目前确定参展的2000多家企业及其主要展品资料印刷成册,发放给买家,同时组织策划在展会期间召开买家配对会和研讨会等一系列活动,为参展商和买家搭建沟通、交流的平台。

(原文刊登于《中国汽车报》3079期,作者为中国汽车报记者刘成芳,本报略作删改)

2008 东莞国际车展国庆盛装开幕

由中汽国际主办的第8届广东国际汽车展示交易会(东莞国际车展),将于9月29日-10月4日在东莞市国际会展中心盛装亮相。本届展会共有来自国内外51个品牌、150多家企业的500多辆整车参展,展出面积达6.5万平方米。

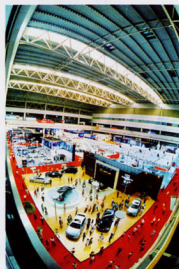
优势互补 规模扩大

东莞国际车展创办以来,立足东莞,辐射华南中国经济最发达经济圈,并一直得到中国机械工业集团公司、广东省经济贸易委员会、东莞市人民政府的大力支持,东莞市经贸局、香港左舵汽车商会与广东现代国际展览中心、东莞市汽车博览中心等强强合作,优势互补,确立了东莞国际车展的权威性。经过8年的发展,东莞国际车展已成长为中国知名车展之一,并成为东莞会展业的领军者。

与此同时,东莞国际车展致力于专业展会的打造和品牌塑造,从两展合并,到移师东莞国际会展中心,东莞国际车展的展览规模逐渐扩大,已跻身全国前列。今年,东莞车展乘势而上,扩大展会面积,重金投入搭建4000平米二展馆,诱导释放更多的市场潜能。

豪车云集 新车扎堆

本届展会,劳斯莱斯、宾



利、星科特等全球顶级豪华车将一齐恢弘登场;奔驰、宝马、雷克萨斯、沃尔沃、路虎、捷豹、讴歌、福特、大众、欧宝、凯迪拉克、丰田、日产、本田、马自达、斯巴鲁、起亚等诸多国际品牌纷纷亮相。价值近千万元的劳斯莱斯幻影、宾利雅致RL等也都选择东莞车展作为华南首演。

本届展会规模继续保持东莞会展项目领军地位,一汽、上汽、东风、广汽等都携旗下品牌参展,上汽荣威、上海大众、比亚迪、奇瑞等自主品牌也以强大阵容亮相,展示其自主研发的最新技术和产品。星科特房车、GMC高级商务休旅车、讴歌RL型、奔驰E350、G500、BMW X6、路虎行者、捷豹XF、比亚迪F0、现代悦动、起亚霸锐、凯迪拉克GTS、荣威550

等众多新车型精彩亮相。

特色鲜明 搭建桥梁

展销结合,是东莞国际车展最大特色。做最专业的车展,做最大的销售市场,是东莞国际车展的定位和办展理念。东莞国际车展7年累计售车逾万台,被业界公认为中国汽车销量最大的车展之一。本届展会充分利用东莞位于华南区经济最发达经济圈腹地的地理辐射功能,广泛吸引东莞周边各地专业观众到会,同时,还与多家专业网站实行网上直播,邀请银行、担保公司现场提供汽车贷款,让消费者得到便捷、可靠的一站式服务。

本届汽车展以汽车展会为平台,弘扬汽车文化,以汽车文化为载体,设置了新闻中心便捷主办方、展商与新闻界的朋友沟通。“第二届汽车文化摄影大赛”、“第三届汽车少儿机器人大赛”、汽车十佳售后服务名店评选、最佳车型网络互动评选、汽车人体彩绘秀、大型试乘试驾等一系列活动,展示汽车精品,传播汽车文化,引导汽车消费。国内外数十家新闻媒体强势参与,让丰富多彩的主题活动架起汽车厂商与消费者沟通理念、指导消费的桥梁。

刘超/文

2008 上海国际汽车零部件、维修检测诊断及服务用品展览会

SHANGHAI

2008年12月10日-12日

中国·上海新国际博览中心

Everything that makes auto move 全球品牌 强势登场



2008年上海国际汽车零部件展宣传海报