

## 第四届中国国际金属成形展览会及第十届中国国际锻造展览会展后报告

2008 年锻压行业最后一次行业盛会，第四届中国国际金属成形展览会及第十届中国国际锻造展览会于 12 月 8—11 日在上海国际展览中心成功举办，成为经济寒冬的一道靓丽风景。本届展览会得到了日本锻压机械工业会、日本金属冲压工业协会、日本锻造协会、日本素形材中心、上海锻造协会、台湾锻造协会的大力支持，分别组团前来参展和参观。

锻造展和冲压钣金展是中国锻压协会举办多年的两大品牌专业展览会，目的是改变锻造、冲压和钣金行业在其他机床展、模具展等展览会中不受重视的尴尬局面，使这些展商和观众的重要性在专业展上得以凸现。

在前后七天的时间里，来自国内外 4000 多家知名设备商、零部件厂商、专业的采购商的近九千名专业人士云集上海，参与了包括展会、零部件评选、行业论坛、技术讲座、企业参观等丰富多彩的活动。

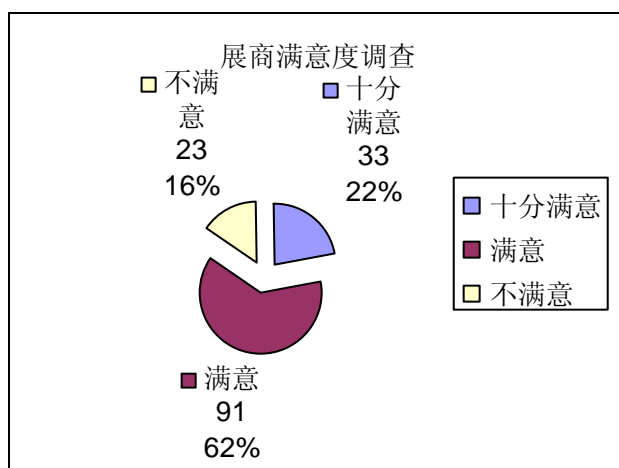
### 一、参展商情况

本次展会共有 212 家国内外展商参展，展出面积 7900 多平米，和上届展会基本持平。展商来源地区按照多少依次为：中国、日本、德国、美国、法国、意大利、韩国、瑞典和罗马尼亚，其中有合资和国外背景的参展商为 72 家，占全部展商 33.7%，展品的水准和国际程度继续延续了很高的水平。设备领域的舒勒、小松、SMS MEER、金丰、金方圆、徐锻、辛北尔坎普、俄罗斯重机、电产京利、理研、拓诚、欧泰、埃斯顿、合锻、米斯克、启力、哈特贝尔、兰石重工、威普克潘克、隔尔固、荣城金辰、益友、榎本、风腾机械、德矩、安阳锻压、美国减震等，联合零部件里的瓦轴、太阳锻造、南昌齿轮、东风锻造、一汽巴特勒、太平洋精锻、久丰、大江信达、西南铝业、辽宁五一八、二重万航、保捷、等龙头企业为同行和下游用户展示各自领域里的最高水平的展品和服务，起到了引领行业的作用。

本次回收有效展商调查 147 份，对展会效果的满意程度为如下数据：

#### 1、对本次展览会的满意度：

十分满意		满意		不满意	
33	22%	91	62%	23	16%



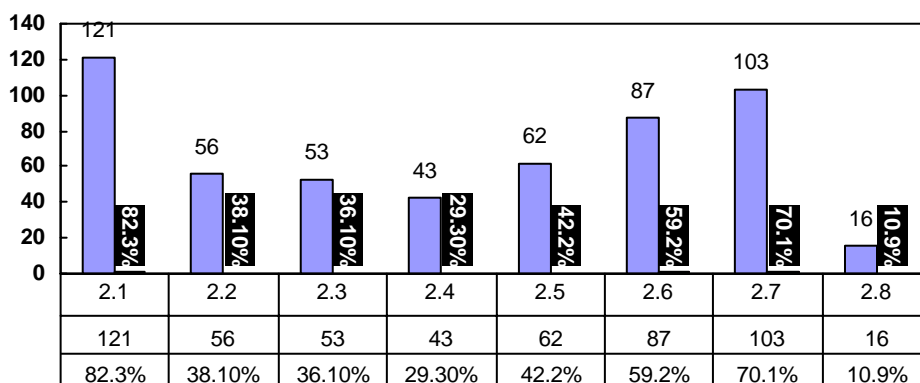
调查的展商整体满意度为 84%，设备厂商的满意度高于零部件展商，整体不满意的比例达 11%，问题集中在运输价格和潜在客户数量和成交量上。运输的问题，我们会彻底解决。今年下游主机行业前来采购的数量有所下滑，对设备的投资大幅下降，尽管今年招观

众的力度加大了，但是大气候的恶劣抵消主观的努力，对此我们会更加努力地来组织观众。此外，我们在服务流程、服务质量方面还会进一步加强，让展商参展更加通畅。

2、展商参展目的：

- 2.1 展示新产品和销售产品； 121
- 2.2 与同行业作比较； 56
- 2.3 寻找经销商； 53
- 2.4 为下半年开发新产品； 43
- 2.5 与同行进行交流； 62
- 2.6 展示企业形象； 87
- 2.7 了解有关市场的总体情况； 103
- 2.8 其他 16

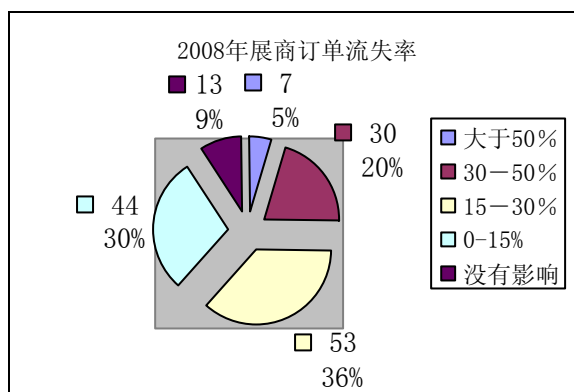
展商参展目的调查



从上述数据可以看出，销售和了解市场情况的目的占到了相当大比例，展商对于突破目前面临的困境，了解中长期行业的形式意愿很强。协会会密切关注国内外行业协会和专家的研究成果，及时以展报的形式提交给各位展商和观众。

3、经济危机对参展企业订单流失的影响

大于 50%	30—50%	15—30%	0-15%	没有影响
7	30	53	44	13
5%	20%	36%	30%	9%



参展的企业基本是业内发展很不错的企业，但是大多受到了较大冲击，在招展的过程中，

我们对此深有体会。国内一些大的企业，受波动较大的钢材价格的困扰，在高价位进了不少钢材，而九月份之后的订单下滑明显，产品价格也开始下滑，他们的损失比中小企业更明显。而有些领头的零部件展商表示，订单不但没有流失，反而增加了，但是付款条件、利润率都下来，这也是让他们很苦恼的事情。调查的数据如上，因为调查的样本不大，列举出来仅供参考。

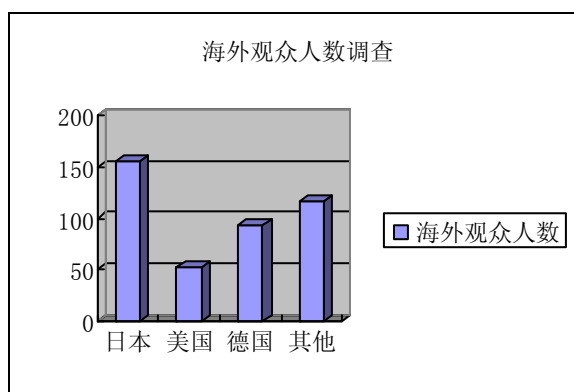
## 二、专业观众的情况

为保证统计数据的准确性和客观性，本次展览会聘请第三方专业的展会统计公司对观众的省份、来源、省份、每天的流量进行了详细的分析。本届展览会观众总人次 7545 人,共计 8858 人次（同日多次仅计算一次，隔日则重复计算），国外观众来自 23 国家，共 417 人，占总人数的 5.53%,以下的数据分析根据实际人数，而不是按照人次来分析的。

### 观众来源分析

#### 1. 海外观众分析

日本	美国	德国	其他
155	53	93	116
37%	13%	22%	28%



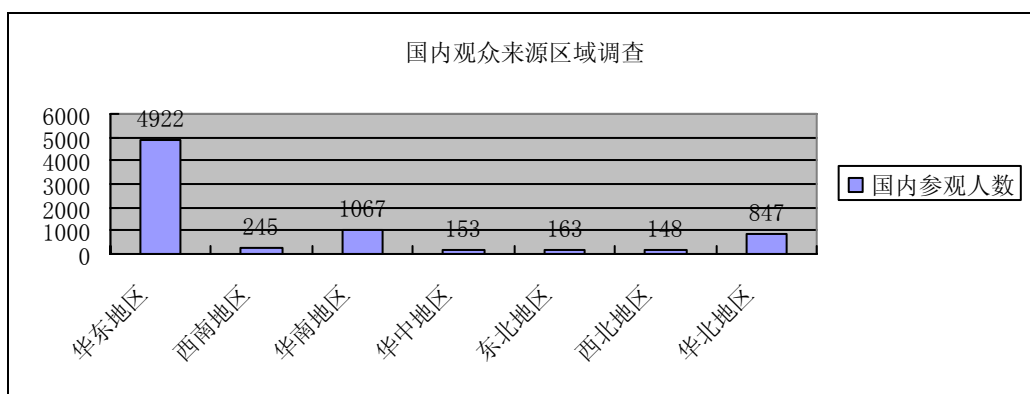
备注：仅对来源超过 50 人以上国家统计，不足 50 人的列入“其他”类。

日本、美国和德国等发达国家的零部件采购商的比例相对较高，同时也有一部分是考察展览会，为以后是否参展决策；其他类似越南、印度、波兰多是零部件生产企业，观摩学习和采购设备的意向更强。有 127 名网上预登记的海外观众最后没有亲临现场，而去年这个爽约的数字只有 32 人，受经济影响比较明显。事后询问，因为展会时间靠近西方人的过年，所以这也有一定的关系。

组团情况，日本锻造协会、日本锻压机械协会分别组织了两只代表团共 23 人参会，中国锻压协会秘书长张金、名誉理事长李社钊、副秘书长齐俊河分别接待了上述两个团组。

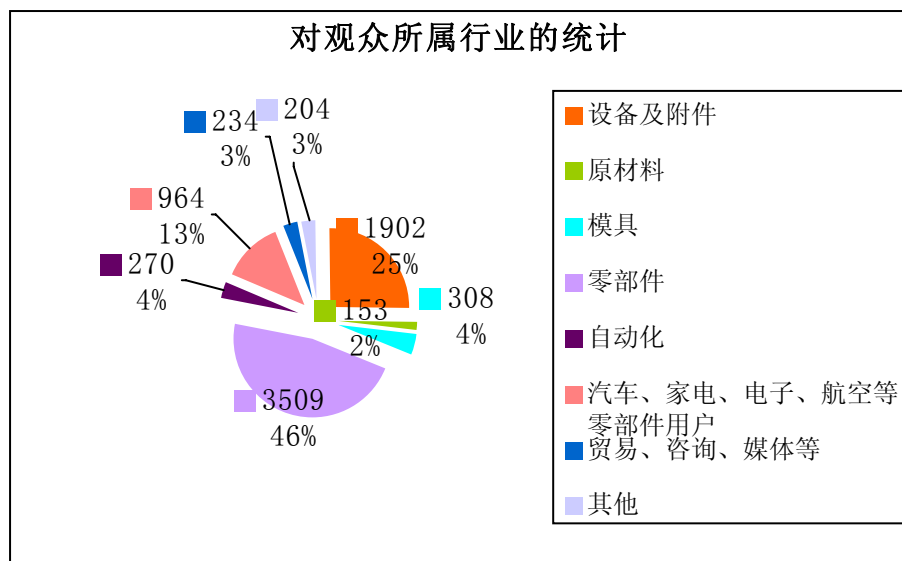
#### 2. 国内观众来源分析

华东地区	西南地区	华南地区	华中地区	东北地区	西北地区	华北地区
4922	245	1067	153	163	148	847



从观众来源分析看，华东地区和华南地区的观众是最多的，而金属成形制造业实力比较强的地区也大致在这两个区域。受经济影响和展会时间的影响，就参观人数而言，同时由于本地区展会众多，分流了部分观众。所以，尽管长三角地区实力雄厚，和北京 2007 年的展会相比，参观人数下降了 5.47% 个百分点。在下届展会的时间安排上，我们会尽量往前安排。有展商提到，和热处理、铸造以及冶金展整合的问题，这个声音我们听到了，会在适当的时候考虑实施。台湾锻造协会组团 18 人参加了会议和展览会，并在中国锻压协会的帮助下参观了一些企业。

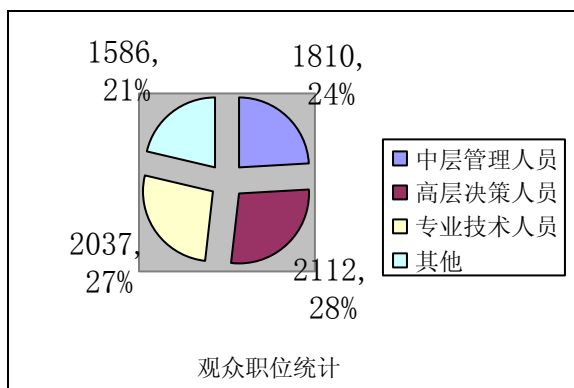
### 3. 观众所属行业分析



零部件厂商和零部件采购商是参展商的目标观众，达到了 59%，而设备、模具、材料等行业观众以学习和考察的心态前来参观的也达到了 35%，最终专业观众的比例大致在 90% 以上。很多设备企业虽然没有参展，但是关注的程度很高，许多展商可以感觉现场的观众中有很多同行的面孔。而零部件企业和采购商这一块，我们曾经花费大量物力和财力分行业做的宣传，起到了明显的效果，很多大公司如富士康、潍柴集团、一汽、二汽、上汽、广州本田、丰田、科龙、德尔福、电装、马自达、博世、ABB、中煤集团、江南造船、大连造船、施耐德、通用汽车、航天工业总公司、中国兵器总公司、宇通、西航发动机、铁姆肯、西门子、大众等都派了技术部和采购部的人前来参观。此外，参与的媒体和相关科研院所大约有 80 多家。

## 4 观众职务分析

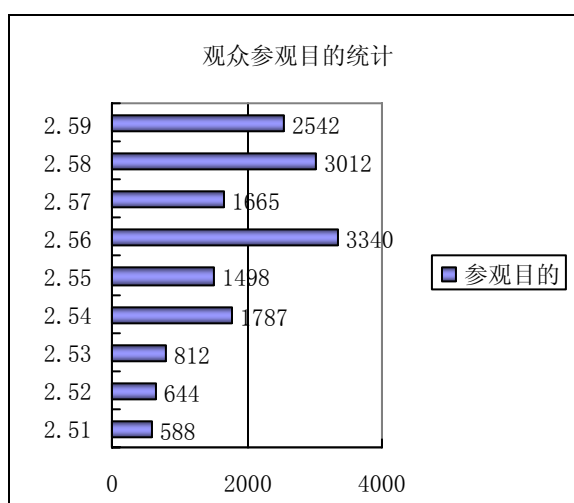
中层管理人员	高层决策人员	专业技术人员	其他
1810	2112	2037	1586



和过去两届展会相比，高层决策人员参与的比例有所增加，同期的会议上的参会代表的职位也明显比往届提高。这一方面是展会的影响在扩大，另外一方面大概是因为在过去两年经济高涨的时候，企业的高层往往忙于订单和生产，无暇出来交流，今年的经济下落，使得高层出来寻求交流和合作的意愿增强，中国锻压协会的展览会和会议正好提供了这样一个平台。

## 5 参观目的调查

- 2.51 考察评估展览会
- 2.52 参加行业论坛和会议
- 2.53 寻找代理商
- 2.54 结交客户，寻求合作
- 2.55 销售产品
- 2.56 搜集信息、了解行业动态
- 2.57 参观学习
- 2.58 采购产品
- 2.59 其他



了解行业形势和采购的比率占到了40%以上，但是在调查的采购量的数字显示，潜在意向都有，并没有太明显的成交。抽样调查显示，锻压行业的设备投资相对较大，新客户和老客户大致采取了紧缩投资和延迟验收已经预定机器的策略，保证手头有尽可能多的现金流，

使资金链不致断裂，谨慎地抵御寒冬，这使得上述采购的数据和从展商角度反映的信息有一定的背离。

### 三、优质零部件评选活动

该评选活动伴随着展览会已举办多届，不收取费用，外聘专家进行评选，旨在推动中国优质零部件企业的发展。根据往年评选得知，不少获奖企业的获奖产品在得奖后订单大幅度增加，而国外新用户由此和他们建立了联系，并发展为长期的合作伙伴。

本届展会有 30 家企业的 57 件展品获奖。协会将通过网络、杂志和直邮等平台，将这些获奖企业的信息发给主机厂和采购商，相关的获奖信息请等陆中国锻压网。

### 四、展会并没有结束

锻造、冲压和钣金行业是主机行业的基石，应用虽然很广，却一直只能淹没在下游主机用户的光环之下，一直是被众多媒体和公众遗忘的角落。金属成形和锻造展览会和会议则致力于提供了一个专业的舞台，不需要熙熙攘攘的看客，只聚集那些专业的业内人士，为他们彼此交流、交易和沟通提供便利。让每一个参与者获利，这是我们不懈努力的目标，这个目标很明确，很简洁，但是还有相当长的路要走。

现场的展会只有四天，但是对于主办方而言，展会并没有结束。协会拥有网站、杂志、协会通讯、专家咨询、展会快报等多个宣传的平台，所有的参展信息和获奖信息将通过这个平台持续发布出去，让更多的专业人士分享这些重要的资讯。

我们清醒地知道，就专业性、权威性等优点而言，锻压展已经从众多综合展中脱颖而出，但也只能算是说得上是差强人意，离业内的展商和观众的期望还很远。请给我们一些时间，请给我们更多的支持，相信通过大家的努力，锻压展会越办越好，所有的参与者也将获得更大的收益！路漫漫其修远兮，吾将上下而求索！

中国锻压协会国际项目与会展部

2008 年 12 月 25 日