

在法兰克福车展中脱颖而出？展位搭建是关键

文/嘉诺展览

当今世界，新能源汽车受到前所未有的高度重视，并呈爆发式发展势头。在2017年9月14日开幕的第67届法兰克福国际车展上，不但有梅赛德斯—AMG的顶级超跑AMG Project One首次亮相，宝马、奥迪等概念车也凭借独一无二的设计造型引来众人瞩目。而代表汽车业未来发展方向的各类新能源汽车技术与产品成为本届法兰克福车展浓墨重彩的组成部分。



展台搭建是车展的关键一环

在新能源展区，一家名为“什维科技”的企业携带其自主研发的产品崭露头角。作为首家参加法兰克福车展的中国新能源企业，什维科技此次包下180平方米的展台，用于展示该公司最新研发的电动商务车和电池包，该展台也是该展区内最大的中国展台。

作为此次什维科技展览项目的负责人，来自国内知名展览机构嘉诺展示设计的渠道总监Kiko全程参与了此次展会。尽管参与过诸多国际项目，但在她看来，车展仍然是最考验搭建能力的一种展会类型。

“车展的参展企业展品比较特殊，多以整车为主，或者重型的设备，如果展台设计中有地台，那么在承重工艺上就比较考究。例如，什维科技此次在展台上放置了一辆重约2.8吨的商务车，这对地台的承重能力考验就很大，不仅要保障安全、不可有晃动，而且必须要平整。”

大展台宣示大品牌形象

除了基础施工之外，Kiko还提到了大多车展参展企业的另一个升级诉求。

“汽车企业因为展品的特殊性，参展一般都是大面积展台，并且对设计感要求高，这就意味着工艺还原上会非常严格苛刻。因为相比较其他

行业展品，汽车作为高价值消费产品，企业主对品牌形象的要求更高。不管在哪个展会，奔驰、奥迪和宝马这些国际大牌的展台永远是最亮眼的，它们的展台彰显的就是品牌形象，而且越是大的企业就越看重这一点。” Kiko说。

此次什维科技在法兰克福车展的亮相，不仅彰显了我国新能源汽车产业的创新能力，同时也是中国汽车品牌实力的展现。什维科技参加国际展览只是诸多中国品牌的一个缩影，放眼国内，越来越多的中国汽车企业正在崛起。中国企业要“攻占”的阵地也并不是某一个展览，而是如何在国际市场获得更高的尊重，这等于对中国企业的品牌形象打造提出了新的要求。

嘉诺展示设计事业群（Design & Display Group, 简称“DDG”）隶属于嘉诺展览集团，是致力于“品牌展示和交互体验”的独立事业群，也是国际化的品牌展示全案顾问。以“让品牌生长”为使命，DDG为全球各地的企业、政府和行业组织等提供包括展台、展厅、博物馆、主题馆、文化馆和科技馆在内的大会展展示设计服务，并与腾讯、海尔和宇通客车等国内知名企业建立了合作关系。DDG的服务覆盖全球，曾服务客户近5000家，2016年展示设计落地总面积达19190平方米。[1]

本文编辑：李前。联系邮箱：157720740@qq.com