

临博 进行时

临沂商家除了参展临博会,还举办专场订货会

十余场订货会总成交额破亿

本报 9 月 8 日讯 8 日,第二届临博会进入第三天,记者获悉,临博会展会期间,临沂各个商家除了参展临博会外,还举办了专场订货会,据统计,临博会期间举办的订货会超过 10 场,总成交额突破 1 亿元。

临沂小商品商会会长宋连胜说,他之所以将小商品订货会

的日期选在临博会期间,就是为了能依靠临博会的人气,打出自己的市场影响力。

“此次小商品订货会共有 200 多名来自全国的小商品经销商和厂商参加,成交额达到了 2000 余万元。”宋连胜说,小商品市场是临沂的老牌市场,市场贸易博览会在临沂举办,

为临沂的小商品市场带来了新的机遇。

据了解,除了小商品订货会,临博会期间各商家还举办了糖酒、小家电等产品订货会,各个订货会的举办给临沂批发市场商户带来了滚滚财源,也丰富了临博会期间的商业活动,打响了临沂商城的影响力。

临博 深观察

方寸之间,如何有效立足

参展企业“个性营销”吸人眼球

临博会共设 4600 个展位,绝大多数都是 3 米 X3 米的普通展位,如何在短短的 4 天时间内,运用好这 9 米见方的一小块空间,最大程度地展示自己的产品,让订货商过目难忘呢?参展商们都使出了浑身解数。



台湾一家食品企业现场支起大锅,煮丸子供客人品尝。邵琳 摄

“个性营销”唱起主角

在贵州千户苗寨展位前,3 位年轻女子身穿传统苗族服装,头戴苗族头饰,脖子上、手上挂满了各类银饰品,举手投足之间,银饰品发出清脆的敲击声,在灯光的照耀下反射出片片闪烁的银光,让无数顾客

流连忘返。

经营越南沉香的 I.G 先生,用一只古香古色的铜炉点燃了一段沉香木,缕缕幽香飘出,很多经过的顾客不由自主地停下来细细嗅上一嗅。

台湾一家食品展位前,两口盛

满各色丸子的电饭煲“咕嘟咕嘟”冒着热气。不一会儿,摊位前的每一位顾客手中都端上了一碗香气四溢的丸子。

纵观临博会,就像一道色香味俱全的自助大餐,吸引着来自全国各地的 10 万“食客”。

细节做全赢得关注

有的商家在展会上赢得了喝彩,也有人在抱怨找不到客户。在综合展馆最南边的角落里,一家葡萄酒展位前的两名销售人员无聊地玩着手机,其中一人忍不住向记者抱怨展位位置太偏。

在会展主办公司策划总监耿鹏看来,普通展位就好比是一个“小户

型房间”,有限的空间和偏远的位置绝不应成为商家的借口,学会运用有限的空间展示自己,是每个参展企业都必须好好学习的课程。

一盏小小的投影仪,就可以让静止的产品升级为活动的影像;放上彩色的小灯泡,就可以让平淡无奇的玻璃杯色彩斑斓;干巴巴的茶

叶毫不起眼,但如果用透明的茶壶泡上一壶,扑鼻的的茶香必定会吸引很多人前来品尝。

耿鹏认为,客商云集的展会是展示企业产品与整体形象最便捷的窗口之一,任何企业想要有长远的发展,一定要走上展会这个大舞台,主动表现自己。

延伸阅读

提高专业性,使临博会成为“世博会”

来自五湖四海的商家将临博会当做展示产品的窗口,他们忙碌的身影也妆点了临博会,使之成为面向世界的国际型展会。

临沂大学商学院教授陈令军认为,举办一个大型展会,是一座城市拥有强大经济实力的最好证明。

作为资深的展会营销从业

者,耿鹏对临博会提出了诚恳的建议,他认为要打造高端的综合性展会,要继续从专业性上做文章,提升临博会的提高准入门槛,提升展品档次与品质。

本届临博会上,共有 50 个国家的 600 多名外商前来参展和选购商品,耿鹏认为这是提升临沂国际贸易能力的一个良好

开端,希望能有更多的国外企业了解临沂,把临沂作为企业在中国的产品流通基地。

提起广交会,人们会想到广州,提起夏季达沃斯,人们会想到天津。耿鹏眼中的临博会也是临沂走向世界的一个契机,他希望有一天,临博会能够真正成为“世界的临博会”。

临博 万花筒

一天卖了 2000 份盒饭

临博会展会期间有一万多人常驻临博会展馆,他们的吃饭问题,成了临博会组委会关注的焦点之一,也给周边快餐店带来了商机。

记者从临博会组委会后勤部门获悉,临博会展会期间,组委会特别设置了餐饮供应部门,专门在临博会展馆内开设了餐饮服务部,为参展商提供方便的伙食。

“一个盒饭外加一瓶水是 15 元,第一天就卖了 2000 份盒饭。”餐饮部门工

作人员说,第一天人比较多,除了参展商来买盒饭外,也有不少参观者购买盒饭。

记者了解到,除了组委会开设的“小灶”,其他餐饮连锁店也看准了这个商机,将店铺开到了临博会展馆附近。

“今天到现在卖了 500 份了。”某快餐连锁工作人员说,到这里购买盒饭的大多是临博会的参展商,也有一些来参观的市民和外地人,一个盒饭十块钱,一天下来也赚了不少钱。

外商逛了半天迷了路

“请问金谷 Hotel 怎么走?”来自墨西哥的 anthony 在临博会逛了大半天竟然迷路了,他用蹩脚的汉语向一个志愿者求助。志愿者用英语和他聊了起来。大约五分钟后,Anthony 向志愿者道谢后,急匆匆地离开了。

“Anthony 把手机落在了宾馆里,有客户要联系他,他却忘了宾馆怎么走,正在着急。”志愿者跟记者说,他住的宾馆离临博会会场很近,走路大约 15 分钟就到了。

“外商迷路的情况我碰到四次了,只要跟他们细心解释,一般都能解决问题。”志愿者赵文廷说,临博会主展馆总建筑面积 66000 多平方米,设置了 1500 多个国际标准展馆。加上周边的宾馆、物流等配套设施,路不熟的人来参观临博会难免会迷路。

据了解,本届临博会除了主展馆外,还设了小商品、照明灯具、服装纺织、化工塑料等展馆。规模之大,已经超越了去年举办的首届临博会。

“采购商”不满四个月

8 日,记者在第二届临博会会场注意到,此次临博会除了成年人参展、参观外,还有许多小朋友到会,为临博会增添了一道小小的风景。

小浩然,年龄还不到四个月,就被妈妈抱到了临博会。小浩然虽还不会说话,但他指指点点的姿态,俨然一个像模像样的

采购商,他妈妈索性把采购商的胸牌挂在他脖子上,他看着人流如织的会场和琳琅满目的商品,充满了好奇。

小浩然的妈妈说,她和她丈夫是河东某单位的采购商,这次带着小浩然来临博会,是想让他看看大场面,从小就培养他对商业的兴趣。



推销

为了吸引人气,临博会的各路参展商促销手段花样翻新,一家展位前的广告词让人忍俊不禁。