

义乌会展时讯

YIWU EXHIBITION EXPRESS

中国小商品城展览有限公司主办
China Commodities City Exhibition Co., Ltd.
中国小商品城梅湖会展中心协办
China Commodity City Exhibition Centre

2008第11期(总第115期)今日8版
2008年12月18日
(内部资料 免费交流)

全球采购 义乌风向

中国义乌国际小商品博览会开幕



10月21日,2008中国义乌国际小商品博览会在义乌梅湖国际会展中心隆重开幕。全国政协副主席阿不来提·阿不都热西提为“国家日用小商品质量监督检验中心”授牌。省委书记、省人大常委会主任赵洪祝宣布博览会开幕。省委副书记、省长吕祖善,商务部部长助理仇鸿致辞。

中国商业联合会会长何济海,中华全国工商业联合会副主席陈永华,中国轻工业联合会副会长王世成,省委常委、秘书长李强,省人大常委会副主任徐宏俊,副省长钟山,省政协副主席王永昌,省政府副秘书长、办公厅主任俞仲达,省委副秘书长、政研

室主任陈一新,省委副秘书长舒国增,省政府副秘书长、省政府研究室主任李学忠,省外经贸厅厅长金永辉,国家工商总局市场司副司长李文章,国家质检总局科技司副司长侯林,中国国际贸易促进委员会常务副秘书长肖彤,市委书记徐止平,市委副书记、市长陈昆忠,市人大常委会主任阎寿根,市政协主席陈章凤,市委常委、义乌市委书记吴蔚荣,市人大常委会副主任严高文,副市长金中梁,副市长、义乌市市长何美华,香港贸易发展局代表陈嘉贤等参加开幕式。何美华主持开幕式。

义博会是经国务院批准的日用消费

品类国际性展览会,由国家商务部、浙江省人民政府、中国国际贸易促进委员会、中国轻工业联合会、中国商业联合会主办,浙江省对外贸易经济合作厅、义乌市人民政府承办,迄今已成功举办13届。经过多年的培育,义博会已成为国内一个特色鲜明、成效显著的展会,在国内外树起了自己的旗帜,成为继国内广交会、华交会之后的第三大经贸类展会。本届义博会以“面向世界、服务全国”为办展宗旨,以“全球采购,义乌风向”为主题,吸引了2500多家优秀企业参展。本届义博会还首次设立国际馆,有45个展位,27家企业参展,展出美

国、英国、日本、意大利、巴西等22个国家和地区的知名品牌产品。

浙江省省长吕祖善对开幕式表示热烈祝贺,对各位贵宾的到来表示热烈欢迎。他说,改革开放30年来,全省人民发扬与时俱进的浙江精神,走出了一条具有浙江特色的创业富民、创新强省之路,经济社会发展取得了举世瞩目的成就。义博会的发展历程,集中体现了浙江改革开放的丰硕成果,历史见证。希望以本届义博会为新起点,在科学发展观的指引下,进一步解放思想、创业创新,努力开创国际知名展会新篇章,加快推进浙江经济转型升级。

吴蔚荣代表义乌市委市政府向各位嘉宾表示最热烈的欢迎和衷心的感谢。他说,打造国际小商品会展中心,是义乌全面实践科学发展观,贯彻落实省委“两创”总战略,建设国际商贸名城的核心内容之一。今后,我们将采取更大的力度、更优的对策、更高的要求,提升义博会,培育发展义乌会展业,尽早把义乌打造成国际小商品会展中心。同时,我们真诚地希望上级党委、政府,社会各界一如既往地支持帮助义博会和义乌会展业的发展。

出席开幕式的还有美国、法国、德国、意大利、澳大利亚、保加利亚、南非、伊朗、尼日利亚、英国、日本、牙买加等20个国家驻华使领馆官员、社团负责人,国家有关驻门、浙江省省级有关部门、金华市及友好城市、兄弟县市领导,参展企业、贸易商代表,义乌市领导班子等海内外嘉宾。(报章汇编)

商城展览丁云峰董事长连任UFI全球理事

(摘自新华社11月电)
11月中旬,UFI国际展览联盟在土耳其伊斯坦布尔举行年会,商城集团董事长丁云峰经专家会员投票,连任UFI全球理事,新的任期为两年,商城集团也因此再次成为国际展览联盟理事单位。

此次中国大陆地区共有3人当选国际展览联盟理事,除丁云峰以外,还有两位分别是上海世博集团主席陈先进和北京CIEC的李桦。丁云峰作为义乌会展业的代表,再次当选国际展览联盟理事,说明义乌会展业的影响力正在不断扩大,国际展览专业人士对义乌会展业的前景非常看好。

据悉,丁云峰还将参加明年2月在吉隆坡举行的UFI亚太分会,届时,将有多次机会对外推广和宣传义乌展会和义乌市场,进一步推动义乌走向世界。

义博会迪拜展2009年6月亮相中东

12月4日,“2009年中国义乌国际小商品博览会迪拜展”推介会在义乌锦都大酒店举行,百余位有意参展的本地企业代表和商城集团、办展合作方“环球资源”的相关负责人进行了交流。

2009义博会迪拜展是根据义乌市政府关于加快义博会“走出去”的战略,扩大义乌和义博会在海外影响力

而制定的战略性决策,由环球资源与义乌中国小商品城展览有限公司联合主办,2009年6月在阿联酋的迪拜举行。2009义博会迪拜展将突出“中国制造,义乌采购”主题,展示义博会参展企业和义乌地区产品,为企业打开拓展中东、东南亚等新兴市场的渠道。

简单的讲,义博会迪拜展其实就是

将义乌的义博会开到迪拜去,参展商大多数是参加过义博会的企业。展会将设国际标准展位200个,预计展览面积达4000平方米,计划将家庭用品、工艺礼品、时尚配饰打造成该展会的三大特色展区,届时将有200家义乌企业以统一形象亮相展会,向国际市场展示“义乌制造”名片。——详见八版(孙阳)

浙江省国际商会会展专业委员会成立

2008年11月18日,浙江国际商会会展专业委员会(以下简称专委会)成立仪式在杭州天元大厦三楼天元厅隆重举行,中国贸易促进委员会副会长王锦珍先生参加了成立仪式。义乌商城展览公司副总经理李惠娟女士被聘任为该专业委员会委员。

成立仪式由浙江省贸促会(国际商会)副会长徐山主持,会议审议通过了推选36名专委会委员的决议,其中,商城展览公司李惠娟副总经理与义乌市国际商会会长楼常能都被推选为专委会委员。接着,会议通过了专

委会主任委员、副主任委员名单、专委会顾问名单以及专委会工作规则。徐山被推选为专委会主任委员,副主任委员有张汉廷、叶建明、李保尔等三人。在会议的最后,中国贸促会王锦珍副会长对专委会成立作了指导讲话,浙江省贸促会会长钱建设对专委会未来的工作方向作了明确指示。

成立仪式结束后,李保尔副主任委员主持了部分专委会委员的座谈会,各位委员对专委会的成立表示了自己的看法,也从自身情况提出了对专委会工作的期望。

据了解,会展专业委员会是浙江省国际商会为了推动浙江省会展经济协调发展、有序、快速发展而筹备成立的,专业协会性质的机构,该委员会成员来自浙江省部分会展经济较快地区的国际商会会长、浙江省内知名展览公司、展馆经营负责人以及部分院校的会展经济研究人士。该专业委员会还专门聘请了长期从事会展经济研究和会展经济决策人士担任顾问,其中包括中国贸促会展览部部长蔡国树、中国国际展览中心集团公司副总裁郑白松等。(丁云翰)

2009, 信心来源于科学发展

——展览公司在全球金融危机中探索前行

美国华尔街金融危机的不断深化,金融海啸全球蔓延,对包括中国在内的世界经济和贸易产生了重大影响。就我国而言,金融危机的负面效应日渐显现,并仍将在一定时期内持续。会展业作为经济发展的晴雨表,世界金融危机也已经给中国展览业带来明显影响,素有外贸“风向标”之称的广交会已发出了一个明确的信号:采购商和订单都呈现下滑趋势,中国出口产品可能会陷入低谷,外贸销售呈现“寒冬”状态。2008义博会到会客商比上届同比下降4.5%,境外客商同比下降5.3%。

此次全球金融风暴对金融行业逐渐演变对实体经济行业的影响,必然导致会展行业的创伤,必然带来义乌会展业的整合。作为义乌会展业主力军——商城展览公司,如何正确认识金融危机的冲击及其造成后果?如何采取积极有效的应对措施?谋求2009年公司业务稳健发展,已经成为公司一个迫在眉睫的课题。

展览为谁而办?请谁来看?想达到什么目的?解决好这些问题在经济大环境不利的情况下就显得尤为重要。展览会就其贸易性质而言,是在固定或一系列的地点、特定的日期和期限内,通过展示达到产品、服务、信息交流的社会形式。其中的信息所包含的内容很多,比如宣传成就,宣传政策,普及科技知识、建立公司形象、了解市场发展趋势,甚至以不正当手段获取商业情报等。展会是企业做宣传,从而达到获取贸易订单的目的行为,因而市场环境变化,会直接影响到展会的效果。

科学分析,整合资源

1、用好政策优势,做大做强小商品主题展会

十多年来,依托独特的市场优势、强大的产业支撑和强有力的政策扶持,我市会展业得到了快速发展,会展项目持续增长、会展运作日趋规范、会展环境日益改善,会展经济逐步形成。今年,在《义乌市关于建设国际商贸名城名城》中提出,义乌要打造“三中心两高地”:国际小商品贸易中心、国际小商品制造中心、国际小商品会展中心,区域性物流高地、区域性金融高地。市委市政府“三中心两高地”抓住义乌会展运营关键,义乌展会必须反映国际小商品制造业先进水平,义乌展会必须成为国内外小商品买家的乐园。我们应抓住机遇,做强做大小商品主题展会,利用展会功能,顺势引导小商品

义乌会展业起步于90年代中期,1995年5月举办了首届中国小商品名城名优新小商品博览会(第一届义博会),从此,被誉为中国小商品城的义乌,首创了依托市场办展的先河。随着成功的举办和不断提升,被誉为中国综合贸易类第三大展会的“义博会”,成为最受国内外参展企业和贸易客商青睐的展会之一。十几年来,义乌会展业依托独特的市场优势、本地及周边地区强大的产业支撑,义博会日渐显现品牌效应。在相对完善的硬件配套设施等有利条件下,在市委市政府的精心培育下,已初步成为我市经济工作一大新亮点,成为义乌新一轮经济发展三个中心主题之一,同时也成为推动义乌市场下一步可持续发展的主要举措。强有力的市场优势和品牌优势,使义乌先后获得了“中国最具潜力会展城市”、“中国最具魅力会展城市”、“中国会展业最佳办展环境奖”等诸多荣誉。

一、会展硬件软件同步提升,展览与会议协调发展

以2001年梅湖会展中心投入使用为

产业升级,推动国际商城全面繁荣。

2、开展科学调研,全面掌握各行业运行态势

截止目前,义乌市场经营面积达400万平方米,经营商位6.2万个,有16个大类,4202个种类,33217个细类,170万种单品,基本上涵盖了人们日常生活中所需商品。2008义博会涉及有文化办公、体育娱乐、玩具、针织辅料、服装鞋帽、工艺礼品、工艺装饰、日用品、流行首饰、化妆品、箱包皮具、五金机电、电子电器、汽车用品、服务贸易等15大行业。金融风暴虽带来全面消费需求萎缩,作为日常消费必需品的小商品类商品,其虽受到影响,但影响幅度应属于低层次的。商城展览公司必须贴近于各行业,掌握各行业运营态势,分析各行业发展趋势,根据各行业特点来规划2009年度各展会规模和展区划分。

3、借助扩大内需契机,加强区域横向联合

在这全球经济下滑的“经济寒冬”里,如果会展运营企业继续墨守成规、单打独斗,必将导致承办展会的参展商规模缩减、专业观众萎缩,难逃被淘汰的命运。商城展览公司应清晰地认识到成功举办了14届义博会所蕴涵的各类资源优势,特别应重视其所拥有的政府资源优势。以借助金融危机之机,加强与各省市商务系统、各行业协会、各专业机构沟通与联系。借助中央扩大内需契机,推动更多中西部地区生产企业和流通领域企业,参与义乌会展业。这样不仅能在一定程度上化解这次危机,而且能够在世界经济复苏后脱胎换骨,更上一层楼。

4、强化展会服务功能,引领行业发展趋势

起步于1995举办的中国小商品名城名优特新小商品博览会,宗旨是“以展促销、以商促友”,是帮助企业推销产品举行的各种名优新产品展销会、积压滞销产品订货会和商品交易会。抓住时代脉搏,体现展会的服务功能,使义博会成为继国内广交会、华交会之后的第三大经贸类展会。展示了一个好的展会不仅能反映行业,还能引导行业,甚至创造市场,行业的前瞻性成为展览会的发展持久的动力。在目前宏观经济背景下,更应强化展会服务功能,重视展与业结合,即研讨会、论坛、推介会结合起来,共同探讨行业发展趋势、新技术等问题,目的正是帮助企业改善经营环境,提升产业升级能力,推动行业

的进步。

5、注重展会宣传包装,建立组合式宣传渠道

从1995起,义博会已成功举办14届了,商城展览公司其它品牌项目,也分别成功举办了1—4届。回顾我们的宣传推介工作,总有一种层次不清晰、杂乱无章、形式呆板重复的感觉。招揽参展展商与专业观众,只凭一个只有时间、地点、展出内容以及一些简要介绍的招展书或邀请函,显得力量单薄;广告宣传、推介会形式重于实效,这样宣传式是远远不够的。如何在众多展会中脱颖而出,一、要重视宣传包装,使宣传生动形象,符合大家视觉和审美的要求;二、建立组合宣传渠道,关键是要覆盖到各层次,满足各方需求。宣传包装适当,渠道建设正确,信息能顺畅地到达目标客户手上,结果可能是客户主动打电话要求参展。通过各种手段宣传,能有效减轻我们还要做大量的跟踪解释工作,并保证一旦参与我们展会,能够获得我们提供完美信息服务。国外的展览操作就不主张打电话、发电子邮件招展,反而他们会标榜有多大比例的客户是没有通过销售人员电话就参展的,以表明该展会的内在吸引力。

6、重视展会现场服务水平,建立展会现场人员培训体系

展会现场的服务是参展商和采购商等参会人员最直观的体会,其服务专业性水平越来越大地影响参展商和专业观众对展会满意度,直接影响其参会积极性。在展会作为一个系统工程,涉及部门和人员较多,在一个展览项目中,主办方一般只是做展览的核心部分,有许多配套服务是需要外协的。例如:会展推广、展品的运输、展位的搭建、餐饮的提供、会刊的制作等,但服务的好坏会影响客户对展会的评价,外协服务企业提供的服务项目应严格按照展览行业的服务规范来进行,对外包企业的服务应及时进行展后测评,对达不到展会办展要求的企业,今后就不再给予进场服务资格。

展览场馆的管理机构要不断完善和创新展览专业化服务的理念与思路,特别是在展馆布局与展位设置方面,要学习国际展览组织机构的成熟做法,统一规范参展企业。譬如,国际展览组织机构对展会的特装参展商的资质通常有较高要求,并对他们的展位设计提出行业展会的规范标准,从而保证展览公环境的整体性和先进

性,有利于展会形象的整体提升和平衡发展。

展会期间的临时服务人员的培训工作需有充足的时间安排,培训机构应将服务规范和要求编制成相应的手册,便于服务人员掌握。培训后的人员应进行相关考核,符合条件的才能进入指定岗位从事相关的服务。对重要岗位,如旅游、交通、食宿、通讯、翻译等相关行业,都需进行专业化的测评,以提高会展产业链的整体水平。

7、强调招商比招展更重要

“要令展会具有生命力,招商比招展更为重要”。广交会、义博会的成功表明,万商云集的旺盛人气是展会吸引展商、促成展会规模滚动发展的前提,所以招商也是展会成功的秘诀所在。有业内人士认为,展览会会依赖的是产业和市场两大因素:产业因素是指展览题材所涉及的产业较全;平均水来说是否拥有优势;而市场因素是指商展所在地,也就是企业销售的目标市场或主要目标市场。由此可见,产业优势有利于招展,市场优势则有利于招商,而市场优势对展业的影响及促进作用更大。

义乌市场因素是我们独一无二资源优势,我们要充分运用现代技术手段,建立采购商数据库,开发呼叫中心,完善CRM客户管理系统,发掘和利用义乌常驻外商机构资源,并通过其扩散至世界各地,进行专业客商邀请。

8、注重招商渠道的多元化,重视广交会资源承接。

面对美欧市场衰退的现状,组展企业应主动开拓新的市场领域,争取把损失降到最小。从目前来看,中国对美国出口金额增速下降最为明显,对欧盟日本次之,而对拉美和非洲等发展中地区的出口金额则影响不大。我们应有意识开拓新兴市场,通过新兴市场的增长来弥补发达市场的下降,借助市场多元化减小金融危机的影响。

广交会是我国第一大展会,已举办100多届,其规模和影响是不容忽视地。广交会分三期举办后,我们应充分利用展示行业和转展空档的客商资源。

总之,我们应清醒地认识到,美国金融危机短期内难以见底,并将进一步拖累全球经济,世界经济减速不可避免。这决定了在短期内内需将会继续减弱,企业出口的成本上涨,难度增加,风险提高,交易环境变差,以往出口的高速增长将难以维持,未来经济仍存在很大的不确定性。这和宏观环境下,唯有认真研究当前形势,调动各方面积极的因素,采取切实可行的措施来应对,方能度过难关。(洪礼仁)

新一轮培育发展三个中心之一的“会展中心”宏伟目标基本确定,打造义乌最佳国际性会展城市的步伐加快迈进。

三、专业化、市场化、国际化办展水平日趋提升:

中国有句古语:叫做外行看热闹,内行看门道。从行业角度看,展览门类基本上以商务性展览项目中小型展会为主。从展出行业看,目前举办的各场展览的展出内容基本上以市场行业主题为主,国内专业性展会占展会总数的70%以上,国家级国际性大型会议展览主题不断提高,成为名符其实实体化办展环境城市。目前除义博会外,其它一些展会项目都市各社会主体进行市场化操作,政府很少参与招商招展活动。一些专业展览公司不断融入,国际化办展水平逐步提升,成为国际化、专业化、市场化办展程度较高城市。

四、会展经济成为促进义乌市场繁荣新名片:

截止2008年底,全市有展馆1家,面积4.7万平方米,规划在建的义博会专用场馆占地270亩。(下接第3版)

十年会展磨一剑

1998—2008, 商城展览十周年巡礼

标志,会展项目呈现逐年增多、快速发展态势,自2003起现有的展馆已无法满足义博会参展企业的需求,历年在室外搭建展位达1000、2000、2500、3000个。日前经有关部门批准,规划投资18亿元,设有5300个国际标准展位的义博会专用场馆,计划在2009年义博会投入使用,这标志着义乌新一轮打造国际会展名城的目标更加坚定。2007年义乌举办各类专业会议展览活动80余个,其中会展中心举办的专业展会达43个。先后举办或承办了由商务部、浙江省政府主办的义博会,文化部、浙江省委宣传部主办的中国义乌文化产品博览会,浙江省政府主办的2004农博会,浙江省林业厅主办的森博会,中国百货商业协会与市政府主办的95届百货会,第100届化流会,中国五文化协会与市政府

主办的中国国际五金电器博览会,及中国市长年会、会展财富论坛、义乌论坛等80多个国际、国家级会议与展览。

二、义博会为龙头的一批国际性展会与行业专业展会的成功举办,义乌成为全国最具魅力会展城市:

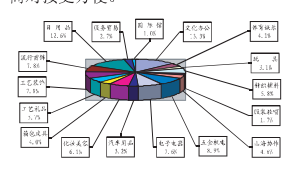
经过10年努力,公司初步形成了义博会、义博会、五金展、消交会、森博会、林机展等一批常年品牌展会,并逐步成为义乌会展业的支撑项目。义博会已成为国内继广交会、华交会后第三大经贸类展会。中国义乌文化产品博览会、中国国际五金电器博览会、义乌消费博览会等展会也在展览界具有较大影响。目前,一个以义博会为龙头,以3至5个大型品牌展会为支撑,以10多个中小型固定专业展会为主体的会展业体系已初具雏形。

2008义博会参展商深入分析报告

在全球经济增长放缓、国内外经济形势严峻的不利情况下，2008义博会仍保持基本平稳，展览洽谈成交活跃，专业观众参会热情不减。企业报名的积极性仍较高，共有报名企业3056家，5144个展位。但因展位数量有限，本届义博会展位面积仍为10万平方米，共设国际标准展位4500个，筛选了2512家企业参展。

一、义博会行业分布：

本届义博会总结前几届的不足，坚持展品严格划行归市，行业相对集中的原则，对展区分类进一步细化，结合《小商品分类指南》对义博会参展商品重新进行分类，制定了《义博会小商品分类指南》，并调整了展区规划，共分为“十五大行业，两个专区”，使行业分类更精细，使展商与客商对接更方便。



(图1：2008义博会各行业占比)

从图中看出，义博会十五大行业中占比排名前几位的为：工艺品和装饰(13.5%)、文化办公(13.3%)、日用品(12.6%)、五金机电(8.9%)、流行首饰(7.8%)、工

十年会展磨一剑

(上接第2版)由商城集团投资18个亿，规划国际标准展位3300个的现代会展场馆预计2009年底启用。义乌会展业联合会下属企业展览公司30家，其中本地展览公司16家，市外展览公司12家，境外展览公司2家，众多本地优势行业协会和国家级协会也纷纷入驻义乌成为办展主体。近年来，随着我市会展产业的提升和发展，广告、展览设计、展位搭建、展具租赁等服务企业也日益增多，截止目前已达2000余家。会展业专业化分工协作体系已初具雏形，同时还带动了餐饮、酒店、交通等一大批相关行业的发展，如全市现有宾馆酒店600多家，其中星级宾馆25家，促进了全市经济社会的发展，形成了良好的会展拉动效应和扩散效应。据不完全统计，目前全市有直接从事会展专业人员近1000人，间接从事会展业务达10000余人，预计2008年展览直接收入超1亿元，按照会展业拉动1:3产业比例，会展促进我市各行业经济发展达8亿元左右。

义乌市委市政府向来十分重视会展业的培育和发展。今年以来，专门成立了会展办，协调全市会展经济的健康发展，并相继出台了关于促进和扶持会展业发展的若干政策意见，设立了会展业发展专项资金并付诸实施，扶持力度之大，走在了全国前列，为会展业发展创造了良好的政策环境。在这些“利好”刺激下，我市会展业得到了强有力的助推和更快发展。此外，我市还十分重视对会展业的整体宣传，每年都要花费巨资，将市场、城市和以义博会为龙头的会展业进行“三位一体”的立体宣传，每年该项经费达数千万元，基本形成以会养会的国际化、市场化办展规则，促进了义乌市场持续繁荣。

五、商城展览谱写了义乌会展业发展的历史新篇章。

随着义博会运营的需要，1997年义乌商城展览公司应运而生，随之，一些国内外专业展览公司相继涌入，年举办各类专业会议展览达80个。10年间，从商城展览5位员工发展到现在商城展览和会展中心150位员工的规范化企业，从义博会一个项目到现在义博

艺装饰(7.8%)、电子电器(7.6%)、化妆美容(6.1%)，这几大行业的展位数都在200个以上，所占比重较大。为增强贸易服务功能，在去年的电子商务区概念上，今年扩充为服务贸易区，展位规模增加到120个，比上届增长28.3%。

另外，本届义博会设立的两个专区为：国际展区与山海协作展区。

国际展区以展示各国产品、文化及服务机构为主，有来自德国、意大利、韩国、日本、英国、法国、美国、台湾、巴西、西班牙、俄罗斯、尼泊尔、保加利亚等27个国家的产品参展。参展企业普遍都反应效果不错，对组织本次国际馆持积极态度，都将考虑明年继续参展，并提出希望明年的国际馆能有更大的规模。本届国际馆的设立拓展了各国贸易渠道，将义博会的国际化程度推入到一个更高的层面。

山海协作作为一项重点工程，自2004年起省内各协办组织欠发达地区企业参加义博会，每年都得到了良好的成效。本届义博会山海协作区共有151家企业参展，其中来料加工企业22家。参展企业中有老企业51家，82个展位，按展位计算回头率为54.7%。山海协作展区五天的成交额达到1.34亿元，其中外贸成交额7749.92万元，占山海协作总成交额的57.8%。

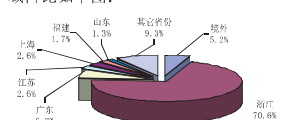
二、参展企业的区域分布：

本届义博会共有来自韩国、意大

会、文博会、五金会等8个自办展项目。从每年一个项目400余个展位到10个项目10000余个的展会销售和组展规模，从名不见经传到加入国际UFI会员、中国展览馆协会理事单位、浙江省会展业协会副会长单位等。2008年经济日报出版社还专门出版发行了《中国会展经济的义乌模式》一书。义乌会展业从无到有，从市场走向发展到专业展馆，从小规模到国际品牌展会，从一个展会规模只有200余个展位，到2008年义博会展位规模4500个的十几翻提升，从90年代替着资料乘火车去各地招展推介，到现在义博会展位供不应求，从只有几千客商到10余万客商到会采购，这其中有着市委、市政府及有关部门的重视与培育，有我们商城集团、展览公司员工的努力和心血，为义乌会展业提升发展做出龙头带动作用。凝聚了义乌人继小商品城后的又一崭新名片，谱写了促进市场繁荣的新篇章。

商城展览公司，平时在商城集团下属的众多业务公司是极具激情，最繁忙，也最体现社会效益的企业之一，全体员工的国际化、专业化程度较高，人人争当吹鼓手，在五洲四海招展招商宣传推介义乌会展业和义乌市场。2008年商城展览公司全面完成政府主导型展会3个，相关合作与市场化运作展会6个。招展方面：全年公司大展会实现展位销售数达10100余个，业务总额超过5000万元。招商方面：全年公司各大展会的国内外采购团队100余个，专业采购商与观众达20万人次。2008年虽然受国际经济形势的影响，但商城展览公司在市委、市政府、集团公司的领导下，全体员工化压力为动力，加班加点，全体员工均取得了历史性的新高，为新馆启用奠定了业务基础。面对成绩和喝彩，商城展览人不骄傲自满，从上到下始终认为，人的理想无止境，市场的发展无止境，会展人之路没有终点，只有起点。用职业会展人的话说：作为一名会展人，只有永远保持开拓进取的心境，从说、做、写三位一体的多元化实践，有了积累就总结，有了思考就行动，才不会被奔腾不息的时代潮流所淘汰，才能不断地在工作岗位上做出新成绩、新贡献。(胡松山)

利、美国、德国、越南、加拿大、罗马尼亚、澳大利亚、韩国、土耳其、英国等30个境外的国家和地区的117家企业参展，比上届新增国别16个。国内有25个省(市、区)的企业参展，国内参展企业前六位分别是浙江、广东、江苏、上海、福建、山东，各区域占比如下图：

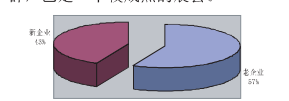


(图2：2008义博会区域分布)

从图2中不难看出，排名前几位的省份都为经济较发达的省份，主要是沿海的华东与华北两个地区的参展企业居多，这应该和各地区本身的经济情况有关。

三、参展企业的回头率：

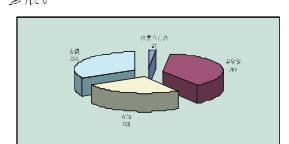
本届义博会有1400多家老企业参展，占总展位数的57%。按上届的展位数比例计算，有55.8%的老企业今年仍继续参加义博会，老客户的回头率较高。回头率最高的行业为体育娱乐(74.7%)，其次分别为服务贸易、针织辅料、流行首饰、文化办公、箱包皮具、化妆美容，其回头率都在60%以上。这正说明了义博会的真正魅力所在，其参展的实效性吸引了众多的老客户多年来一直参展，义博会已有一批忠实的优质的客户群，已是一个较成熟的展会。



(图3：2008义博会老企业和新企业比例)

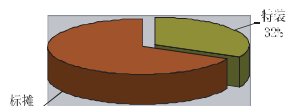
四、品牌企业纷纷亮相，特装展位精彩纷呈：

本届义博会有共有128家，383个展位的品牌企业参展，同比增长7.4%。其中有世界500强企业2家，分别是广州宝洁公司和四川长虹电器股份有限公司。国家级品牌企业148个展位，上海霞飞化妆品有限公司、亚龙纸制品(昆山)有限公司、佛山市嘉俊陶瓷有限公司、浙江三鼎织造有限公司、浙江省新光饰品有限公司、浙江山下湖珍珠集团股份有限公司、天孚控股集团有限公司、英雄文化用品贸易有限公司、浙江金鹰工艺品有限公司、宁波-A集团有限公司、樱花(福建)包装工具有限公司、中国乐凯胶片集团公司等众多品牌企业都纷纷在义博会上亮相。省级品牌企业也有如浙江金鹰化工股份有限公司、宁波康人投资有限公司、山东禹工实业有限公司化工分公司、浙江科力印业新技术发展有限公司、浙江万盛达实业有限公司、浙江浦江梅花锁业集团有限公司、宁波金元刀剪制造有限公司等38家企业参展。



(图4：2008义博会各等级品牌占比)

义博会上品牌企业精彩纷呈，企业在义博会上接到采购订单的同时，也非常重视企业品牌的宣传，他们都有准了义博会采购商集展的时刻来展现企业的品牌文化，由此将自己的品牌传播的更快、更远。因此义博会上每年的特装展位总是供不应求，企业都以最好的形象结合企业文化来展示自己的品牌。从下面图5中特装展位占32%的比例可以看出义博会上企业的品牌战也打得非常得红火。



(图5：2008义博会特装、标准占比)

五、参展企业贸易机会不断：

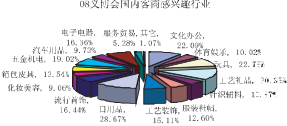
义博会参展企业存在众多贸易商机，参展行业中，成交额前五位的分别是日用品、文化办公、电子电器、五金机电和工艺礼品。据统计，08义博会整体境外贸易机会平均指数为3.1345，贸易机会指数存在行业贸易机会指数是指对特定行业感兴趣的商人数与该行业展位数的配比。今年义博会期间我们还组织了服务贸易区23个场次、搜货网39家企业、德国19家采购团的贸易配对专场活动，进一步提升了展览成效。义博会各行业贸易机会指数及客商感兴趣行业比例如下：

行业	指数
工艺装饰	3.66
流行首饰	5.90
化妆美容	5.04
服务贸易	3.89
针织辅料	4.65
工艺礼品	10.21
文化	5.28
体育娱乐	6.03
玩具	22.22
日用品	5.17
五金机电	5.99
箱包皮具	7.35
电子电器	7.10
服装鞋帽	23.0
汽车用品	5.13

(表1：2008义博会各行业贸易机会指数)

从下面图6中看出，最受外商青睐的行业为文化办公和玩具，其比例分别为22.38%和21.65%。日用品(20.83%)、电子电器(17.31%)、工艺礼品(18.53%)、五金机电(16.96%)、流行首饰(14.59%)、服装鞋帽(12.83%)仍是热门行业，箱包皮具(9.35%)、工艺装饰(9.08%)、针织辅料(8.57%)和化妆美容(9.83%)的比例较为平均，体育娱乐(7.98%)和汽车用品(5.36%)等行业受关注度相对较低。

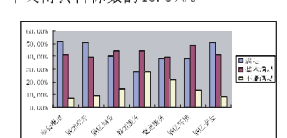
08义博会国内客商感兴趣行业



(图6：08义博会国内客商感兴趣行业)

六、参展展商与客商对义博会基本满意

为进一步提升义博会服务水平，展会期间对展商与客商分别进行了问卷调查，调查数据表明，参展展商与客商对义博会的服务基本满意。企业对09义博会的报名工作也非常踊跃，截止日前，已预报名2189个展位，09年义博会目标数的46.5%。



(图7：2008义博会满意度分析图)

从图7中可见，参展商对餐饮服务、交通服务两方面“不满意度”最高，均超过20%，对参会报到、场馆指示、展区安全方面满意度比较高，满意度数超过90%。另外，对于展具的配备，企业也提出了一些问题，如室外展位太热，卫生条件不够好，但这些都不是主要问题，随着明年迁入新馆展示，这个问题不是问题。

总的来说，2008义博会在全球经济形势下行的冲击下，经受住了考验，实现了平稳过渡。总结本届的不足，我们努力将2009义博会办得更大、更精、更专。(何珍)

梅湖会展中心2009展览计划

月份	日期	展会名称	展馆	联系人	电话	展览公司
二	中旬	义乌人才交流会	2号馆	吴伟俊	85435293	
					13868963219	
二	26日—28日	2009浙江义乌投资理财博览会		骆俊翔	85415510	义乌市万和展览服务有限公司
					13064638578	
三	10日—12日	2009第六届义乌工艺品交易会		李鑫	85179611	义乌市建发展览有限公司
					13958429501	
三	16日—18日	2009中国义乌玩具及儿童用品展销会	2号馆	蔡祥	13566798181	义乌光大展览服务有限公司
三	16日—18日	2009中国义乌印刷设备及器材展销会	1号馆	邹华忠	13606897968	北人印刷机械公司
三	25日—27日	2009中国义乌针织、纺织、制衣工业展览会	1号馆	张玉云	85428250	义乌市时代展览有限公司
				余春庭	13605827885	
三	25日—27日	第四届中国时尚饰品节	2、3号馆	李显伟	85586461 15805799153	义乌优博展览有限公司
四	1日—3日	2009义乌民族用品及清真食品博览会		张政	85096758	上海天盛会展服务有限公司
					13676800695	
四	21日—23日	第六届中国国际五金电器博览会		胡松团	85415111	商城展览
		第四届义乌消费品出口交易会		赵梅君	13516892121	
				陈国松	85415333	
四	28日—5月1日	2009中国义乌文化产品交易博览会		虞东民	85415222	商城展览
五	9日—11日	第四届中国杭州国际汽车工业展览		柴再春	0571-28915488	浙江中汽会展有限公司
					13857180218	
五	11日—18日	服装展销会	3号馆	杨淑飞	13958573118	临海市嘉尔曼商贸有限公司
五	16日—18日	2009第四届义乌汽车、摩托车、机车零部件及用品展览会	1、2号馆	吴航波	13174982222	义乌市泰博展览服务有限公司
		2009第三届义乌电动车、休闲车及配件用品展览会			85206688	
五	29日—31日	2009第十二届义乌住宅产业博览会暨房地产、商铺交易会	1、2、5号馆	刘伟	85585531	义乌市向阳展览有限公司
六	5日—7日	2009义乌制药机械博览会		易军	85213528	义乌市鸣讯展览服务有限公司
		2009义乌制药机械及装备展览会			13738991598	上海鸣讯广告有限公司
七	中旬	义乌人才交流会	2、5号馆	吴伟俊	85435293	
七	中旬	2009中国（义乌）教育产业博览会		杨柳	13857972922 85206550	义乌市大地展览服务有限公司
九	3日—5日	2009义乌电子产业博览会暨电力电工高低压电器展览会		付正强	85170035	上海联强展览服务有限公司
					13735610619	
九	13日—15日	2009中国（义乌）印刷包装工业博览会	3号馆	蔡万清	13758867777	浙江三鑫印刷物资有限公司
九	13日—15日	2009第二届粘胶产业博览会		易军	85213528	义乌市鸣讯展览服务有限公司
		2009第四届义乌生活用纸及卫生用品交易会			13738991598	上海鸣讯广告有限公司
九	13日—15日	2009义乌第四届体育用品、健身器材及户外休闲商品采购交易会	2号馆	涂如明	13566979633	杭州创杰展览服务有限公司
九	18日—20日	第四届中国国际鞋业博览会	2、5号	黄宝康	13506898018	义乌市中商展览服务有限公司
九	24日—26日	2009义乌羽绒、裘革、羊绒制品展览会		张政	85096758	上海天盛会展服务有限公司
		2009第二届中国（义乌）地毯地面铺装材料博览会			13676800695	
十	3日—5日	第三届义乌汽车文化节		朱卫武	13957922415	浙江省国际贸易展览有限公司
十	21日—25日	2009中国义乌国际小商品博览会		虞东民	85415222	商城展览
	待定	第五届中国水晶及工艺玻璃博览会		楼小姐	85415333	商城展览
	待定	中国义乌（国际）森林产品博览会		陈国松	85415333	商城展览
十一	6日—8日	第十三届义乌住宅产业博览会暨房地产、商铺交易会		刘伟	85585530	义乌市向阳展览有限公司
					13867928870	
十一	6日—8日	2009义乌家装用品博览会		冯光明	85415838	义乌市翔达展览服务有限公司
					13626691159	
十一	18日—20日	第十届中国义乌国际袜子、针织及染整机械展览会		蔡小姐	85225163341	商城展览
				虞东民	85415222	
十二	14日—21日	2009年义乌秋冬服装服饰展销会		杨淑飞	13958573118	临海市嘉尔曼商贸有限公司

根据2008中国义乌（国际）小商品博览会客商报到处现场采集的客商数据、在线义博会上预登记客商数据及各市场提前办证客商数据，就参会客商国别和地区、业务性质、参会目的、感兴趣商品等方面进行统计、整理与分析，现编制报告如下：

贸易观众基本情况：

2008义博会共报到采购商105198人，其中境外客商16107人，国内客商89091人。

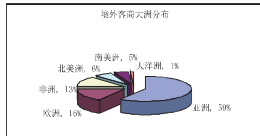
1. “境外客商”主要是按各国签发的护照、台胞回乡证、港胞通行证持有者来定义的（其中包括中国护照持有者，具有住在国有效签证的经商人员），实际报到总人数16107人，来自167个国家和地区。

2. “国内客商”指中国大陆客商，共计报到89091人，来自国内30个省市自治区。

一、观众地区与国别分布

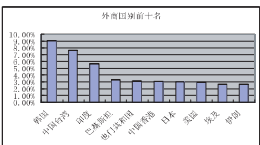
1. 境外客商国家地区分布

结论一：亚洲为主，欧美客商比例增高。

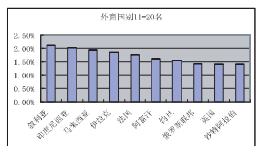


（图2-1 2008义博会外宾洲别统计图）

结论二：韩国、台湾连续六年位列前五，印度、巴基斯坦、也门等南亚、西亚国家增势明显，发达国家和地区占前20名的35%。



（图2-2 2008义博会参会贸易商国家和地区前十名）



（图2-3 2008义博会参会贸易商国家和地区11-20名）

结论三：阿拉伯联盟参会客商大幅增加

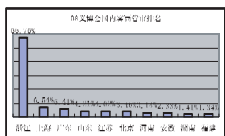
国家与地区	阿拉伯联盟	东盟十国	中国	阿拉伯联盟	港澳台
比例	10.21%	6.92%	21.88%		10.99%

（表3 2008义博会特定地区比例）

如图可见，阿拉伯联盟参会客商比例为21.68%，较去年继续上升3.74个百分点，成为义博会外商的主要势力；欧盟国家（10.21%）比例同期减少0.21个百分点；港澳台（10.99%）、东盟客商（6.92%）比例分别下降同期减少1.15和0.72个百分点。

2. 国内客商地区分布

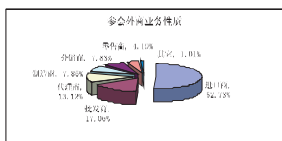
结论四：国内客商省别分布较去年基本一致，华北、东北地区客商有所减少。



（图2-4 08义博会国内客商地区分布前10名）

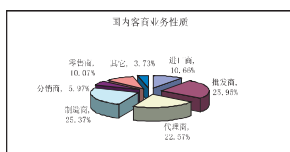
三、参会客商公司业务性质

结论五：境外客商类型多样，进口商、批发商占多数。



（图3-1 08义博会外商公司业务性质）

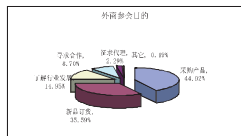
结论六：国际馆成亮点，国内批发商、代理商、制造商成主体。



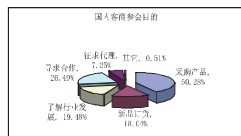
（图3-2 08义博会国内客商公司业务性质）

四、客商参会目的

结论七：专业买家占多数，参会目的以采购订货为主。

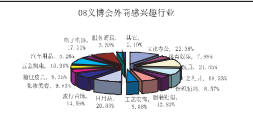


（图4-1 2008义博会境外观众参会目的）



（图4-2 2008义博会国内观众参会目的）

五、观众感兴趣的行业类别

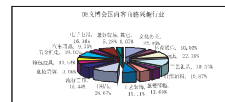


（图6-1 2008义博会境外观众感兴趣行业图）

义博会行业贸易机会指数是指对特定行业感兴趣的外商人数与该行业展位数的配比。据统计，08义博会整体境外贸易机会平均指数为3.1345，各行业贸易机会指数如下：

行业	指数
工艺装饰	3.66
流行首饰	5.90
化妆美容	5.04
服务贸易	3.89
纺织服装	1.65
工艺礼品	10.21
文化	5.28
体育娱乐	6.03
玩具	22.22
日用品	5.17
五金机电	5.99
箱包皮具	7.35
电子产品	7.10
服装鞋帽	23.0
汽车用品	5.13

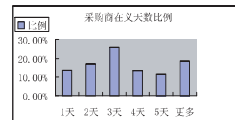
（表6-1 2008义博会各行业贸易机会指数）



（图6-3 2008义博会国内观众感兴趣行业图）

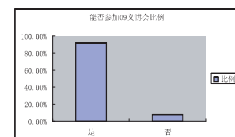
六、采购商在义停留时间

结论八：客商在义采购时间长，参展效果有保障



七、下届义博会参会意愿

结论九：下届义博会客商参会情况乐观



（杨 畅）

2008义博会“国际馆”初妆亮相

近年，广交会、华交会等众多综合性经贸类展会都设立进口展区，将单一出口转变为进出口双向交易平台。义博会作为紧随其后的第三大展会，也将逐步迈向进出口双向展会，以提高其国际化程度。今年义博会首次尝试设立国际馆，不仅顺应了国际展览业的发展需求，也有利于扩大义博会的影响，为国外的优质商品进入国内市场搭建贸易平台。此外，也进一步推动了市场与展会互动，为国际商贸城三期的进出口馆打响头炮，助推义乌市场早日实现“买全球货、卖全球货”。

2008年义博会首次设立进口商品展示区——国际馆，吸引了媒体关注，取得了较好的社会反响，成为本届义博会的一大亮点。

2008义博会国际馆“身家档案”

身高：国际高度

义博会国际馆参展展品共有来自：马里、喀麦隆、厄立特里亚、贝宁、刚果、坦桑尼亚、肯尼亚、津巴布韦、南非、莫桑比克、马拉维、德国、意大利、韩国、日本、英国、法国、美国、瑞士、台湾、巴西、西班牙、俄罗斯、尼泊尔、保加利亚、越南、泰国、印度尼西亚等28个国家和地区，四大洲的22家企业单位。

体重：小巨人，有容乃大

义博会国际馆参展展品和服务项目有：儿童用品、服装、皮鞋、箱包、红酒、珠宝首饰、礼品、家居用品、日用百货、木制品、面具、石雕、橄榄油、健康医疗器械、竹木工艺品、竹彩工艺品、红木家具、绿豆糕、榴莲糕、榴莲糖、咖啡、香水、巴西天然水晶居家摆件、天然水晶个人饰品、天然蜂胶、百年实木、巴西进口装饰品、日本进口工艺品、日本进口文件收纳盒、日本SOCA、日本贝印系列美妆用品、台湾汽车香氛、西班牙高品质食品、高尔大用品、无水锅、天然石头锅、中磁炉、燃气铝锅、首饰配件、名片夹、笔盒、书器、镜子、手机挂件、布偶、化妆包、钱包、及海外贸易服务、海外展览服务等。

三国：44.5个，300万，∞商机

2008年国际馆共有44.5个国际标准展位，通过馆长在展会期间的走访了解到，大部分参展企业对组织本次国际馆持积极态度，同时也比

较认可国际馆的参展效果，并表示明年还会继续参展，希望明年的国际馆规模能有所扩大，以便吸引更多专业采购商。

在每天的成交统计分析中发现，韩商馆企业的参展效果最好。如神话G.M公司22日的外贸成交额达300万人民币，为国际馆单日最高成交额。而同样在韩商馆的东大门饰品，24日的内贸成交额达70万人民币。韩商馆的负责人已经提出了2009年义博会继续参展并增加展位的要求。韩商馆之所以能够取得不错的参展效果，首先是其本身的产品新颖，能吸引大量采购商的眼球；其次也是因为韩商馆的参展准备做得很充分。韩商馆是最早提出参加本次国际馆的组团单位之一，对展位布置做了精心安排。在参展期间，韩商馆还安排工作人员着韩国传统服饰，在国际馆附近引导采购商参观韩商馆，为韩商馆展区增添许多异域色彩。

诞生记录：三方合力，扛鼎之作

本次国际馆参展企业的招展途径主要有：组团、政府引导、自行招展三条途径。组团单位主要有：南城集团国际商贸城第三分公司和四家中国韩商会议马委会；政府引导主要是通过义乌外事办引导的保加利亚驻上海领事馆和尼泊尔中国工商总会等海外驻我国办事机构；另外，最主要的途径还是通过商展展国际部报名参展。

从今年的国际馆参展企业的类别看，主要分为进口商品国内代理商、驻华外事机构及直接国外展商。其中代理商占了所有参展企业的54.5%，驻华机构占9.1%，直接国外展商占36.4%。通过今年的义博会国际馆组织工作，我们发现未来义博会境外企业的引进工作仍有较大的开拓空间。2009年提前做好国际馆项目推广，做大项目影响力，吸引更多的参展商，与外事办等政府部门进一步合作，引进更多的国外驻中国外事机构。同时，进一步加强与国内外组团机构联系合作，引进更多境外优秀的企业和产品。

在带领义乌“走出去”的同时，做好“引进来”的招商工作，扩大义博会国际馆的进口展区规模，提高境外参展企业比例。

（陈敏生）

摄影园地

全新开辟一块空间，专门为公司的摄影爱好者展示自己得意“片子”提供机会，欢迎大家踊跃发照片过来！

本次展示一组“正片负冲”的风景照片：



山谷中的栈道



山水交汇出绮丽



难得一见的水车



浦江神丽峡



春来山庄

摄影小知识：

正片负冲：就是以正片来拍照，而在底片显影时，不用正规的E-6显影药水来冲片，改由一般负片用的C-41药水来显影冲片，因而使得原来正常的正片，变成了负片形态的底片，利用此种彩色片基得不到正常的颜色，而变为极端艳丽的色彩表现。其最大的特征便是画面上会产生极为鲜艳的色调，而且黑白反差极大，曝光宽容度也极窄。是所有专业婚纱摄影与艺术照拍摄技法中，最难控制曝光的拍摄类型。此类

照片在拍摄时，若能改用人像带景艺术类型构图来拍摄，加以掌握场景、采光光比以及色彩计划等技术，则作品的色彩与饱和度，都可超越人像公式构图类型照片的层次，达到人像摄影艺术的巅峰境界。

而对于数码照片的负片处理，可以通过PHOTOSHOP等图片编辑软件完成，通过RGB色彩通道的定量调校，可以把普通的数码照片处理成正片负冲的效果，大家不妨可以尝试一下！

栏目：小测试

你的事业走向如何

题目：一不小心捡到了哆啦A梦的任意门，可是进去之后你却发现你不能控制门打开后的目的地，误闯下面哪个地方会让你觉得最痛苦？

A、狮群穿梭的非洲草原上 B、传说中的十八层地狱 C、精神病院的病人活动区 D、原始食人部落的火篝旁

松下鼓励



日本松下电器总裁松下幸之助的领导风格以骂人出名，但是也以最会栽培人才而出名。

有一次，松下幸之助对他公司的一位部门经理说：“我每天要做很多决定，并要批准他人的很多决定。实际上只有40%的决策是我真正认同的，余下的60%是我有所保留或我觉得过得去的。”

经理觉得很惊讶——假使松下不同意的事，大可一口否决就行了。

“你不可以对任何事都说，对于那些你认为算是过得去的计划，你大可在实行过程中指导他们，使他们重新回到你所预期的轨迹上来。我想一个领导人有时应该接受他不喜欢的书，因为任何人都不喜欢被否定。”松下这样说。

管理启示

信心对人的成功极为重要，作为领导者，必须懂得加强人的信心，切不可动不动就打击部属的积极性。应极力避免用“你不行、你不会、你不知道、也许”这些字眼，而要经常对下属说“你行、你一定会、你一定要、你会、你知道”。懂得加强部属信心的领导，既是在给自己的部属打气，更是在帮自己获取成功。

测试结果：

A、狮群穿梭的非洲草原上

你会是个公私分明的双面人，你是很懂得把工作和生活分开的人，工作上你是铁面无私的，而且工作也很认真、勤恳，行事专业、老练；不过工作以外你的行为可能就会让你不熟悉的人大大意外，工作以外的你其实很会享受生活，甚至会像小孩子一样，时不时还会有很多无厘头的言行。

B、传说中的十八层地狱

你的工作心态会保持和新入职的时候相若无几，基本上来说，乐观的你并不会特别看重工作地位有

多重要，你认为它不是人生的全部，只不过是生活的一部分而已，所以你的内心深处永远保持一个赤子之心，工作的时候会觉得该干嘛干嘛，一般不会因为工作而有特别大的思想转变，也不会去可以讨好谁或者为难谁。

C、精神病院的病人活动区

小心你会变成职场新人心中可怕的唠叨神！你们是很善良很好心，内心其实还挺热情的一类人，可惜最大的麻烦就是你们有时候会比较喜欢唠唠叨叨，年龄大了还有可能喜欢倚老卖老，也会渐渐的变得油滑，其实你们也会好心想要帮

自己的经验交给年轻人，只不过每个人的处事方式不一样，新人未必能接受。

D、原始食人部落的火篝旁

你的走向会是职场老顽童，在你们内心深处会觉得说人最重要的是要自己活得开心，所以你们会越来越不太在意一些所谓的人情世故，什么勾心斗角，争权夺位对你而言都不重要，你都懒得去理会，你只管自己做自己的工作，过自己的开心生活就是了。



苦衷自知上班族

栏目「职场漫画幽默」

绿色时尚中蕴含商机

——首届森博会成交额10.95亿元



2008中国义乌(国际)森林产品博览会是由浙江省林业厅主办,义乌市人民政府和浙江省林业产业联合会承办的森林产品交易会,森博会在义乌举办尚属首次,二天的展期内共实现总成交额10.95亿元,吸引了63个国家和地区8.2万人次境内外客商来义乌采购,使本届森博会成为我市致力打造的又一品牌展会。

2008森博会的主题是“森林生

态、绿色时尚”,设有标准展位730个,参展企业450家,涉及竹木工艺品、竹木玩具、竹木日用品、竹炭制品、竹木人造板、竹木家具、竹木地板、花卉园艺、森林食品、竹木加工机械等十大类10000多种产品。2008森博会参展商品均精心挑选、源于自然,符合环保、健康的理念。比如,使用天然木材制造的家具有精致木纹,原木的色泽产生温暖柔和的视觉效果,具有清新、自然的风格,迎合了市场上流行的绿色时尚;竹炭作为一种纯天然绿色环保生态产品,成为家居环保必不可少的健康卫士……本届森博会以产品展示和订单、合同销售为主要内容,同时举办产业发展论坛、林业投资贸易、技术合作签约、名优林产品评选等活动,倡导绿色生活,打响了森林产品品牌。

省林业厅把举办森博会加快转变经济发展方式、推进经济转型升级的具体行动,并列为全省今年林业工作的重点。市委、市政府把森博会作为继义博会、文博会后的第三大重点展会进行培育,落实财政经费投入,制定最优惠的参展招商政策,动用各方资源,力求搭好台,提供有力的后勤保障。各市林业局也高度重视,组织力量,出台政策,积极动员企业参加展

会、参加各项活动。在筹展中,主办方成立了专门的组织机构,每项活动都有具体而详细的实施方案并落实责任到人员,每个阶段都有明确的可操作、可考核的工作目标,建立量化的考核指标、激励机制,调动激发广大企业参与,也得到了众多林业企业的响应。

森博会通过广泛宣传、多方合作、群策群力,收到了良好的效果:一是拓展了森林产品市场,促进了林业投资合作,展会总成交额10.95亿元,其中现场成交额3.75亿元,协议投资贸易额7.2亿元;二是展示、宣传、推广了我省林业,扩大了省内森林产品在国内外市场的影响,展示推广了浙江名特新优林产品和林业“新技术、新品种、新设备”。同时也丰富了义乌市场的内容,促进了义乌会展业的发展;三是锻炼了队伍,通过举行森博会,改变了林业部门以往注重于造林、森林资源的培育保护,生产方面比较擅长,而对如何搭建平台、拓展市场、引导消费方面实践探索不够的实际,取得了良好的社会效果。

(丁左翰)

栏目: 外展剪影

美国拉斯维加斯国际日用消费品及礼品展览会

美国拉斯维加斯国际日用消费品及礼品展览会(ASD/AMD TRADE SHOW),每年春秋两季各举办一次,至今已经举办了178期,是美国最大的日用消费品展览会之一,其形式类似我国的广交会。该展览会主要展出:工艺品、礼品、服饰、玩具、文具等。展出面积8000多个摊位,参展厂商约5000家。

展览会荟萃了各类新产品,日用消费品、礼品,代表了相关行业的技术走向和消费品的流行趋势,是美国日用消费品经销最重要的流通场所之一,全美国各主要百货公司、超级市场及中小连锁店每年都会参加ASD/AMD展,制定采购计划,洽谈订货。

2008年8月,义乌安柔卫生用品、义乌温蒂化妆品等6家企业首次参加此会,获得良好的参展效果。义乌金腾旗帜的金总谈到“参加ASD/AMD可以了解日用消费品流行趋势的重要途径,是产品进入美国市场的一个便利途径”。意大利马契夫国际博览会



意大利马契夫国际博览会(MACIFF)为意大利国际家庭用品展览会的简称,创办于1964年,每年分春秋举办两届,也是欧洲家庭用品、手工艺品、礼品和消费品类博览会中最主要的国际博览会之一。也是继德国法兰克福消费品国际博览会之后的最强势的综合性展会之一,并且越来越专业,行业主要集中在家庭用品及饰品类。

2008年意大利秋季马契夫国际博览会(第85届)使用了16个展馆,展出的净面积积约11万平方米,共有2,400家公司参加。2008年9月4日—8日,商城展团率义乌展团共15家企业,其中包括“鸿华家居”、“诚信织带”、“金鼎工艺”等义乌知名企业在,在米兰新国际会展中心展示了富具义乌特色的产品。这次义乌参展团共30人,占了中国参展商整体人数的70%,受到了主办方和当地媒体的关注,《欧洲侨报》、香港贸发局欧洲办等都对义乌企业进行了报道。

意大利MACIFF展会主办方非常重视此次“义乌”的参展,特别允许在位置显眼的2号馆为中国义乌设立“义乌专区”。在这个国际知名的展会上,义乌展团取得了20个展位,展览面积为156平方米。义乌展区的展位上首次统一标志加入中国元素“大红牡丹”,靠近过道的柱子上则安装一个标有“CHINA”的长方形灯箱,外层印上祥云图案,并在架高的小特装版面上突出“YIWU SOURCING FAIR@ MILANO”作为义乌展区的LOGO。这也是迄今为止义乌企业组团赴欧洲参展规模最大的一次展示活动。

水晶光芒闪耀 贵礼披金戴银

第四届中国水晶及玻璃制品博览会
暨首届中国(义乌)国际礼品、休闲用品展览会并期开幕

2008年10月31日至11月2日,第四届中国水晶及玻璃制品博览会(简称水晶展)和首届中国(义乌)国际礼品、休闲用品展览会(简称礼品展)并期在义乌梅湖国际会展中心举行。两展并行,资源共享,精彩纷呈。

第四届中国水晶及玻璃制品博览会是由中国日用玻璃协会、浙江省经济贸易委员会和浦江县人民政府联合主办,由浦江经济开发区和浙江省水晶工艺品协会承办的专业展会。

2008年水晶展在2007年第三届水晶展成功在义乌举办的基础上,做了一些合理化的调整。2007水晶展在11月8日—10日在义乌梅湖会展中心成功举办,共有参展企业243家,各类展位415个,博览会期间到会客商5027人,总成交额达2.0391亿元,其中外贸成交额9274万元,50%以上的参展商对博览会表示满意,70%的参展商继续参加了2008年的第四届水晶展,第一年在义乌举办取得了超出预期的成果。今年,第四届水晶展的全称更改为“中国水晶及玻璃制品博览会”,与原先的“中国水晶及工艺玻璃博览会”的名称相比,极大地拓展了参展商范围。此外,今年的水晶展展期缩短了与义博会的距离,并选择在二、三期广交会之间,便于广交会的礼品、水晶玻璃采购商前来义乌参观博览会。本届博览会为广交会国外客商专程前来义乌参观,在白云机场设立了服务台,并免费提供150张广州至义乌的单程机票。到目前为止,本届展会已经有165家企业参展,400余个展位,预计到会客商会超过1.5万人。

另外,2009年第五届中国水晶及玻璃制品博览会将继续在义乌举办,并面临新的机遇。首先,义乌新国际展

览中心在2009年将竣工启用,义博会的规模将扩大至5000余个展位,2009水晶展将利用义博会的平台提升展会规模;其次,展范围上2009水晶展拟突出玻璃制品的定位,并向全国玻璃器皿、玻璃制品企业发出参展邀请;第三,中国日用玻璃协会已表示将中国水晶及玻璃制品博览会作为协会主导的重点展会之一,中国小商品城集团股份有限公司也将

列为重点培育的品牌展会。

首届中国(义乌)国际礼品、休闲用品展览会是由中国礼仪用品工业协会主办,由中国礼仪用品工业协会和义乌中国小商品城展览有限公司一同承办的专业展会,该展会还邀请了“中国轻工业联合会”作为指导单位。本届礼品展共设国际标准展位200个,展览范围包括户外休闲用品类、宠物三品类、促销品及家居装饰类、圣诞节用品类、政务商务高端工艺礼品类和其他礼品类。

改革开放以来,在国际市场的拉动下,中国礼品休闲用品行业快速发展,据初步统计,年产值约2000亿元人民币,相当一部分礼品休闲用品的主要消费市场在美国和欧洲,随着中国经济的快速发展,以及2008北京奥运会和2010年上海世博会的举办,为中国礼品休闲用品行业带来了巨大商机。为拓展礼品休闲用品的国内外市场,经国家有关部门批准,中国礼仪用品工业协会在义乌举办首届中国(义乌)国际礼品、休闲用品展览会。

首届礼品展的三大看点在于:第一,共建共享礼品展,来自十大大产区的企业抱团,形成一个有口大影响力的团体,从而加强行业协调、资源整合、产区整合、产区合作、优势互补,有效促进行业竞争力的提升;第二,商城起步,借助义乌的市场平台,采购商资源,使礼品和休闲用品展从第一届开始便处于一个有利的平台之上,一个商业氛围浓厚的氛围当中;第三,展会配套活动多样化,礼仪节庆用品行业研讨会与义博会同期举行,探讨在当前经济形势下的礼品休闲用品行业的发展问题。(丁左翰)





2009义博会迪拜展 携手商城展览拓展海外市场

2008义博会期间，展馆内举办了一个别开生面的推介会，中国小商品城展览有限公司将于明年6月14日至16日在迪拜与“环球资源”联合主办2009中国义乌国际小商品博览会迪拜展，目前义乌及周边已有一些企业报名参展，其中中华发工艺品公司申报了4个展位。

据中国小商品城展览公司国际部经理孙甜说，这是我市目前为止第二个自主举办的境外展会，也是首个以义博会冠名的境外展，把义博会品牌移植到国外，进一步扩大义乌城市和义乌市场在海外的知名度和影响力。

2009义博会迪拜展是“环球资源”在迪拜举办的环球资源系列采购交易会中的一项内容，将以展中展的形式出现。环球资源系列采购交易会共设1200个展位，其中义博会迪拜展占200个展位，依托义博会客户资源招展，主要展出各类礼品、家居用品、饰品等。

义博会迪拜展经长久酝酿而定的海外拓展战略。“义博会迪拜展是我市举办海外展的一个尝试，它作为义博会海外展的第一个项目正式立项，一支庞大的义乌展团将于明年6月赴迪拜参展，向海外打响义乌牌。”中国小商品城展览公司总经理郑向军说，“迪拜是我们调研多处市场后的首选地，以后我们会陆续选择其他一些国家和地区，推出更多的义博会海外展，扩大义乌市场在海外采购商中的影响，从而提高义乌市场在海外的知名度。”

从2006年开始，商城展览每年都组织不同行业的义乌企业去国外参展，2007-2008年期间，商城展览公司先后

组织120多家企业参加了亚洲、北美、中东、欧洲等13个国家和地区的21个国际性展会，为提升义乌市场的知名度起到了积极推动作用。但以义博会名义到国外参展还是第一次。这次展会由商城展览公司与全球知名B2B公司——“环球资源”合作主办。具有成功操作迪拜展会经验的“环球资源”于2007年创办了迪拜环球资源系列采购交易会（China Sourcing Fair），该展会已经举办了两届，并成为中东地区最大型的中国产品展览会。主办方为了提升该展会的集聚效应，2009义博会迪拜展将与2009迪拜环球资源系列采购交易会同期举行。

2009义博会迪拜展将突出“中国制造，义乌采购”主题，展示义博会参展企业和义乌地区产品，为企业打开拓展中东、东南欧等新兴市场的渠道。迪拜是中东地区的世界贸易枢纽中心，是继香港和新加坡之后的世界第三大转口贸易中心。由于拥有国际港口和世界级的基础设施，不存在汇率控制、配额及贸易壁垒，迪拜备受全球制造商和出口商青睐，同时也是通向中东、东欧、俄罗斯联邦、印度次大陆和北非等庞大进口市场的门户。2004年以来，中国和阿联酋以及中东地区的贸易保持着旺盛的增长态势。

日前，在全球金融危机的影响下，美国及欧洲等地的消费能力和消费欲望下降，为了应对欧美市场的萎缩，内地不少企业开始大力拓展中东等新兴市场。在这种背景下，传统客上门的生意方式已经落后，主动出击才有可能拥有更好的生意机会。义博会借助迪拜展的机会吆喝宣传自己，就

是义乌从“坐商”到“行商”的一个转变。

为培育拓展义乌走向世界的步伐，在该展会上设展的企业可享受相关补贴。参展的义乌企业可享受政府补贴10000元/展位，30平方米以上的特装展位增加2000元/展位，累计不超过5万元；义乌市场经营户可享受商城集团补贴5000元/展位，累计不超过2万元。

义博会迪拜展经长久酝酿而定的。义博会迪拜展是我市举办海外展的一个尝试，它作为义博会海外展的第一个项目正式立项，一支庞大的义乌展团将于明年6月赴迪拜参展，向海外打响义乌牌。我计划在义博会迪拜展后将陆续选择其他一些国家和地区，推出更多的义博会海外展，扩大义乌市场在海外采购商中的影响，从而提高义乌市场在海外的知名度。（孙甜）

商城展览 @ Internet

“橙”熟了



继义博会网站www.yiwufair.com新蓝亮相后，商城展览公司网站www.cccfair.cn也进入了全面改版阶段，从网站制作方式义乌市创源网络信息服务公司得到的消息，商城展览公司网站将在2009年元旦之前全面上线，届时大家将在网络上看到一个更具现代特色的商城展览公司。

商城展览网站秉承公司“搭建会展平台，促进贸易机会”的宗旨，为公司客户拓展网上服务平台。新版网站仍然继承了旧版网站的“橙色血统”，整个界面以橙色为主色调，但与旧版网站有所不同的是，新版网站橙色更为考究，采用阴影特效突出了色块的光感气息，整体上给人生动、阳光、愉悦的感觉。

新版网站的布局规划也更趋简洁。网站大体分为四部分，位于屏幕最上方的是商城展览的图标以及“欢迎光临”字样；接下来是导航栏和一大块

通栏的flash滚动广告灯箱；再往下是新闻中心、品牌展会、展览资讯、企业参展解决方案等文字主板块；最下面则是商城展览参与的各种组织办会的图标和底部导航栏。四部分分别层次清晰，搭配稳重，营造现代精英商务气息。

在各个功能板块中，最值得关注的莫过于新板块“企业参展解决方案”，在这个主题板块中，公司将总结历年来的办展经验，并且与有多年合作关系的参展企业交换意见，为企业参展提供指导、咨询服务。新网站还在参展服务、采购指南等板块中加入了可以提供公司和客户交流的“留言”平台，采取真诚的态度及时解答客户的困惑，吸纳各方的意见，为公司发展助力。（丁左翰）

2009中国国际旅游商品博览会 申办工作进展顺利

随着我市建设“国际商贸名城”的战略推进，旅游产业的健康发展将是推动义乌社会经济与市场发展的增长点。“小商品海洋，购物者天堂”，旅游产业在国际商贸市场的带动下较快发展，整个旅游产业链已经初步形成。

从国际旅游产业发展角度看，我国的旅游商品发展相对起步较晚，其产业形成和市场发育还处于培育阶段，但由于长期得益于各级领导的高度重视，使得我市旅游商品的设计、生产、销售已具一定规模。旅游商品产业通过义乌商贸平台，呈现出强劲的增长态势。义乌市委在《关于建设国际商贸名城的决定》中进一步明确：加快发展消费服务业，强化旅游理念，把旅游业作为我市的支柱产业之一，努力把义乌建设成国内外知名旅游目的地。因此，“旅博会”的举办将对义乌旅游产业乃至全省旅游行业的提升和发展产生积极影响。

根据省市中办指导意见，2009旅博会以“促进旅游商品创新，提升旅游产业品牌”为办展宗旨，以“购物旅游、生活品质、合作交流、创造商机”为办展主题，着力创新，优化服务，全面提升旅博会的国际化、专业化、市场化、品牌化水平，结合旅游市场资源，全面推动义乌“国际商贸名城”建设，整合省内旅游商品资源，促进全省旅游产业的健康发展。

通过省市各有关部门的共同努力，2009中国国际旅游商品博览会申办工作进展顺利。省旅游局已审议通过申报材料及赴京呈报，国家旅游局表示支持，初步意向2009年5月在义乌举办。目前各有关部门正加快前期筹备，旅游局等牵头部门已制定了前期筹备方案，并积极参加国内外各专业展会的招展招商，商城展览公司有效结合义博会、文博会等展会资源与网络重点展开宣传推介，各项工作正全面展开。（胡松阳）

