

媒体关注热情高涨 百余报道好评如潮

第三届Automechanika Shanghai开幕之前就受到社会各界的广泛关注,12月7日闭幕之后,更是得到大家的一致好评。

新浪网、搜狐网、中国汽车网、阿里巴巴、《中国汽车报》、《上海汽车报》、《北京汽车报》、《汽车与配件》、《北京晚报》、《北京青年报》、《21世纪经济报道》、《当代汽车报》、《中国消费者报》、《精品购物指南》、《竞报》、《中国交通报》、《郑州日报》、《车天下周刊》、《汽车维修与保养》、《新闻晚报》、《新闻晨报》、《Shanghai Daily》、《日本汽车售后服务市场》、《中国汽车要闻》、北京交通台、上海交通台等百余家媒体对展会进行了全程报道。

《北京汽车报》不仅大篇幅全面介绍了本届展会的盛况,同时对比上届展会后表示“看了今年的展会着实感到‘法兰克福’的影响力,尤其是从几多几少的变化中仿佛触摸到了中国汽车工业迅猛发展的脉搏”。在这篇名为《几多几少的喜与忧》的文章中,记者充分论证了Automechanika Shanghai内外品质的巨大提升。同时文章也指出,“中国零部件产业虽然发展迅猛,



国机集团王松林副总裁接受采访



中汽国际刘敬桢总裁接受采访



但喜中有忧,企业还要在提高自主研发能力、形成自己的核心竞争力上下功夫”。

中国汽车要闻网的主编钟师在《“强龙”与“地头蛇”争食国内汽配市场》一文中,则就Automechanika

Shanghai和同期举办的国内另一零部件博览会从发展背景、各自优劣等方面进行了对比。

“本届去年的规模扩大了整整一倍,说明参展商认可度在大大增加,已成为12场Automechanika国际展中的

翘楚”,作者这样描述Automechanika Shanghai。

同时,文章还明确地指出Automechanika Shanghai具有理想的商业性地理位置,且“Automechanika品牌具有较大的行业影响力,积累了丰富的国际客户资源与展会操盘经验。中方合作者具有长期举办汽车行业的国内展会资历和国内行业客户资源积累,两家合作者的互补性较强”,这些优势是其它相类似的展会所不可比拟的。

对于相关展会的政府资源,作者更多的是表达自己的担忧:“许多展的参展商是冲着商务部和机电司的大旗才勉强来捧场参展,其实并没有业务上的需求,强人所难的服务很难持久”。

“而沪展完全按照市场本身的规律来办事,靠专业、细致的服务来博得参展商和专业观众的信任支持。沪展操作模式和达到的效果基本与国际化的展会形象相一致。展览会表面做到有国际性并不难,但由表及里做到国际化水准很不易,这要靠主办方展览商的长期专业服务技能的积累,政府部门的帮助成全不了企业的商业品牌确立。”

国际展览一部供稿

【行业领导】中国汽车工程学会名誉理事长 张兴业

该展会在中国众多汽配展中独树一帜

首先,对第三届Automechanika Shanghai的成功举行表示热烈的祝贺!这个展会我已经参观过两届,是一届比一届好,这届是最成功的。

该展会在中国众多汽配展中独树一帜,尤其是集汽车零部件、汽车后市场、维

修设备保养、汽车用品等展示交流功能为一体,是我国汽车行业一个重要的品牌展会。厂家的信心也增强了,主办方今后更要好好坚持下去,提高服务。希望上海汽配展这个项目能在亚洲乃至世界保持领先地位。总之,期待着它越办越好。

【采购商】北京市汽配商会副会长 王丁丁

国际化、品牌化是这个展会的亮点

全国的汽配展会比较多,我认为这个展会是办得最好的,高中低档产品都有。我们来参展,一方面是看看商机,另一方面是大家聚在一起相互沟通学习。

这个展会我已经来过两次,感受很深:第一,展览规模大,参展商逐年成倍增加,到处能看见拉着箱子的买家;第二,我

认为这个展会是办展水平最高的,展会效果也是最佳的,尤其是专业观众组织周密,在业界受到一致好评;第三,服务细节好,VIP沙龙洽谈区、新闻中心服务比较到位,甚至连卫生间的人口处都竖立着展会标识的指示牌。总之,国际化、品牌化是这个展会的亮点。

【参展商】德国博世贸易(上海)有限公司

紧张忙碌的三天我们收获很多

我们以156平方米的特装展台参加了本届展会,收获很多。3天内共有300多家国内外采购商来到我们展台进行贸易洽谈。我们对参加本届展会的整体效果非常满意,并提出以下几点建议和希望:

一是希望今后展览会的展后回访和跟踪服务再加强一些;二是建议主办单位为我们参展商定期提供一些汽车行业内的信息;三是建议今后能开展一些企业间的交流活动,让企业之间沟通更充分一些。

对2007上海零部件展的思考

中国汽车技术研究中心产业经济学博士后 郭焱

一年一度的Automechanika Shanghai已于12月5-7日在上海如期举行,今年的展会无论是展商数量还是观众数量都远远超过了往届,值得庆贺。

一个展会是否具有国际化水准,最直接的判断就是参展商和观众的国际化程度。这个问题只要进展馆观察一下,便可略知一二。参展商有近三分之一是外商,观众中也有三分之一左右的买家来自海外。

博世、舍弗勒、阪东机带、伟巴斯特、金麒麟和银河动力等一大批国内外知名品牌前来参展。经过笔者了解,本次展会的专业化水准是吸引参展商参展的主要原因。同时,这些顶级品牌的负责人都十分看好这个优秀的平台,希望借此展示自己的产品、技术和服务,树立公司的形象,并以上海展会作为窗口和平台,开拓整个中国市场。

借助Automechanika品牌,本次展会已经成为德国本土展会之外最具影响力的品牌展会,也成为国内汽车配件和售后市场最主要的和不可或缺的专业展会之一,其品牌效应和行业影响力已经初步形成,并越来越显著。

除了展会良好的品牌形象和专业实力,中国汽车市场的发展为展会提供了坚强的市场后盾和发展机遇。

随着我国汽车产业的快速发展,跨国汽车公司都看到中国市场的发展潜力,纷纷来我国投资建厂,转移其全球采购重点,带动了我国零部件产业的快速发展。这个机遇对吸引跨国零部件巨头来国内参展是非常必要和可行的。

同时,国内零部件企业的发展,除了需要政府政策和协会等服务机构的支持以外,也需要展会这样的中介平台,为他们尽快让跨国汽车公司了解和认识、寻找中意的跨国伙伴提供帮助。

此外,政府对国内汽车零部件企业走出国门的的支持,也为我们的展会带来机遇。将跨国公司吸引到展会上,给国内零部件企业搭建走向国门的桥梁,也是积极响应政府号召的一个举措。

当然,作为一个年轻的展会,Automechanika Shanghai的专业化和差异化还需要进一步体现,相关活动和配套服务质量也需要不断加强,明确定位,不断提高自身素质和市场竞争能力,应对零部件发展大趋势和市场竞争的要求。