

2009江蘇自行車、電動車及零部件交易會

圖、文◎曹曉暉



▲第27屆中國江蘇國際自行車、電動車及零部件交易會開幕式。

2009年10月23-25日，在中國南京國際展覽中心舉行的第27屆江蘇國際自行車、電動車及零部件交易會，雖有經濟不景氣的寒流，但交易會的規模仍如同以往，共設A、B、C、D四個館，展覽總面積達5萬平方米，展出攤位數約1,500個。本屆交易會的主題是「將智慧與科技鑄成力量，以輕快的節奏載你同行」。意旨在為企業提升品牌競爭力，本屆展會有三大特點：

1. 組團力量大

今年的展會較往年不同，以往廠商「各搭戲臺、各唱各調」，單兵作戰的格局在今年呈現改變的情況，眾多的電動車廠以地區為單位組團，參加的規模擴大進而增加影響力。例如上海以原廠地標誌企業組團，

徐州豐縣以當地三輪車企業組團，商丘電動車商會聯合16家企業展示商丘三輪車集群的力量，多種品牌的聯合，讓消費者感受團隊作戰的優勢及更可信賴的訊息。

2. 注意細節的新品開發

以往的電動車以車款、動力等作為宣傳重點，今年更注重細節的提升，由於中國以電動車代步日漸普及，隨之而來的偷竊問題令人頭疼，各種警報

器、警報鎖在會場隨處可見，其中電瓶是竊賊的最愛，針對這個問題，上海百順鎖業特別推出鞍管鎖，這款鞍管鎖與繩鎖一體，既可以防止電瓶被盜，還可以固定電動車，解決客戶在電瓶方面的困擾。



▲展會開幕當天人山人海，將會場擠得水洩不通。



▲商丘也有派代表組團參加。



▲歐派在展會上展示多輛新型電動車。



▲建大輪胎今年在中國內銷市場的銷售成長很多。



▲上海百順的新品鞍管鎖。



▲英克萊展示多款新型鋰離子電動車。



▲明顯的綠色代表綠源對節能方面的重視。



▲商場內的特殊鳥巢造型，引人注目。



▲「紅色的鷹」是速派奇電動車的標記。



▲森威是飛輪的製造專家。

3. 自行車的比重繼續下滑

綜觀展會現場，電動車的身影居多，自行車廠家屈指可數，主要以零配件為主，參展的自行車廠商無奈的表示，人氣看似熱鬧，但參觀人員大多是一般民衆，如何提高參展效果，主辦方還是要多加考量。不過，整體而言，展會大致與去年持平，作為地區性的展會，如何透過特色吸引更多的採購商，並為企業提升品牌競爭力，這是辦展方需要思考的問題。



▲電動車走向多用途，警用電動車即是一例。