CCE2013将移师世博展馆演绎更大清洁

2013年中国清洁博览会将会离开上海新国际博览中心，移师上海世博展览馆。

为什么要离开新博转向世博？

观众和展商如何保证？

全新的举措会带来哪些挑战与机遇？

带着这样的疑问，我们访问了中国清洁博览会的项目经理李骏先生。

带来的挑战和困难？

对于新展馆，我们是既期待又顾虑。期待的是这样一个25000平方米无柱式亚洲最大的专业场馆，一定会让展商和观众感到满意；但同时顾虑的是我们要抛弃以前熟悉的展馆和比较固定的销售思维，因此展商的反馈对我们而言是至关重要的。在今年展会举办的时候，CCE的市场和销售已经从各个方面向展商和观众传达了这一搬馆的信息，大部分的展商得知这一点后都表示理解并相当支持，这不仅更坚定了我们移师世博的战略之举，而且对于整个展会的成功举办也是非常大的鼓励。

当然，事情都是一分为二的，除此之外还有一些问题和困难。比如，展馆运营成本的增加、观众的引导和组织、以及30%以上的销售目标增长，不过我相信这些都是非常积极正面的挑战，无论从公司的管理层还是从CCE的团队来看，我们都非常乐意接受这样的挑战，也相信我们可以完成既定的目标。

CCE的现有模式与成长？

CCE，是全球第三、亚洲第一也是国内唯一的专业清洁展会，业内专业人士不会错过这样一个盛会。经过逾十年的发展，CCE与我们公司的酒店展、建材展同期同地的举办形式，使得CCE在商用清洁行业确立了强势的市场地位。随着商用市场尤其是酒店市场的越来越透明，越来越成熟，单单是酒店清洁已经不能完全满足清洁展的发展，更需要寻找新的增长点以求突破和发展。CCE2013根据市场需求情况，在稳步提升商业清洁的同时，将着力开辟工业清洁和公共场所清洁领域。

从2006年CCE加入博华以来，它的成长得益于春季四大展展会联动的优势。然而，随着市场需求的变迁及CCE自身的强力成长，春季展反而挤压了CCE的上升空间。根据今年的展会情况来看，我们一致认为新博展馆的面积已经严重不能满足CCE的未来需要。我可以告诉大家CCE至少需要3个展馆，然而目前只有2个，这样长期不能满足发展需要的后果将是展会逐渐失去竞争力。因此，不管是从近期发展计划考虑，还是从长远来看既不利于每一位展商，更不利于CCE自身，分开已是必然。

展会的未来目标与发展？

世博展馆是一个现代化的大型展馆,，它的使用对CCE来说不仅是一个十分重要的机遇期，而且还成就了一种重新快速成长的机会。还有一点也很关键，依照目前清洁展会的整体国际形式来看，全球没有一个清洁展会是和其他展会混在一起的，所以CCE独立后将获得崭新的巨大空间和发展机会。

在未来的十年里，公司将CCE的发展目标确立为“大清洁”，即个人清洁、商用清洁、工业清洁、公共场所清洁和市政环卫清洁5个方面的发展。CCE的发展也将更趋国际化，我们会继续巩固在欧洲主要市场的地位，继续扩展我们在欧洲网络；并同时把重点放在开拓美洲市场，瞄准中东地区、俄罗斯和东南亚地区。着力把CCE打造成一流的集产品展示、信息交流，行业专业客户群体交流互动为一体的一站式国际商务平台。展览面积将由目前的18000平方米增长到40000平方米，观众也从1万人增长到2万余人。更广阔的发展空间将使CCE跃上一个新的台阶，以此呈现的展会规模效应，更将吸引更大范围的潜在相关行业，及现在买家行业的特别关注，对于展商、观众和展会来说可以说是“三赢”。

世博馆的优势和特点？

世博展馆是为上海世博会配套新建的上海市第二大新型现代化展馆，有效建筑面积79000平方米，相当于新博的8个展馆，展馆可以说是全新的而且各项条件优良。同时，世博馆亦籍优越的地理位置和后世博概念及距离200米开外的中国馆的人气带来旺盛的展会参观力。轨道交通方面，地铁7号线将新博（花木路站）和世博展馆（耀华路站）直接相连，只需20分钟的地铁车程，十分便利。

站在公司的角度，我们非常看好这个展馆，可以说是适逢其时，为CCE近期的发展提供了足够的展示面积，也为CCE今后的发展奠定了巨大的空间和良好的观众基础。同时，再加上我们会在新博配上班车和观众导引，这样一来新博的观众前往世博馆也非常便捷了。

现阶段如何筹备？

首先，我们明白展会的利益与每位展商是一致的，只有展商获得参展效果，展会才能得以发展。我们会确保所有与清洁产品有关的展示都只在世博馆展出，也就是说专业观众要看清洁产品只能来世博馆，这样绝对不会发生观众分流的现象。

观众是展会的生命，现在全力以赴做好观众组织已经成为CCE的首要工作。我们常年联络的10万专业观众数据库以及同期举办的酒店用品展、建筑建材展，还有300余家清洁制造商都是展会成功的强力保障和支持。

我们还开展了中国清洁“知识长征”巡回研讨会活动，走遍中国的城市，特别是西南、西北地区的二线城市，这些城市包括深圳、北京、成都、西安、贵阳、长沙等。在宣扬清洁概念的同时，宣传CCE，把各地的重点企业和专业人士吸引到展会现场。

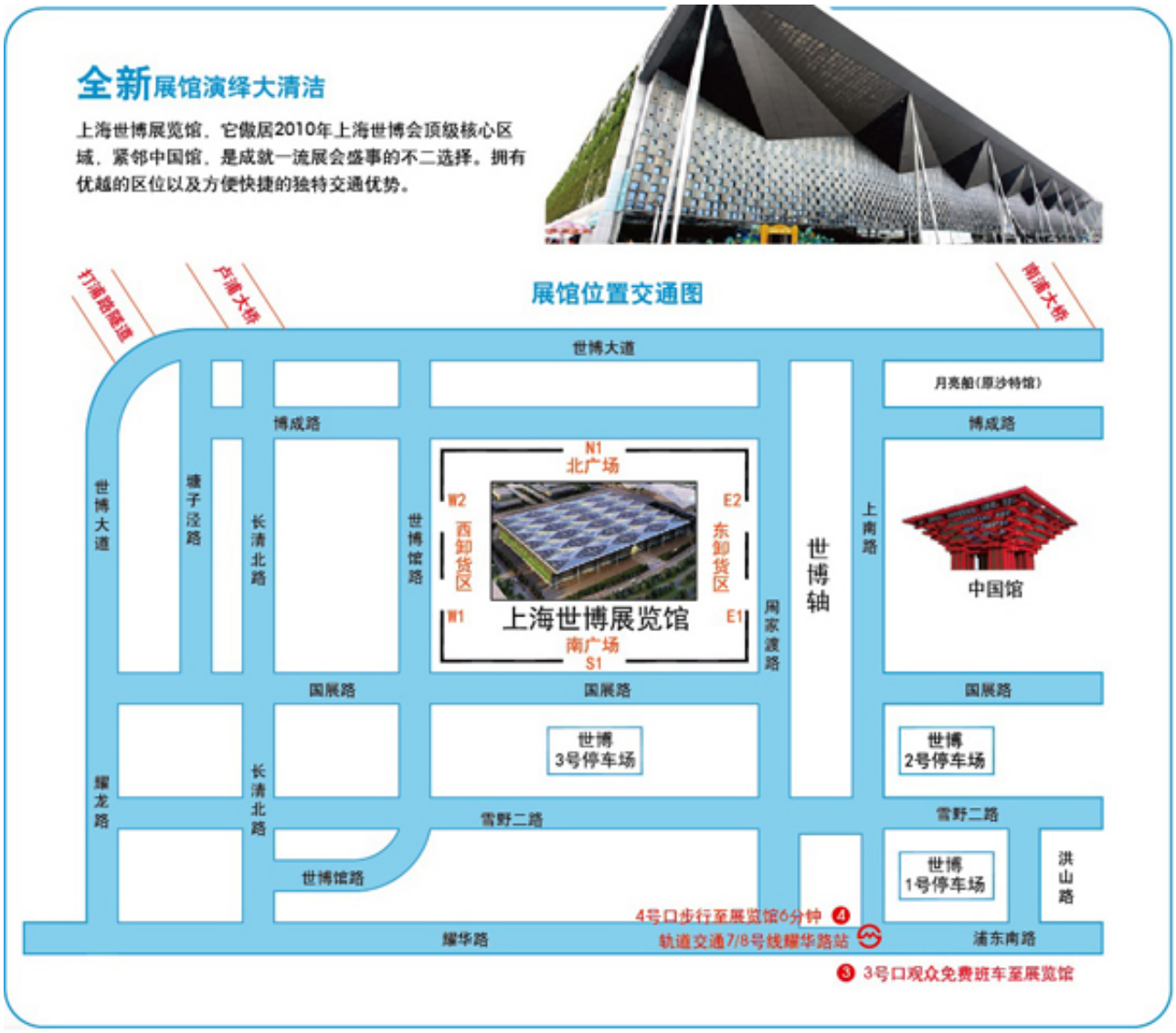
海外方面，CCE继5月走进荷兰后，10月将远赴美国芝加哥，11月现身韩国，密锣紧鼓地进行一系列的海外宣传与招展工作。

在同期举办的新博现场，CCE的参观指示及引导将会全面覆盖。现场到位的宣传、优良配套的服务、地铁班车的导引、印刷电子版的宣传品将引领和鼓励观众来到世博展馆，所有的专业观众都会被妥善引导及安排前往世博展馆。

对展商及观众的期许？

数据显示，中国清洁市场每年预计有25%的增长。在2011年，个人清洁达1.47亿元，年同比增长了26.53%，工业清洁和公共场所清洁也各增长了25%。随着中国清洁市场的高速发展，我们相信专业的清洁行业展商、终端用户以及数量众多的观众，也看到CCE独立出来的必要性和重要性，他们更愿意看到的是一个独立、专业、强大的CCE，而不是一个附属于其他展中没有发展空间的二流展会。

2013年4月1-3日，在上海世博展览馆你会看到一个含金量更高的CCE！



原文地址：http://www.china-nengyuan.com/exhibition/exhibition_news_36889.html