

本周话题: 逛展会 赶潮流,得鲜头,多逛多看当“达人”

主妇“淘金”乐在其中 展会“潜水”意外收获

有道是“近水楼台先得月”,自从家搬到浦东新国际博览中心附近后,看展会逐渐成为我的一个爱好。因为各类专业展出的经常是行业内最前沿的科技、最高端的技术、最时尚的设计和作品,常看展览能拓宽自己的眼界,让自己与时俱进。

装修前逛展取经

2009年,我家房子准备装修前,我特地去建筑装饰及材料博览会“潜水”了一整天。从陶瓷卫浴到五金建材,我一个展馆看下来,得到了不少装修新概念。记得当时我对汉斯格雅一款应用空气注入技术的飞雨花洒情有独钟,寻觅良久,终于在市场上找到了它,如获至宝。此外,现在人气越来越旺的上海车展也是我必看的展会之一,尽管没有足够的银子换

车子,但通过展会将豪车美女一次看个够,也是一件乐事。

据报纸报道,近年来上海每年的展会面积连续以14%的速度增长,展会的数量和规模越来越大。而不少展会在注重专业化、吸引专业买家的同时,开始重视对普通消费者的影响力。譬如车展、日用品展、家具展、电子产品展、动漫展、礼品展、宠物展等与百姓生活密切相关

的一些展会,纷纷将展会最后一天或两天设为“公众开放日”,有的还特地选择在双休日,敞开大门欢迎普通观众。对我而言,展会“淘宝”也乐在其中。

闭展日大笔扫货

听朋友介绍,2年前我抱着试试看的心态去美容博览会“淘宝”,没想到刚进去就被不少参展商的高

调“甩卖”吸引了视线。某品牌的SOS智能还原眼霜和3D立体精密睫毛膏套装卖出20元的价格,还有广场上的现场拍卖……因为是展会的最后一天,很多参展商不想把展品带回家,就当场打折销售了。譬如韩国某品牌的BB霜,五六十元一瓶的售价与在韩国当地购买的价格相差无几,引得不少美眉当场掏钱。下午4时,我提着满满两袋化

妆品心满意足地离开了展览中心:袋里有送给老妈的化妆水、面霜和眼霜,有买给女儿的儿童专用洗发水、沐浴露,还有犒劳自己的护肤品和展商赠送的小样、面膜。此时,展商们也开始陆续撤离。

我现在时不时上网查查近期的展览,然后备足体力和银子,信心满满去“淘宝”。这类展会的最后一天通常是下手购物的好机会。因为到了这一天,展商们纷纷撤离,自己看上的东西大胆砍价,往往能买个好价;如果要买大件商品,则要花点时间多逛几天,然后集中在最后一天出手。有些东西展商明确只展不卖的,那也就无需恋战了。此外,因为展会结束后再找展商就难了,所以“淘”来的宝贝还得仔细挑选,避免看走眼。
贝莲

火眼金睛看展会 鱼龙混杂细分辨

上海作为会展之都,展会之多是一大特色。看展览会也要精挑细选。消费者关心与生活密切相关的展览会,如国际汽车展览、书香中国的书展、五月的红木展览会,都是专业性、权威性很强的展览会,已形成规模,参观人数每年增长。特别是书展,我每次去都要买些书回来。

红木、古董收藏一类的展会很多,首先要对展览会进行甄别,哪些是值得一看的,可以每年都去。有些展览会类似于集市性质,别说理财,你去了有可能让你破财。比如在去年年底展览中心的一场红木展览会上,一个专业制作缅甸酸枝木的参展商问我,你看场内黄花梨手串用什么材料做的?我说“不知道”。他透露,大部分是假的,都是用缅甸酸枝木做的。而且七拼八凑的展览会,搞得像大卖场,领教一次足够。淘古玩摆件一定要有法眼,否则就容易买到假货。这个市场不缺人民币,只缺诚信,让市场来决定鱼龙混杂展览会的命运。

真正的展览会,只展不售。国际知名品牌的展览会,只是推广其品牌的历史文化以及产品性能,要问商品价格,请去各专业门店咨询,展示与销售分开。有的展览会,仅仅接受专业观众参观,展示的目的是寻找代理商,你想成为渠道商或者叫代理商,做品牌终端的推广者,需要资金实力雄厚,需要详细分析品牌的市场空间。有朋友最早做过柯达消耗材料的代理商,在国际音响展览会上洽谈成功某国际音箱品牌的代理,在国际珠宝展会上代理瑞士某品牌的手表,所谓在展览会上寻找商业投资机会。

有的展览会就是展销会,有来自全国各地的土特产,很有特色,展销会做得像集市无可厚非。开门七件事,精打细算的消费者在展销会上买点便宜货,用同样的钱采购到更多的商品,对于“买汰烧”来说是最简单的理财,“买汰烧”对于此类展销会乐此不疲。

比如建筑装潢材料的展览会,市民去参观的目的是有什么新科技、新的材料、新的工艺,接受最新的信息。很多年前,看过国外生活展览会,成品都是包安装的,并且推广很多家用工具,对我的装修启发很大。因此后来我几次装修没有请过专业公司做,而是采用最新的方法,“DIY”成品安装法,用最少的投入取得最经典的装修效果,省了很多钱。
顾伯琪



最佳采购日

辛遥画

观展商机多 把握靠个人

上海作为现代化国际大都市,10多年来花样繁多的展览会从不间断,不仅给人们带来新奇的视觉冲击,丰富了物质文化生活,也为有头脑的人带来了许多商机。我周围就有这样一些人,通过参观展览会,把握住了其中的机会,不仅投资赚了钱,还有人成了大老板,在生意场上做得风生水起。

我单位的3位同事,就是参加了2009年的上海房展会,寻觅到在浙江余杭购买商铺的机会。当时上海的商铺不仅价格高,而且一铺难求,而余杭的那家房产公司销售的商铺不仅便宜,而且承诺了7%保底收益率。结果这三人通过现场考察后,向这家房产商各订了一套商铺,2010年拿到了房。在目前全国投资房产收益普遍不高的情况下,这几间商铺的投资收益率均高于15%,算是相当不错了。余杭到上海,自驾也就一个多小时的路程,商铺管理起来也是比较方便的。

2004年,我的一位朋友通过上海国际橡塑展,结识了德国一家塑料助剂生产商,并最终代理了这家公司的产品。由于这家德国公司的产品在技术上有优势,而且价格也不是高得离谱,加上2004年以后是中国塑料制品产业大发展阶段,我的这位朋友很快就大发其财。现在他的公司已经代理了很多家外国公司产品,销售额也超过亿元了。

我单位还有位旧同事,只有中专学历,不过他自学的日语水平特别高。1996年时,也是在上海参观某个展览会时,他结识了日本一家机器生产大公司,并很快成为了该公司的中国销售总代表。由于这家公司的专业机器很有特色,这些年在销售业绩特别好。现在这位旧同事有了自己的公司,并有了属于自己的专业维修工厂,专门代理和维修这家日本公司在中国地区的机器业务。

上海的展会现在越来越多,内容五花八门。不过,参观展览会,能否真正把握其中的投资商机,关键还在于个人的自身素质和把握机会的能力。
刘岭梅

提前摸底 闭展前淘便宜货

展览会即将闭幕时,参展方忙于撤展,不少参展品碍于储存或返运、入库等麻烦,只要不是特殊展品,都愿意便宜出卖。这时就像碰到菜市场里每天的收摊价,也好比时令商品的落市价,性价比大增。

今年上半年有一个真丝产品的展销会。开展前期,朋友来约我一起去看看。他在一件款式新颖的睡袍前驻足细看,伸手反复触摸柔软光滑的面料,爱不释手。这一切都逃不过推销员的目光:“先生,你的眼光不错,这是我们的新产品,桑蚕丝斜纹织法,出口转内销的。想要的话,价格便宜点,原价1200元,现在900元出售。”说得朋友不免心动,转头向我征询意见。我不便当场回绝,顺势道:“不急,我们再看看。”没走几步,身后还传来推销员的邀约声:“存心要的再过来,价格好商量啊!”我悄悄对朋友说:“货比三家不吃亏。”一圈兜下来看得我们眼花缭乱,相比之下原先一件的质地和式样还是可取的,就是贵了些。我劝朋友,如果不是急需,不妨到闭展时再来讨个便宜。

就在展览会快结束那天,我和朋友又一次来到心仪的展摊前。那件睡袍还挂在那里,原来的推销员不在了,其他参展员正准备收拾展物。我们问他睡袍的价格,他说我们来了,趁撤展900元优惠价出售。我说:“要是900元,我也不会等到今天才来了。再给个实惠价,我们买了。”看我们很诚意,其中一个打电话请示了领导,结果600元就给买下了,要是在其他商场买再打折也买不到这价的。展销会上购物,除非紧俏的物品外,一般先来摸个底,最后来淘个收摊价是再合算不过的。
侯宝良

大开眼界 既长见识又享受

过去印象中的所谓展销会、展示会,总以为是推销“外转内”商品的大杂烩,一次偶遇,改变了我的看法。

十多年前搬进新居时,添置了两只不同规格却是同样风格的木制雕花茶几,另配了玻璃台面。本以为再配块台布很简单,孰料寻觅多时,不是料差色俗不合心意就是规格不齐。抱着“宁缺勿滥”的想法,漂亮的茶几只好一直“赤膊”以待。前些年与妻子逛街,偶尔路过出口商品展销会,就顺便进去看看。我与妻子几乎同时看中了一款素色绣花网眼台布,因为是新品试销,价格比预料的便宜许多,当真“踏破铁鞋无觅处,得来全不费工夫”。

尝到了甜头,我对如今的各种展会刮目相看。事实上,各种展会已成了厂商探索 and 了解市场,进一步开发新品、调整产品结构的重要渠道。作为普通市民,也能从展会中感受到时代跳动的脉搏。有一年,我光顾一个自行车展示会。曾经骑了二十多年自行车,以往只知“永久”“凤凰”的我,虽然早已告别了自行车,但看到这么多品牌和款式,这么多品种和功能的自行车,依然兴奋不已。还有一次应朋友之邀看车展,在如潮的人流中,不乏像我早已过了驾照年龄、无意购车的老人,但大家依然兴致勃勃地参观欣赏,像年轻人一样,为每一辆新款车惊叹。

逛展会,不仅仅是为了买到点什么,即便展示的商品我们暂时并不需要或无力购买,也是值得一看的,至少可以开阔视野。

逛展会,开眼界;长见识,更是享受。
钱红春

下周
话题
定制

拒绝雷同,讲究个性,定制带来不一样的生活。不仅仅局限于服装、家具、装修,定制的范围扩大到了更多领域,例如保单、理财计划、旅游线路等。请说说自己的定制故事。
来稿请发 tangy@wxjt.com.cn,截稿时间为下周三。