

# 厦门会展动态

15-015 期 (第 129 期)

主办单位: 厦门市会议展览事务局

承办单位: 厦门市会议展览业协会

2015 年 9 月 15 日

## 【刊评】 ..... 1

重复办展, 不利于品牌塑造..... 1

## 【展会动态】 ..... 3

把脉全球资本流向 分享中国发展机遇——2015 厦门国际投资贸易洽谈会圆满闭幕..... 3

厦门国际大健康产业博览会首办成功..... 3

图书嘉年华 阅读让厦门更精彩——第十一届海峡两岸图书交易会在厦举行..... 4

和“二师兄”来次亲密接触 全国规模最大的猪博会 19 日-21 日在厦举行..... 4

第八届世界福建同乡恳亲大会 将于 10 月在厦门举行..... 6

旅游会展催生酒店用品展 厦门酒店用品年需求超 50 亿元..... 7

智能家居盛筵 11 月厦门开席 智能家居博览会将引入设计师力量, 智能家居或迎来“风口”时代..... 8

## 【刊评】

### 重复办展, 不利于品牌塑造

一个城市如果没有国际一流的品牌展览会, 就算不上国际会展名城, 一个展会如果无法塑造成品牌展会, 将会面临生存的危机。品牌展会的塑造除了经营者的努力外, 还需要政府、企业与社会共同培育与呵护。

今年以来, 在国发(2015)15 号文和市委、市政府一系列激励举措的推动下, 各大媒体、众多大型国有企业纷纷设立会展机构, 开辟会展业务, 举办展会活动, 在全市形成了会展业快速发展的态势, 促进了旅游会展千亿产业链形成。

据统计显示，今年新举办的经贸类专业展览会近 20 场，极大地丰富了我们的会展市场，对把厦门塑造成中国会展典范城市将产生重大影响。

但是，厦门会展市场也出现了只顾团体利益，忽视社会责任、重复办展的现象。比如：旅游题材的展会有三个，婚庆题材的展会有三个，文化艺术题材的有三个，汽车题材的有三个以上。有的单位不顾行规行约的规定和主管部门、行业协会的规劝，凭借所谓的优势，变着花样举办题材、主题与别人相近或相似的展会。如果 5000 个展位的市场份额可以成为中国一流展会的话，可以在国际上形成品牌效应，取得最大的经济社会效益，那么一分为三，只能算是中小展会，再相互挖墙脚，相互挤兑，后果不堪设想。

历史的经验值得重视。上世纪 80 年代，我市 X 公司率先举办“建材展”，形势发展不错。但后来二至三家单位纷纷效仿举办同类展，且展期相近，相互挖墙脚，最后本有发展前程的建材展纷纷退出市场。一个城市的产业基础、市场容量是有限的，同一题材的重复举办势必影响展会的规模和质量，难以培育成国际性的品牌展会。

为杜绝抄袭，保护展会知识产权，培育厦门的品牌展会，会展协会在行规行约中规定，同题材的展会举办时间需间隔四个月，原则上一年两次。前些年有效地维护了会展市场的秩序，促进了展览业的有序发展。近两年来出现的强力团体效仿办展，雷同办展、重复办展的现象如不加遏制，势必影响厦门会展市场的繁荣和品牌展会的培育。值得政府、社会和办展机构、团体重视。

那么，如何解决重复办展的问题呢？笔者认为有三点可以考虑：一是增强企业和社会机构的社会责任心，特别具有话语权的机构和大型国有企业，在追求企业和团体利益同时，要考虑社会责任和社会公义；二是要创新发展，办展的题材千千万，深入行业、加强研发是关键，那种“东施效颦”、“邯郸学步”的做法实不可取。我市有的企业根据对行业的深入了解，从参与猪业大会到策划举办猪业博览会、由从事健康保健经营到策划举办大健康博览会、由从事钟表销售到举办钟博会，从服务物联企业到举办物联展，是近年来会展业结合实际创新发展的范例；三是联合发展。古人云：独木难成舟，独臂难敌双拳。如果相关办展机构联合办展，优势互补、资源整合、共同发展，将为我们会展品牌的培育带来巨大机遇。这一点广东的会展企业已经走在了我们的前头。由中国机械汽车展览联合会联合五家单位举办的“智博会”就是成功的范例，第一届规模就达到 10 万平方米，每个单位组展 2 万平方米，展品展商互为上下游，前景远大。值得我们学习。

重复办展，不利品牌塑造，不利厦门会展业的健康发展，不利于厦门建设中国会展典范城市目标的实现。业界同仁应引起广泛的重视。

（直言）

## 【展会动态】

### 把脉全球资本流向 分享中国发展商机

#### ——2015 厦门国际投资贸易洽谈会圆满闭幕

2015 厦门国际投资贸易洽谈会(简称“厦洽会”)历时 4 天, 10 万平方米展览展示大放异彩, 来自 105 个国家(地区)近 10 万名境内外客商、4000 多家企业云集厦门, 1000 多场 3 万多个项目对接密集推出, 300 多场商务洽谈、100 多场投资促进主题论坛精彩呈现……。大会展览展示、论坛研讨、项目对接洽谈等各项活动已全部顺利完成, 于 9 月 11 日在中国厦门圆满落下帷幕。

把脉全球资本流向, 分享中国发展商机。当前, 世界经济结构面临深度调整, 经济发展步入新常态。本届厦洽会紧扣全球投资新形势, 紧跟世界产业发展新趋势, 积极贯彻国家战略, 聚焦最新产业热点, 坚持高端引领, 着力转型升级、务实创新, 突出企业参会, 开展一系列丰富多彩的展览、论坛和对接洽谈活动, 大力促进多层次、宽领域的国际投资合作, 为全球各国特别是“一带一路”沿线国家和地区搭建一个高层对话、经贸合作、人文交流的大平台。

(摘自 厦洽会闭幕稿)

### 厦门国际大健康产业博览会首办成功

首届中国厦门国际大健康产业博览会于 9 月 8 日-11 日, 与 2015 厦门国际投资贸易洽谈会同期在厦门会展中心举行。本届展会面积约 14935 平方米, 设立六大展区: 健康管理展区、医疗器械展区、美容美体展区、健体康复展区、养老服务及营养保健展区、投资交流洽谈健康咨询义诊区。医疗行业三巨头 GE、飞利浦、西门子齐聚一堂, 更有来自台湾的优质展团。有来自医疗器械、保健食品、美容美体等海内外专业商贸团体参展。

9 月 9 日下午, 在厦门国际会展中心 306 会议室成功举办的海峡两岸大健康产业发展与投融资论坛, 有来自海峡两岸的医学领域专家与国内外 300 多位大健康产业精英们欢聚一堂, 共同探讨两岸大健康产业的发展前景和投融资环境, 讨论大健康产业发展的新思路、新业态, 为海峡两岸大健康产业搭建了深度交流与合作的平台。展会现场众多商家纷纷加入了投资、交流、研讨的大行列, 呈现了一副精彩纷呈的投融资大戏。

据了解, 本届展会由中国国际贸易促进委员会厦门市委员会、厦门市台湾同胞联谊会、海峡两岸医事交流协会、中信医疗健康产业集团、福建省归国华侨联合会联合主办; 由励诚(厦门)集团有限公司、厦门州信医学影像有限公司承办; 中华医学会健康管理学分会、国家发改委宏观院公众营养与发展中心、荷兰皇家

飞利浦公司、美国通用电气公司、西门子（中国）有限公司特别支持。

（会展协会 谢燕婷 整编）

## 图书嘉年华 阅读让厦门更精彩

### ——第十一届海峡两岸图书交易会在厦举行

以“书香两岸，情系中华”为主题的第十一届海峡两岸图书交易会（简称“海图会”），9月12日-14日在厦门文化艺术中心举行。

本届海图会共有450余家两岸出版机构参展，其中大陆参展单位250余家，台湾参展单位200余家，两岸参展图书总码洋2700万元人民币；展馆面积25000平方米，主会场设于厦门文化艺术中心美术馆，在外图厦门书城和厦门新华书店设立两个分会场。主会场面积8000平方米，展位500个，设立图书零售区、大陆图书展区、立体书展区、大陆简体图书馆配区、台版图书展订区、山东主宾省展区和出版洽谈交流区。本届海图会参展图书共20万种70万册，囊括两岸各出版机构近两年的新书、重点书和畅销书。本次展会两岸图书订购和版权贸易再攀新高，现场订购、销售图书总码洋4160万元，达成两岸图书版权贸易314项。

本届海图会共举办配套活动近70项，除举办两岸出版物展示、订货、销售等常规性活动之外，还发挥海图会的两岸出版平台优势，积极响应推广全民阅读活动，策划举办一系列富有对台特色的公益性阅读文化活动，打造两岸图书嘉年华。

据悉，本届图交会体现“七个突出”：突出两岸业界的项目对接、突出两岸参展图书的品质、突出两岸图书交流的内涵、突出全民阅读的文化氛围、突出山东主宾省对台交流、突出闽台出版的合作对接、突出展示中国印刷文化。

自2005年起已在厦门和台北两地轮流举办了十届。本届海图会由厦门市人民政府、福建省新闻出版广电局、中国出版协会、台北市出版商业同业公会、台湾图书出版事业协会、台湾图书发行协进会主办，山东省新闻出版广电局、厦门市文化广电新闻出版局、海峡出版发行集团、厦门外图集团有限公司、北京书友之家文化交流有限公司、台北市出版商业同业公会承办，外图（厦门）文化传播有限公司、台北市出版商业同业公会共同策划执行。

（外图（厦门）文化传播有限公司）

## 和“二师兄”来次亲密接触

### 全国规模最大的猪博会19日-21日在厦举行

猪和猪肉，因为太司空见惯，想必很多人都会觉得不以为然。不过，也许你并不是这么了解猪，也没有真正品尝到猪肉的千般滋味。

这一切，也许很快就会改变。一场国内规模最大、最专业也最接地气的猪业博览会将在厦门举行，厦门市民有望和“二师兄”来一次亲密的接触和互动。

### 打造从源头到餐桌全产业链盛会

9月19日-21日，“全国首届猪业博览会”将在会展中心举办。该展会由中国畜牧兽医学会主办。“高端、精致、国际化，打造从源头到餐桌的全产业链盛会。”该展会组委会秘书长赖州文表示，此前国内也有不少畜牧专业的展会，但如此高规格、大规模、专业化地专注猪这一品类的展会，在国内还是首次。

据了解，届时，猪博会将汇集种猪育种养殖、养猪保健、养猪设备、饲料、猪肉类产品及加工设备等众多品牌和企业。

同时，2015中国猪业科技大会、中国畜牧兽医学会2015年学术年会，以及中国畜牧兽医学会所属的养猪学、动物营养学、动物遗传育种等权威性专业会议也将同期进行，业内专家学者将在鹭岛对猪产业发展中的热点、难点及未来趋势进行深入探讨与交流。“在专业度上，本次展会还将凸显与终端消费者的链接。”赖州文特别介绍说，猪产业的最终体现就是餐桌上的猪肉，所以，他们想通过这种方式聆听来自消费者的直接心声。

比如，猪肉品鉴会，市民不仅可以品尝到火腿肠、沙拉料等深加工猪肉食品，而且，主办方还将特意在现场举办一场烹饪宴会，众多大厨将一展身手，让市民亲身体会到不同区域、不同部位、不同口味和不同工艺而产生肉的不同滋味。

### 厦门猪肉 2/3 还需外地供应

提起猪肉，想必大家都不陌生。中国是猪肉消费大国，每年猪肉生产量和消费量占全球二分之一。猪肉行业产供销是个巨大的产业，蕴含着无限商机。

据业内人士估算，以两个人一年消费一头猪的标准计算，厦门常住人口三四百万人，每年需200万头。而厦门自身供应量在70万头左右，2/3还需外地供应。“厦门猪产业不大，但在办展上有得天独厚的优势。”赖州文坦言，厦门拥有国际化视野和独特地理位置，尤其是会展设施齐全。

同时，与厦门毗邻的东南亚国家，也是猪产业发达区域，而且当地的从业人员主要也是华人，如今，他们的猪产业相关设备、原料、用具等与国内的联系也越来越紧密，厦门办展将充分吸引他们的亲近感和关注度。

很多人认为，每天出现在自己餐桌上的猪肉除了品质差异，其他并没什么两样，但其实猪肉市场一直在变革，养猪行业也正在进行快速调整。

赖州文解释说，上世纪八十年代前，国内消费的主要还是油脂型猪肉，随后，国外引进的“洋猪”形成了压倒性优势，并引导出吃瘦肉健康的风潮；现在，国内地方品种有重新崛起的趋势，市场上也出现了黑猪、土猪、生态猪等概念。“市民餐桌上的猪肉开始多样化，我们行业也要顺应这种需求，并积极引导。”赖州文表示，只有市民的充分认可和接受，才有猪产业的真正发展。

### 让市民吃过猪肉也见见猪跑

以前猪肉金贵，所以有了俗语“没吃过猪肉，也见过猪跑”；现在对不少城里人来说，却是吃过猪肉，但没见过猪跑。“现在不少人对猪和猪肉的认知还是不够的。”赖州文坦言，在大部分人眼中，猪肉是再普通不过的食物，司空见惯，所以往往并不会去深究。

猪其实是很爱干净的。“主要是人没有满足其需求，这也是行业一直在努力的方向。”赖州文解释，现在养猪业也很注重环保，在粪便处理等方面已经有了很大进步。

对于猪肉，现在流行的观念是，吃肥肉对身体不好。赖州文也认为这种说法值得斟酌和商榷，只是其功能和营养元素还没有被充分挖掘。尤其是现在慢慢兴起的的地方猪种，肥肉往往是其中的精华。“本次展会很大的一个目标，就是让更多的市民与猪有更亲密的接触和互动，更好地享受来自猪和猪肉的馈赠。”赖州文表示。

比如，届时，展会还将特别辟出展位进行活猪展，展示目前世界上出现的品种：黑猪、白猪、花猪，外血缘猪和内血缘猪，让市民对猪产生全新而全面的认识。

（海峡导报 张顺和）

## 第八届世界福建同乡恳亲大会 将于 10 月在厦门举行

第八届世界福建同乡恳亲大会将于 10 月 8 日-10 日在厦门举行。本届大会将举行多个论坛和对接会，届时将有 1700 多位海内外嘉宾到场参加。

此次恳亲大会由第八届世界福建同乡恳亲大会筹委会主办，省人民政府侨务办公室、厦门市人民政府承办。筹委会主任由马来西亚嘉里集团董事长郭鹤年担任。大会总体规模 1700 人左右，其中，国内嘉宾约 200 人，海外侨领及社团代表约 1500 人。本届大会以“闽乡情·中国梦”为主题，共有 7 个联络感情、增进乡谊、宣传福建的活动。具体包括：遴选 10 个优秀闽籍社团予以表彰、授牌，并举行和谐侨社建设与发展论坛；举办福建自贸试验区、“清新福建”旅游产业和厦门市推介会；成立福建海外杰出女性联谊会；举办福建侨批展；举办中国·福建经济发展态势与投资机遇论坛；发起闽籍乡亲融入海上丝绸之路核心区建设的倡议。此外，9 个设区市和平潭综合实验区还将分别举行“牵手故里”对接会。

据了解，世界福建同乡恳亲大会是由全世界海外闽籍乡亲自主发起、省侨办积极推动的一个侨界民间联谊交流活动。大会每隔三年在世界各地举办一次，首届大会于 1994 年 9 月在美国南加州召开，由美国南加州福建同乡会发起并主办，至今已连续在海内外举办了 7 届，其中第三届于 1999 年在泉州举办，第四届于 2004 年在福州举办。随着大会规模的不断扩大，世界福建同乡恳亲大会已成为福建对外开放的重要平台，也是推动福建经济社会发展的重要品牌。

（会展协会 谢燕婷 整编）

# 旅游会展催生酒店用品展

## 厦门酒店用品年需求超 50 亿元

在旅游会展业和酒店餐饮业的催生下，今年 11 月 20 日到 22 日，一个专业的酒店用品及设备博览会将在厦门举行，不仅将填补厦门会展业中的一个空白，同时，也将进一步激发相关产业的发展。

### 亮相 酒店用品展 填补厦门市场空白

7000 多平方米、300 多个展位，在厦门众多经贸类专业展中，初次亮相的 2015 厦门酒店用品及设备博览会的规模并不显眼。“目前主要还是培育市场，让业者看到厦门的优势和信心。”该展会主要执行机构厦门中展世纪总经理曹明辉坦言，本次酒店用品展填补了厦门的市场空白，但在广州、上海等城市都已经有一定成熟的类似博览会，所以要想有所突破还是有一定的压力。

不过，今年 7 月份开始招展以来，该展会已经得到了厦门本土业者的认可，同时，展会也吸引了周边城市乃至外省业者的关注，如德化、广东潮汕等酒店用品生产地的相关行业协会已经和组委会进行了初步沟通，并达成了参展意向。

其实，前几年厦门也有公司曾操办过类似的酒店用品展，但最终没能持续下来。“现在市场环境更佳，政府的扶持力度也更大，我们完全可以趁势而上。”曹明辉表示，虽然这是首次涉足酒店用品领域，但中展世纪打造的另一展会——中国国际（厦门）渔业博览会，在同类展中，规模已经是南方最大，也成为厦门从小到大的会展样本。

据介绍，厦门渔博会刚开始时的规模也就四五千平方米、100 多个展位，但今年已经扩展到了两万多平米、上千个展位，明年更是有望突破 3 万平方米。

### 数据 星级酒店近百家 五星级近 20 家

据了解，酒店用品涉及的范围还挺广，除了厨房餐饮设备、酒店家具、客房配套电器及大堂用品外，还包括纺织布艺、制服、清洁及洗衣设备等各个品类。

据业内人士不完全统计，目前，福建全省每年的酒店用品需求在 100 亿-200 亿元之间，其中厦门是需求重镇，占据了 50 亿-70 亿元的份额，而且每年还以 20%左右的速度在增长。

酒店用品需求高速增长的背后，是近几年厦门旅游会展业兴起带动了酒店和餐饮业的持续火爆。

据了解，目前，厦门星级酒店有近百家，其中，五星级酒店就接近 20 家，还有不少在建或即将开业。此外，厦门还坐落着一大批经济型酒店、家庭旅馆、特色酒店等，数量更是达上千家。而且，这些数量还在不断增长之中。“厦门本身有市场，也有一定的辐射能力。”曹明辉介绍，厦门目前主要是酒店用品的消费地，本土生产厂家并不多。但国内外大多品牌都在厦门设有代理商，殿前还有一个专业的酒店用品批发市场。而且，厦门周边的德化和广东潮汕一带，也都是酒店用品的生产基地。

值得一提的是，中国大陆也是东南亚国家采购酒店用品的目的地。而厦门正好可以发挥在地缘上的优势，用展会的形式，成为吸引这部分客源的集散地。

## 创意 设置互动环节 吸引市民逛展会

“除了吸引专业买家外，我们在策划上也会注重调动市民参与的热情。”曹明辉表示，酒店用品展看似是一个行业展，但他也希望成为厦门市民乐于共享的一个展会。

据了解，厦门目前有不少产业展，虽然在行业内知名度不错，但由于市民参与度并不高，在一定程度上影响了展会的人气。“在北京、上海等城市，逛展会已经成为市民的一种生活方式，但厦门还没有形成这种氛围。”厦门会展业者坦言，其实，很多展会看似比较专业，但其中展示的不少产品或信息与市民还是息息相关的，市民也可以从中获益良多。

业内人士解释说，造成展会与市民脱节的原因，一方面是很多展会在环节设置上本身就没有考虑到市民参与的情节；另一方面，即使有市民的内容，但在宣传造势上还欠一些火候，市民不知情或虽知情但没吸引力。“在本次展会策划中，我们会在商家引导和活动设置上，尽量多一些市民互动环节，让展会更具生命力和活力。”曹明辉表示，其实，酒店用品在某种程度上也与市民有一定的重合度，比如家具、餐具、厨房用品等，市民其实也是重要的购买主体。

(海峡导报 张顺和)

## 智能家居盛筵 11 月厦门开席

智能家居博览会将引入设计师力量，智能家居或迎来“风口”时代

智能家居，一个看上去很美的市场，在让人心动的时候，却也陷入了叫好不叫座的窘境。

据悉，今年 11 月，厦门将出现一个——2015 中国（厦门）国际智能家居博览会。该展会希望通过设计师的力量，以“智装融合”推动智能家居加快进入家庭，助力后者迎来“风口”时代。

### 智装融合 智能家居盛筵 11 月 6 日厦门开启

11 月 6 日-11 月 8 日，厦门国际会展中心，一场智能家居盛筵即将开启，同时登场的还有国际室内设计周活动。

展会的主题是“设计引领家居，智能改变生活”，主办单位是中国室内装饰协会，厦门市室内装饰协会是承办方之一。

据介绍，1.8 万平方米的展览面积，届时将吸引国内外 3000 多家装饰设计机构、1 万多名室内设计师、5 万名专业买家及 1000 余家智能系统工程公司。

而在厦门国际室内设计周上，将呈现 CIDA 中国室内设计大赛地方颁奖典礼、国际室内设计大师论坛、中国室内设计智能化峰会、国际智能酒店设计高峰论坛、中国智能家居产品采购大会等十多场核心活动。

建筑设计界的大咖，如日本建筑师坂茂、韩国建筑师承孝相、新加坡建筑师 SCDA、台湾设计师陈瑞宪、香港设计师梁志天亲临现场。“智装融合将是本次展会的最大亮点。”厦门室内装饰协会秘书长黄剑瑶表示，该展会力求主推与室内设计紧密关联的智能家居研发、产品及集成系统总包商，促成设计高端定制与整

体解决方案的无缝对接。

据了解，此前，在北京、上海等城市已经有十几个与智能家居相关的展会，但该展会是国内目前唯一主张智能家居与国内外设计师技术交流与业务对接的专业博览会。

### **抢分蛋糕 厦门上百家企业涉足“智能家居”**

还没到家，灯光已亮起，空调已启动；根据室内光线亮度，自动调节窗帘的遮阳效果……

提起智能家居，相信不少市民都有所耳闻。的确，目前，智能家居产品的实际应用已经相当广泛，并在许多细分领域做得相当极致。比如，智能煤气灶，可通过智能手机远程开关，如煤气泄漏超标，还会发出预警。“互联网特别是智能手机的普及，给家居智能带来了爆发的良机。”黄剑瑶解释说，与移动互联的结合，智能家居有了更多更广的用武之地。

在政策层面，智能家居也迎来了美好的时光。目前，包括厦门在内的诸多城市都在大力倡导智慧城市建设，其中的智慧社区、智慧建筑项目，重要板块之一就是智能家居。

不仅如此，智能家居并不仅仅局限于家庭，还延伸到酒店、办公楼、住宅楼宇等所有建筑。

在市场前景看好的带动下，智能家居已经成为了各路资本抢食的香饽饽。

据了解，目前，厦门已经有 100 多家智能家居相关产品的厂商，形成了从软件研发、产品生产到集成服务的较完整的产业链条。

值得一提的是，厦门在智能卫浴、智能厨房这方面的优势，像前段时间炒得沸沸扬扬的智能马桶盖，厦门已经是全球最重要的生产基地之一。

### **多年造势 设计助推智能家居上“风口”**

不过，一个不得不面对的现实是，智能家居看上去很美，让人心动，但现实使用率并不高。市民认可度低、市场推广难，让不少商家觉得智能家居这片蓝海，看似触手可及，但又始终还隔着一道坎，生存压力比较大。“十几年的造势后，现在已经快到风口了，只要再推一把，就会进入高速增长并释放巨大的市场能量。”厦门业内人士分析，随着业主真正享受到智能家居带来的生活方式的改变，成见会慢慢改变并消除。

该人士解释说，除了政策层面的利好消息外，这两年智能家居软件研发进展迅速，步入成熟稳定的状态；硬件产品研发上，随着工业 4.0 的推进，以及新技术、新材料的应用，也有了超乎普通人想象的突破。“室内设计将成为智能家居时代发展的主力。”黄剑瑶表示，这也是由室内装饰协会作为此次展会推手的原因所在。通过设计施工层面的上游带动和引导，将对智能家居的使用起到极大的促进作用。

在黄剑瑶看来，设计师是智装融合的主推手，是智能进入空间的引领者。以设计为主流的智能家居市场，越来越依赖于室内设计师把智能科技引入他们所设计的项目。

（海峡导报 张顺和）

**本期主编：**郑智      **副主编：**朱天林      **责任编辑：**谢燕婷、苏惠娟