

2009 上海国际汽车零部件展预定展馆爆棚

中国首个10万平方米汽车零部件专业大展呼之欲出

12月9—11日,由中国汽车工业国际合作总公司和法兰克福展览(上海)有限公司共同主办的第五届上海国际汽车零部件、维修检测诊断及服务用品展览会(以下简称“上海国际汽车零部件展”)将在上海新国际博览中心拉开帷幕。

据不久前在广州召开的筹备会发布的消息,2009年展会计划预定的10万平方米展览面积全部售罄,许多报名的企业进入候补序列。

五届成就中国首个10万平方米专业大展

考虑到全球汽车行业受金融危机的影响较大,主办单位今年在租馆时很慎重,没有像前几年那样成倍增长,而是规划了9个馆。目前,已租用的9个馆全部售罄,尚有数百家企业在候补之列。

由于前四届展会的成功举办,以及在参展商中形成的良好口碑,今年展会的招商工作进展极为顺利,再次创造了提前半年完成招展工作的业内创举。

“我们欢迎今年没有机会参展的企业前来参观指导,我们愿尽地主之谊,做好服务。”主办方负责人表示,因为各种原因交了定金而最终没有订到展位的企业,主办方将会退回定金,并且在明年的展会中优先安排。

据了解,今年展会的展品范围广泛,将涵盖汽车配件、保修产品及服务用品的方方面面。国内外主要的大型汽车配件企业都将携今年的主打产品和新产品,以强大阵容亮相。

除此之外,海外参展商的热情也很高。目前共有9个国家的行业组织将携数百家企业赴沪参展。德国和美国已确认将以庞大的国家展团形式参展。

2004年,第一届上海国际汽车零部件展展览面积只有6000平方米。2006年,中汽国际和法兰克福展览公司将两年一届的展会改为一年一届,2007年展览面积达到5.3万平方米。2008年,展会面积达到9.2万平方米。

2009年,一个超过10万平方米的巨型国际汽配展在走过短暂的四届历程后,呼之欲出。

在适度扩大规模基础上保证买家质量

对于限制展会规模的过度

展会始终保持强势增长

自2004年创办至今,上海国际汽车零部件展逐渐成为国内采购汽车零部件和售后产品的最佳贸易平台。而对于众多参展商来说,展会切实有效地提供了增长销售额,展示企业形象,以及和目标客户直接会面的良好契机。



增长,主办单位坚持“办一个高质量的展会”的原则。“既然组织展会,邀请厂商来参展,我们就要对他们负责,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,第四届上海国际汽车零部件展共迎来104个国家及地区的30845名专业观众,其中海外观众占到25%,包括通用、宝马、现代、大众、标致雪铁龙等整车厂的采购部门。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。

去年展会结束后,在主办单位回访过程中,不少参展企业的负责人说:“以前我只想在这个展会上找国外买家,没想到我见到了很多的国内主流经销商,效果非常好。”

现在,离今年展会的召开还有一个月的时间,主办方已经把工作重心放在如何增加买家数量和提高买家质量上。首先,主办方调整了年初的预算,压缩其他支出,大幅增加招揽专业观众的支出,同时策划在展会期间,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。

今年,主办方继去年组织采购商酒会后,将在现场组织欧洲车系、北美车系和日韩车系等全国经销商联谊会,将每年一度的聚会移植到现场,真正使展会现场成为全国汽配经销商观摩产品、沟通信息、广交朋友的福地,最终达到参展商、采购商和主办方三赢的结果。

专业的功能展区划分 周到的现场服务

随着展会规模不断扩大,如何方便观众参观,提高专业观众的采购效率成为展会主办单位的关注重点。

为此,今年上海国际汽车零部件展将划分若干区域,如维修保养、涂装设备、汽车电子电器、汽车用品、发动机配件等;同时,由于国内汽配主要产地相对集中,形成了不同地区某类产品相对集中的特点,因此,为方便国外采购商对地域产品的选择,主办单位还按照不同的产地来源,以展团的形式分为宁波展区、瑞安置展区、玉环展区、芜湖展区等。

集合多方优势资源 继续做大做强展会品牌

展会组织初看起来并没有很深的技术知识。但是要把一个

展会做成在国内外,在一个行业有影响、有份量,甚至在国际上名列前茅的品牌展会,就需要主办单位下大功夫。而主办单位中汽国际和法兰克福展览(上海)公司的合作就堪称展览行业的典范。双方将各自在国内外多年积累的品牌影响和商业资源毫无保留地融合在一起,同心协力,共谋展会发展。

在2008年德国法兰克福汽配展上,主办方利用主场优势把今年的上海国际汽车零部件展作为重点向全球推广,召开新闻发布会,并在展会现场人流集中区悬挂宣传招贴,引起众多观众驻足观望。

上海国际汽车零部件展不仅可以借鉴法兰克福汽配展——已经连续举办了20届,是世界规模最大的专业汽配展——完善的展览体系,还可充分利用其全球买家体系和其他资源。

全球汽车消费地理区域为美洲、欧洲和亚洲。目前,美国、欧洲每年都有10万平方米以上的汽车零部件展览会,我们已经看见,中国——亚洲最大的汽车消费国家——也有了层次、规模与欧美比肩的专业汽配展览会。

刘超/文

链接阅读

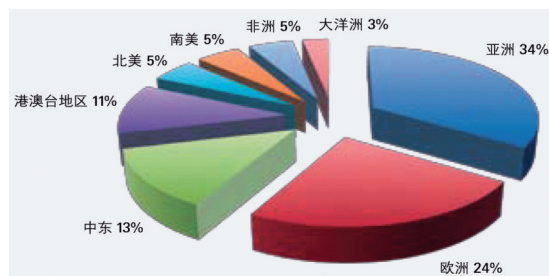
中国发动机零部件 OEM 供应商联合展示首次亮相上海汽配展

受金融危机影响,中国汽车零部件企业出口情况不一,整体出口有所下降。为联合广大发动机原机配套厂家共同面对金融危机,推动名优发动机零部件企业坚定信心开拓外贸市场,全国商用车配件产销联合会国际合作委员会将在2009年上海国际汽车零部件展上开辟发动机零部件展示区,邀请国内发动机零部件名优品牌供应商,以中国发动机零部件 OEM 供应商联合展示的形式“模块化、集群化”参展,为国内 OEM 零部件集中展示提供机会。

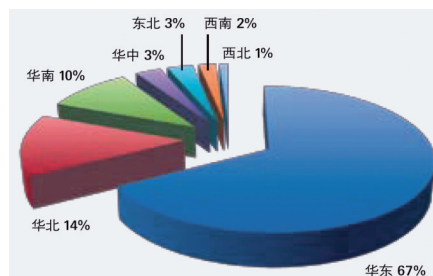
“中国发动机零部件 OEM 供应商联合展示”包括配气系统模块、供油系统模块、曲柄连杆系统模块等,涵盖了发动机各大系统的零部件供应商。

另外,本次联合展示也是首次国内发动机 OEM 供应商的集体亮相,以此凸显原机配套实力和品牌效应,这样的展示形式,既集中体现了产品技术水平,吸引了专业国际采购商眼球,同时也方便了国外采购商对国内主机 OEM 零部件供应商的一站式采购,使采购既便利又放心。

据悉,“中国发动机零部件 OEM 供应商联合展示”一经推出,就受到了众多发动机零部件 OEM 供应商的积极响应。潍柴、奇瑞发动机、石家庄金钢集团、浙江银轮、仪征双环、湖南机油泵、成都银河动力、寿光康跃增压器、浙江平柴泵业、安徽金光机械、湖南鑫源缸套、重庆海陵活塞环、扬州光辉内燃机配件等三十多家发动机零部件 OEM 生产企业已纷纷报名参加。



2008年展会海外观众地域分类



2008年展会国内观众地域分类