



法兰克福圣诞礼品展小记

文/中展海外展览公司 朱乐



德国经济发达、科技领先，德国人低调严谨、热情谦和，德国风光山峻水秀、处处欧洲风情。法兰克福是德国第五大城市，不仅是德国的文化重镇，也是德国的工商业、交通，以及金融中心。此外，法兰克福是具有800年历史传统的著名的博览会城市，参加博览会的人数平均每年超过100万，法兰克福早已成为中国企业走向世界的一个重要窗口。

引领圣诞礼品潮流

一年一度的法兰克福圣诞礼品展，引领着世界礼品展览的最新潮流，是当今世界同行业的第一大展。

2013年，法兰克福圣诞礼品展吸引了来自112个国家的1546家参展商。在浓浓的圣诞节日氛围中，琳琅满目的产品和崭新的行销理念同台陈列，引领新一年的时尚潮流。慕名前来的100多个国家和地区的3万多名专业买家齐聚一堂，采购来自不同地区的精心巧思汇聚而成的新产品。

展会同期也举行了丰富多彩的同期活动，各类商务会议、推介会和论坛囊括了行业重要趋势、大宗采购、多渠道营销及可持续发展等众多要素。

中国展商积极求变

法兰克福礼品展是很早就被中国企业认知和追随的展览会，中国展团参展历史非常悠久。上世纪90年代，就有为数众多的中国礼品外贸企业来展会掘金。那时候，参展以国营外贸公司为主。而今，在中国展团3356平方米的展览面积里，几乎难觅国营外贸公司的身影，取而代之的是大量的民营企业，产品线更清晰，新品更丰富，品牌意识更强。

中展海外是法兰克福圣诞礼品展在国内的官方代理，在连续组团参展15年的时间里，见证了中国企业的变化和成长，也分享了企业家们的艰辛不易和成功喜悦。

在展会现场，Drescher GmbH公司的CEO Ulvi I. Aydin说：“当今的顾客只花一半的时间在采购产品上，其余的时间都希望能找到好的概念。零售商们谁能同时提供这两方面的需求，那他就成功了。”这话给了我非常深刻的印象。中国展商的圣诞产品过去给人同质化、技术含量低、缺乏自主品牌及自主创新能力的中低端印象。

而近两年，为应对外部经济环境的不景气，



中国参展企业也在积极求变，不断开发适合商家需求的新概念产品。在中国展团中的几家企业，为了迎合欧美人的消费习惯，在生产圣诞用品时增加产品的艺术创意和科技含量，生产出灯色变幻的光纤圣诞树、会动说唱的圣诞老人和各种公仔礼品，销路和市场关注度比以往有很大提升。

增值服务提升展商形象

中展海外为展商提供了多种服务，以便企业参展和联络：在每个展位上提供无线上网服务，设置专门展位，便于展商联络和需求的及时解决；为注重品牌意识和产品展示手段的企业提供更具灵活性的展位装修方案等。特别的设计、精准的搭建，以及中展海外的驻场服务，在创造了优雅洽谈环境的同时，也为企业的形象加分，为来自世界各地的专业买家提供了寻找高质量创新产品和优良合作伙伴的便捷平台。

法兰克福国际圣诞礼品展是众多中国节庆礼品与装饰品生产企业和贸易公司首选的国际展会，已成为大多数中国企业与新老客户洽谈的重要平台。相信它会永远保持着这份活力，并继续成为联系欧洲市场与中国圣诞礼品企业的一座桥梁。I ■



● 作者介绍

朱乐，中展海外展览有限公司项目经理。大学毕业后，朱乐就进了展览圈，成为中展海外的年轻项目助理、项目经理。个性随和、做事认真，使他很快就能从容应对外展流程中的方方面面，稳握法兰克福礼品展这个多年来中展海外重点大项目的接力棒。

本文编辑：李前。如对本文有任何意见或其他精彩观点，请联系邮箱：tradetreehq@163.com。