

盘点：2011年光伏展会情况

经过2011年每月一场甚至多场的光伏展会混战，2012年的光伏展会及论坛很快又将在开年2月打响，仅从2月开始到5月国内外主要光伏展会就不下七场，在SNEC及InterSolar等的强大攻势下，光伏业展会及论坛将面临一轮洗牌，这对于各独立支撑以及没有背景实力的展会举办方而言将是非常大的挑战，面临的形势也十分严峻，凭一己之力要做大起来的可能性正在变得微弱渺茫，这需要强强结合，寻找契合的合作伙伴。

2011年光伏市场并不景气，但这似乎并未影响到中国各地各方势力举办光伏展会及论坛的热情，而这种热情从每月举办太阳能光伏或新能源展会及论坛的场数可充分感觉到。2011年2月引人注目的SNEC展会几乎令中国光伏界光伏企业“倾巢出动”；3月移师北京，第五届中国新能源国际论坛、第三届亚洲光伏峰会，常州第三届中国太阳能技术与投资大会同期举办；4月中国光伏四新展会，南京CEW-Solar中国国际太阳能产业大会暨展览会，天津国际太阳能暨光伏工程展会连番上演；5月第六届亚洲太阳能光伏行业展会暨论坛，上海中国智能电网技术展览暨会议同在上海争夺；6月台湾太阳能展会暨大会；7月青岛建筑节能和可再生能源博览会；8月广州第三届广州国际太阳能光伏展会；9月第六届（北京）国际太阳能产品展，第二届苏州光伏展览会暨论坛，第四届成都新能源国际峰会暨太阳能展览会激起会战小高潮；10月香港秋季太阳能及节能产品采购交易会等，此间穿插其他略逊一筹的展会论坛。

11月，进入到白热化的竞争阶段，除11月初在成都、海南的太阳能光伏展会暨论坛外，同一月里在相近的华东地区（上海、无锡、南京）就连续上演了五场以太阳能为主的新能源展会暨论坛。

一年如此多场展会暨论坛，除了个别两个拥有足够影响力与众多的参展企业的展会外，其他展会都不甚理想。光伏行业的展会、论坛竞争越来越激烈，并逐渐呈现出无序、混乱、频繁上演的局势，很多展会要么“挂羊头卖狗肉”，要么拉大噱头，要么玩概念，而每次实际上的参展情况让人大失所望，不仅参展企业数量不多、人流量少，而且其他领域的企业混杂，客户反馈度不佳，甚至出现有参展商当场闹事要求退款的事情。很多参展企业对国内各地举办的光伏展会越来越不在意，丧失了兴趣及信心，并表现出疲态。而另一方面，大部分展会举办方也表示，竞争压力越来越大，利润趋薄，如此反复，将形成恶性循环。

2012年的光伏展会及论坛很快将在开年2月打响，仅从2月开始到5月国内外主要光伏展会就不下七场，预计在几次交锋后，光伏业展会及论坛也将面临洗牌，这对于各独立支撑以及没有背景实力的展会举办方而言将是非常大的挑战，面临的形势也十分严峻，凭一己之力要做大起来的可能性正在变得更加微弱渺茫，需要强强结合，寻找契合的合作伙伴。第一种可行性方式是与政府合作举办，或与知名企业合作举办，当然这家企业需要有足够的影响力，两者结合则更完美，可撑起整个展会及论坛，第三届中国（无锡）国际新能源大会暨展览会可算是其中一个将两者结合较成功的案例。该大会暨展会是由中国国际贸易促进委员会和江苏省人民政府共同主办，江苏省商务厅、中国国际贸易促进委员会江苏省分会和无锡市人民政府联合承办。展会部分，由于有政府出资金进行补贴，所以很多企业愿意走出来参展，虽然参展企业并没有庞大规模，但至少比当月同期举办的几个大会暨论坛，效果要好很多。

其次是同期举办的论坛，供应链论坛结合了尚德电力年度供应商大会的力量，在论坛开始前一天是尚德的供应商大会，为此在第二天的供应链论坛上主要嘉宾都是重量级企业人物，使得整个论坛群星云集，颇有看点。第二种建议方式是与协会合作、与媒体合作，期间举办年度评选活动，以人脉关系及活动亮点作为吸引力。已经有相关方面在尝试，比如《硅业在线》借无锡展会之机举办2011中国太阳能年度人物与企业；同月《现代光伏》举办的年度评选活动等。从现场反馈来看，企业代表对获奖还是表现出了颇大兴趣，获奖企业几乎囊括产业链重要链条的知名企业，均有代表参加领奖，从另外一个角度我们可以看到光伏行业已经进入媒体操刀的评选时代。

但这仅仅只代表一个开端，因为他们都还未形成品牌，整个流程还比较混乱，缺乏影响力，不能与一流年度评选盛典相提并论，在这方面，也许还有机会。

原文地址：http://www.china-nengyuan.com/exhibition/exhibition_news_28165.html