



Karen Fierst是美国事故车维修领域的知名人物,曾任职于美国汽车零部件认证协会(CAPA)。Karen女士自1998年成立KerenOr Consultants咨询公司以来,为美国及其他海外客户提供了广泛的汽车后市场咨询服务,为客户建立行业关系提供了有力的指导和帮助。目前,她担任了美国车身理事会(NABC)理事,是美国汽车服务协会(ASA)、美国汽车后市场行业协会(AAIA)、美国事故车维修专家学会(SCRS)、行业妇女组织(WIN)成员,是美国事故车行业会议(CIC)的积极参与者、联席会委员。

Karen女士在其职业生涯中获得过各种荣誉和奖励,其中阿克苏诺贝尔公司授予的“行业最具影响力女士”尤为珍贵。她编著、撰写的文章发表于行业内众多知名出版物。作为研究咨询顾问,她为2012年国际事故车高峰论坛撰写的《中国事故车维修及后市场的发展机会》一文,已发表在我刊2012年第10、11期上。她也是知名的演讲者,在全球多个行业会议及高峰论坛,包括国际事故车行业高峰论坛(IBIS)、法兰克福展等场合,发表演说。

KerenOr Consultants咨询公司为事故车维修行业的相关领域及政府机构、律师事务所、软件公司及行业出版物提供各类咨询服务,致力于为美国本土与外资企业间的战略规划、市场研究分析、公共关系、公开政策、结盟合作、项目管理以及跨文化间的交流与沟通,其客户资源来自于美国、英国、中国台湾、中国大陆、以色列等。

## 从行业展会中获取最佳投资回报率(下)

◆文/美国KerenOr咨询公司 Karen Fierst 译/张淑珍

(接上期)

国际车身大会暨国际车身展览会(NACE)和汽车维修服务大会(CARS)是致力于汽车服务和维修行业的首要展会。NACE归美国汽车服务协会(ASA)所有,其旗下会员都是从事汽车碰撞修复以及机械维修/保养服务的专业人士。NACE专注于汽车后市场的事故车辆维修,而CARS则专注于后市场车辆的机械维修和保养。

NACE和CARS这两个展会虽然已于2005年合并,但每次展览它们依旧保留着自己的名称。NACE最初由“美国车身会议及展览”这一名称的首字母缩写而成,后来有关其“展览”及“国际性”的说法更改多次。现在NACE已将名称改为“国际车身大会暨国际车身展览会”,但事实上,参观展会、在展会上做展示的外国企业数量非常少。

NACE诞生于上世纪80年代初,在其最强盛的20世纪90年代后期,曾吸引过近4万名参观者,参展商数量多达数百家。通常情况下,NACE于每年12月第一周举办,举办地点不固定。2005年,为了消除此前911事件造成的不利影响、重现NACE的辉煌,ASA决定,将NACE和SEMA、

AAPEX安排在汽车后市场展示周的同期时间,方便观众能同时参加三个展览。然而,从现在看来,无论以何种初衷,这都是一个非常糟糕的战略决策,因为它最终将NACE在过去建立起的威望毁于一旦。

后来ASA得到了将NACE与SEMA合并的机会,但是他们没有选择合并。值得一提的是,SEMA中“碰撞与钣金修复”展示区域由美国事故车维修专家学会(SCRS)组织,它是一家与ASA有竞争关系的协会。2012、2013那两年,NACE的观众和参展商数量非常低。据ASA透露,2013年只有NACE有170家企业参加展示,展示面积约2790平方米。另有2790平方米场地,用来组织活动、邀请演讲人开展讲座等,而对于观展人数,ASA则没有公布。当NACE搬离拉斯维加斯,试图重新打造自己的时候,殊不知SEMA的碰撞修复展区却越做越大。2014年的NACE定于7月举办,到时将与I-CAR年会及事故车行业会议(CIC)的季度会议同期举行。与AAPEX和SEMA展一样,NACE也是B2B展览。尽管为了振兴展览,他们仍在坚持举办丰富多彩的教育、交流、研讨项目,但很明显,它已经失去了主要行业展会的色彩,很多人都在疑惑,

NACE到底能否重拾过去的辉煌?2014年NACE将于7月31日~8月1日在密歇根州的底特律举办。更多信息请登录NACE官网<http://www.asrwevents.com>进行查询。

### 中国汽车后市场的重要展览

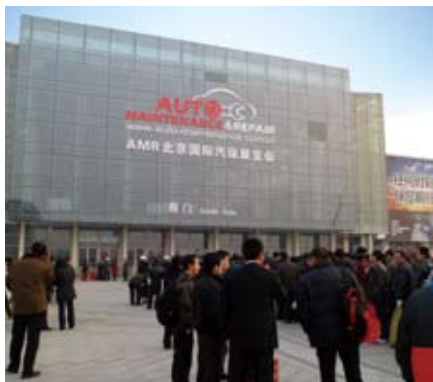
下面根据我的理解,简单说说中国汽车后市场的四个重要展览。

#### 中国国际汽车用品展览会(CIAACE):

由雅森国际展览有限公司组织并举办。2013年雅森展迎来了近29万观众和6,530家企业的参展。雅森展主要还是一个B2B展览,消费者仅占了观众中很小一部分。展会的所有产品分为七大类,包括:汽车电子及国际展区、汽车内饰/外观展区、地板脚垫展区、汽车养护用品展区、太阳膜展区、汽车香水、座套及轮罩展区。雅森展期间将同期举办中国汽车消费论坛。CIAACE目前没有政府或行业协会支持。2014年雅森展已于2月20日~23日在北京举行,关注更多信息,请访问其网站<http://www.ciaacexpo.com.cn>。



**北京国际汽保展览会 (AMR):** 由北京通联国际展览有限公司组织并筹办, 同时得到了中国汽车维修行业协会以及中国汽车保修设备行业协会的大力支持。AMR专注于汽车维修的碰撞修复和机械/维修两个方面。2013年AMR展示面积达到了10万平方米, 参展企业1,128家, 观众人数近5.5万名。在AMR展示的产品及服务包括: 维修设备、轮胎维修设备、轮胎维修、检测和诊断设备、喷涂、汽车养护、工具、机械工具, 教具、净化系统、环保与节能、电子设备、汽车安全和汽车服务连锁店等。2014年AMR展已于2月26日~3月1日在北京举办。有关AMR更多信息, 请登录其网站www.auto-maintenance.com.cn浏览查阅。



**中国国际汽车商品交易会(CIAPE):** CIAPE缩写中的“P”过去代表的是“零部件(Parts)”, 现在已经转变为“产品(Products)”。CIAPE由商务部批准展示, 展品范围包括: 整车、汽车零部件、维修检测设备、汽车用品、技术装备、轮胎和改装等。2013年CIAPE共迎来了来自116



个国家的1,523家参展商和51,760名观众。CIAPE在扩大内需、吸引外资、促进出口方面发挥了重要作用。2014年CIAPE从北京搬到上海, 预计将于10月19日~21日举办。更多展会信息, 请登录其网站http://www.iapchina.com浏览查阅。

**上海法兰克福展 (Automechanika Shanghai):** 由世界著名展会主办机构——德国法兰克福展览公司主办。全球各地售后市场专业人士几乎都知道, 德国法兰克福每两年将举办一次面向汽车售后市场各领域、规模最大、增速最快的行业性展览。多年前, 法兰克福展览公司意识到全球汽车售后市场的快速增长, 同时考虑到距离和差旅费用带来的挑战, 他们开始发展并运作区域性展览。目前, 除了原来每两年一次在德国法兰克福举办的展会外, 法兰克福展览公司已在全球经营了12个区域性展览。由中国汽车工业国际合作总公司(CNAICO)联合赞助的上海法兰克福展已成功举办十年, 得到了中国数十家机构和国际组织的大力支持。

上海法兰克福展涵盖了汽车售后市场的方方面面, 包括零部件及系统、配件饰品及改装、维修与保养、信息技术与管理、服务站和洗车, 以及行业机构、贸易协会、政府机构和出版商。2013年12月, 来自世界各地的近8万人参观了该展, 38个国家和地区的4,618家企业参加了展示。继德国法兰克福展之后, 上海法兰克福展已成为全球第二大、但增长速度最快的汽车后市场展览。2014年上海法兰克福展将于12月9日~12日举办。关于更多上海法兰克福展的信息,



请登录其官网http://www.messefrankfurt.com.cn查询浏览。

## 总结: 贸易展览是一次独特的机会

无论你是买家还是卖家(参展商)、在国内还是国外参加展览, 为了有效利用你在行业展会上的投入, 使投入产出比最大化, 你在承诺花费时间和金钱参加展会前, 应该思考一下以下这些问题: 为什么要参加展览? 你希望通过展览达到什么目的? 你参加展览的期望现实吗? 这是你要参加的展会吗? 你是否提前做好了充分准备? 你派去参加展览的人合适吗? 展会上接触到的人是你期望的吗? 你后续会及时跟进, 将你的投入最大化吗?

对于参展商来说, 尤其需要问一问: 你能与他人顺畅沟通吗? 你传达给观众的信息准确吗? 你在美国展位的展示内容, 适合外国观众吗? 你参与的展示活动, 目标客户是否被邀请? 你的员工是否能流利地跟观众交流?

综上所述, 参加展览的关键是要做好准备工作。

通过展会获得最大收益的企业或个人, 一定是事先做好了充分的研究和准备, 得到了极大的曝光率, 并获得了广泛的交流与合作机会。无论你是参展商还是采购商, 如果你希望通过展会研究、联络到更多的合作者, 建议在展会之前让他们获取你将参加展会这个信息, 这将有助于你提高投资回报率。在分析、计算参加展会的利弊时, 不要忽视展会期间面对面交流的重要性, 包括主办方组织的B2B会谈、常规的沟通联络以及论坛、教育活动等。为了充分利用宝贵的展会时间, 你在出发前应做好研究, 了解清楚都有哪些公司参加展示? 什么活动对你有更大的价值? 就像执行任务一样, 针对您事先确定的任务列出清单, 然后集中精力完成最终目标。最后, 请切记带上你的名片!

企业参加展览, 尤其是参加国际展示, 花费是非常昂贵的。按照上面的提示, 相信可以在一定程度上帮助您最大限度地提高投资回报率。M