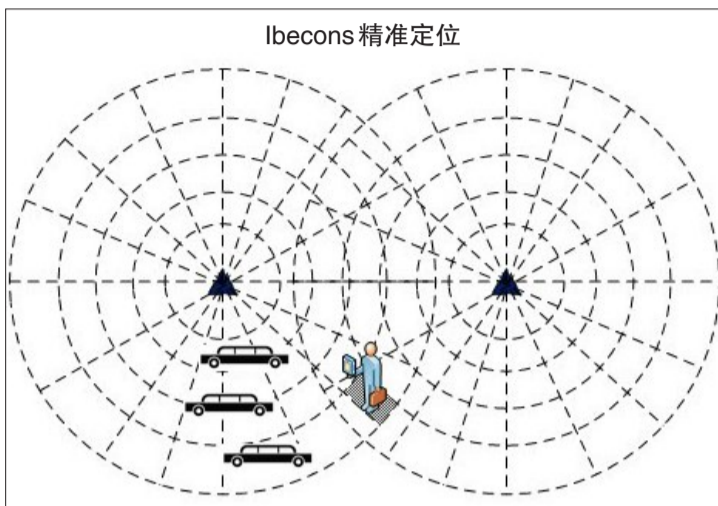


互联网+,第十九届深港澳车展步入3.0时代

2015(第十九届)深圳-香港-澳门国际汽车博览会(简称2015深港澳车展)于6月6-14日在深圳会展中心隆重举行。本届深圳车展展出面积12万平方米,参观总人流量达到60万人次,总共约一百多个汽车品牌、上千款新车展示的规模,位居国内年度车展前三甲。会展期间,公司副总经理、财务总监陆一舟,副总经理温忆梅等亲临现场指导参观。

从“三展合一”到“三城联袂”,从单一的汽车展销走向品牌大展的整合传播,深港澳车展不断为参展商、媒体和观众创造着全新的价值和体验。第十九届深港澳车展继续秉承“中立、创新、先锋”的办展理念,并且创新性地

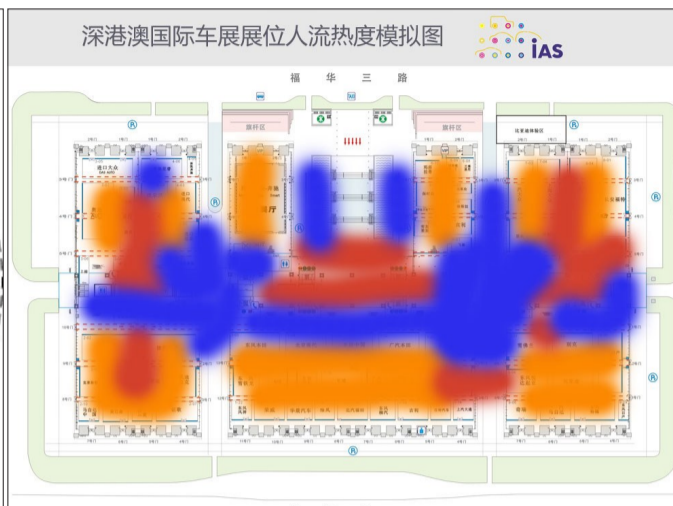


中,为参展商和观众带来全新的“互联网+车展”体验。

Ibecons精准定位——本届车展率先运用Ibecons定位技术,可精准定位车友们的即时位置,

并根据位置精准推送当前信息。例如,当车友站在某个品牌的某个型号车前时,可以获得该车型的相关参数、车价、优惠等信息。

大数据轨迹分析——本届车展



展组委会通过大数据来分析人群分布热图,逗留时间,以及各通道人流占比,以便更好地为参展车友提供及时的服务。

大量移动端场景运用——本

次有数款移动端场景运用服务于车展,例如微信摇一摇,对准目标车型摇一摇,就可以摇出该车型的车型介绍,最新优惠等信息。

深圳联合 张江雄/文

首届轴承技术展十月将在洛阳举办

首届中国国际轴承技术与服务展览会(简称:轴承技术展)将于2015年10月19-21日在洛阳会展中心举办。该展会是我国唯一聚焦轴承行业“技术创新与现代制造服务”的高端展览平台。

展会重点展示轴承及相关行业的最新科技成果与产品,包括新技术、新材料、新装备、新产品、新工艺、新标准等,同时为企

业与客商提供技术、市场、项目、融资、人才、信息、电子商务等技术服务的交互平台与快捷通道。

展会同期还将举办轴承行业科技成果发布会、专利技术推介与交易洽谈会、轴承技术发展高峰论坛、英国ROMAX与轴研科技联合开发的轴承设计软件演示、第二届全国轴承行业检查工大赛、轴承技术文献汇展和轴

承行业人才交流会等活动,丰富展会内涵。

轴承技术展由国机集团所属中汽国际和洛阳轴研所等联合举办。组织方将发挥各自的行业优势和协同优势,突出“创新驱动发展,智慧引领未来”的展会主题,精心落实各项筹备工作,力争把轴承技术展打造成国际知名品牌专业展会。 国机环球 潘小玉/文

助力中国企业走出去 中汽国际顺利完成组团出展

6月,中汽国际展览四部顺利带团参加了2015年中东(迪拜)国际汽车配件及售后服务展览会和哥伦比亚汽车零部件博览会。

6月2日,2015年中东(迪拜)国际汽车配件及售后服务展览会开幕,这是中东地区规模最大、效果最好的专业汽配展会,也是世界规模最大的汽车零件配件系列展AUTOMECHANIKA全球巡回展之一,每届展会都吸引了大批来自世界各地的汽车配件生产企业的参展商和中东地区的采购商,展会得到了美国、德国、意大利、南非、巴西、阿根廷、澳大利亚等十几个国家的31家专业协会的支持。

本届展会是第13届迪拜汽配展,较之去年,展会面积增长了16%,吸引了来自59个国家的1889家展商参展,更有22个国家

展团以独具当地特色的整体造型震撼登场。此次展会中国参展商共有548家,展览面积6781平方米,其中,中汽国际组织了20多家优质企业参展。

6月3日,在波哥大盛大开幕的哥伦比亚汽车零部件博览会(Feria Autoparte 2015)是中汽国际今年第一次组展的新项目。作为哥伦比亚规模最大、最专业、效果最好的汽车及配件展,此次展会共有220家企业参展,其中中国企业有50多家。

由于哥伦比亚是南美洲地区重要的大国,拥有世界总量的54%的天然气燃料汽车,位居中南美洲第三位(保有量约500万辆左右)。而且,近年来随着中哥两国经贸合作关系的提升,以及



哥伦比亚当地汽车消费市场的繁荣,越来越多的中国汽车配件挺进哥市场,为消费者带来更多的选择。参展企业表示收获颇丰,都陆续预定了明年的展位。

截至今年上半年,中汽国际已经完成了10多次的海外组展任务,累计315家企业跟着中汽国际的脚步走出了国门,到海外寻找商机。

展览四部 胡迪/文



微议

车展,请加油

纵观六月全国各地车展,(从车展网上获得的统计数据上看),共有39个之多,几乎每天都在上演车展大戏。与2014年同期相比较,各地车展的数量和规模都呈上升趋势。举办车展的地域也由一二线城市向三四线城市蔓延,如,宜昌车展、沧州车展、娄底车展、东营车展、淮安车展等。以上种种表明,车展行业依然是个充满生机、富有活力的市场。

细数六月各地车展,不难发现,电动车、新能源车展如雨后春笋般正蓬勃生长,占据车展比例越来越高。环保问题,能源紧缺促使新能源车渐成气候。同时,改装车、商用车等专业车展也逐步发展壮大,车展市场的多元化趋势毋庸置疑。谁能占领更多的细分领域,谁就能拥有更大的市场份额。谁能更早把握商机,谁就更有机会成为领头羊。

同样发生在6月的一件事情,让我们再次把目光聚焦在互联网+会展上。6月8日,广东现代会展管理有限公司举行发展战略发布会称,将把会展、商贸和酒店合三为一,打造“三位一体”综合航母,另外将乘着“互联网+”时代的东风,用五至十年的时间,打造出会展业的阿里巴巴。

站在互联网+的风口上,新一轮竞争在悄然进行。抢占互联网的高地,有些会展企业已经开始探索OTO,形成了线上线下融合的商业模式。社交媒体推广、SEO早已成为会展营销的“家常便饭”,NFC相关技术用于推送展会信息,展会App已经应用到现场登录注册、交流互动、客户洽谈邀约等许多展会环节。会展业与互联网正在加速融合。

正如,有人说,会展业不缺新技术,而是缺乏对技术的深入挖掘;新技术的运用不是问题,关键是互联网思维的大胆跨界创新意识。一般经过多年发展的会展公司,都拥有庞大的数据库,缺的不是基础资源,而是对大数据的发掘再利用和对互联网+的敏感与热情。

可喜的是,我们已经看到很多车展正在加快对互联网技术的开发,建立线上平台取得一定成效。尤其在这届深港澳车展上,Ibecons精准定位、大数据轨迹分析、大量移动端场景运用等创新性将互联网技术融入车展之中,使车展实现了新跨越。大胆拥抱互联网,相信它会给会展业带来下一个不一样的惊喜。

数据来源:车展网《6月全国各地的会展信息》