

Могучая торговая «триада»:

выставки Гуанчжоу, Шеньчжэня и Гонконга

Сразу три крупнейших международных сувенирных выставки стали центром деловой жизни Южного Китая в последние две недели октября 2015 года. Три соседних города – Гуанчжоу, Шеньчжень и Гонконг – стали ареной для Canton Fair, China International Gifts and Products Fair и Mega Show Gift Premium Fair.



Китайская торговля идет по принципу объединения производителей и продавцов «под одной крышей», когда нормой и основой успешного бизнеса считается непосредственный вход в среду конкурентов. Считается, что чем больше в одном месте соберется продавцов одной отрасли, тем будет лучше для всех без исключения. Здоровая конкуренция никому не вредит, а наоборот, оживляет рынок, делает его мобильным.

Выставки в Китае тоже подчиняются этой логике. Организаторы ориентируются друг на друга, согласовывают время. Это позволяет привлечь огромное количество посетителей: в течение недели у гостей Китая есть возможность попасть на три аналогичных друг другу мероприятия в соседних городах, увеличив эффективность своей поездки. А Шеньчжень, Гуанчжоу и Гонконг находятся в полуторачасовой доступности друг от друга, доехать из одного города в другой не составляет труда.

Итак, осенний парад сувенирных выставок в этом году традиционно возглавила Mega Show Gift Premium Fair, гонконгская выставка, состоящая из двух сессий 20-23 октября и 27-29 октября. Одновременно с первой сессией Mega Show открылась выставка в Шеньчжэне – China International Gifts and Products Fair. А с 23 по 27 октября прошла вторая сессия Canton Fair в Гуанчжоу, в фокусе которой изделия из стекла и керамики, камня и чугуна, мебель, ку-

хонная утварь, предметы декора, садовый инвентарь, косметика и парфюмерия.

Если сравнивать эти выставки, то самая «международная» по количеству иностранных участников – это выставка в Гонконге. Организаторы сообщают, что ежегодно «Мега» посещают экспоненты из более 140 стран мира. В этом году было около 3 700 участников. Все самые современные и свежие идеи можно было обнаружить именно здесь. Подавляющее большинство участников составили международные агентства, европейские и американские бренды. И я, наверное, не ошибусь, если скажу, что именно эта выставка становится своеобразным законодателем мод в области сувенирной индустрии. Идеями веет именно отсюда: технологии, материалы и свежие концепты, все, что будет популярно в течение следующего года и неожиданные, невиданные решения – только тут.

Какое-то время назад «Мега» уместалась в три дня, теперь она проходит в две сессии – выставка с каждым годом набирает обороты. Организаторы ввели четкую систему деления участников по секторам, и в этом году экспозиция была разбита на двенадцать секторов, самыми крупными из которых получились канцелярский сектор, товары для интерьера, а также игры и игрушки.

Всего за час из выставочного центра в Гонконге можно добраться до проходя-

щей в то же время в Шеньчжэне выставки China International Gifts and Home Products Fair. Она ориентирована не столько на сувениры, сколько на поддержку отраслей легкой промышленности Китая. Проходит при государственном субсидировании и поддержке отраслевых ассоциаций. Практически это означает, что любое, даже самое небольшое китайское предприятие может за очень небольшие деньги стать ее участником. Выставка ориентирована в большей степени на внутренний рынок, хотя имеет статус международной. Организаторы анонсировали участников из 10 стран помимо Китая, большинство из них — представители соседних азиатских государств. Всего 3 600 стендов, в основном — малые и средние предприятия близлежащих провинций.

Здесь имеет смысл немного отвлечься от темы и рассказать о некоторых культурных особенностях китайцев, так как европейский опыт пасует перед объективными реалиями Китая. Например, в китайских школах преподают полностью практический курс «Основы торговли». Вот одно из мероприятий: класс (детям по 10 лет) делят на «звездочки» по пять человек, выдают по 100 юаней и на час запускают на канцелярский рынок. Задача – купить то, что можно потом продать. Через час возвращаются в школу, а через несколько дней на параллели проходит ярмарка. Каждое звено получает еще по 100 юаней, дети должны продать свой товар как можно дороже и купить у



других как можно дешевле. Нам может показаться такой подход странным и даже циничным, но это нужные для жизни навыки, которые китайцы получают с самого детства. Умение торговать развито практически у всей нации.

Так вот, для невероятного количества малых семейных производств и кустарных предприятий получить входной билет участника на выставку в Шеньчжэне достаточно просто. Это пример того, как в одном выставочном пространстве могут быть удачно совмещены стенды как мелких производств, так и гигантских фабрик и заводов. Но ни буклеты, ни сайт, ни оформление стенда не скажут неподготовленному посетителю, какое по масштабу предприятие перед ним. Чтобы получить точное представление о поставщике, постарайтесь посетить его производство.

Еще один парадокс Китая – чем крупнее предприятие, тем меньше оно заботится о своем имидже. Например, самая крупная в провинции Гуандун фабрика по производству мягких игрушек попросту не имеет своего сайта и никогда не участвует в выставках. По словам ее представитель, к ним и так запись на полгода вперед, а те, кому надо, и так их найдут.

Совсем другая по характеру организации и составу участников выставка Canton Fair. Это самое глобальное по количеству экспонентов и посетителей мероприятие. 150 тысяч наименований товаров было

представлено здесь в этом году, общая площадь стендов – в пять раз больше, чем в Гонконге. Общее количество посетителей за время всех сессий достигло полумиллиона. Около 20 000 участников, 60% – это торговые компании, многие из которых работают на всемирно известные бренды. Также много непосредственных представителей крупных производств провинции.

На самом деле это скорее глобальная выставка импортно-экспортных товаров Китая. Вторая сессия затрагивает именно сувенирное и канцелярское направление, поэтому традиционно именно она фигурирует в наших отраслевых источниках. Продукция не будет сосредоточена в одном месте, а представлена сегментами на стендах разных фирм.

Кантон интересен в первую очередь крупным игрокам бизнеса, ориентированным на работу с большими объемами, а следовательно, с непосредственными производителями. Если вы точно знаете, что ищете, или вам нужен именно исполнитель, а не компания-генератор свежих идей, то выставка в Гуанчжоу – то, что нужно.

Напоследок, желаю всем приятного и удачного путешествия в Китай для работы на выставках и отдыха. Кстати, следующий сезон не за горами: буквально через три месяца открываются весенние выставочные сессии Юго-Восточной Азии. Имеет смысл подумать о китайской визе!



С наилучшими пожеланиями,
Александр Киракосян
генеральный директор
BRIGHT CONCEPT IMEX LTD
Add: 501, International Trade Center,
Liwan District, Guangzhou, China, 510160
Tel.: +7 (495) 955 90 81*
Бесплатная переадресация звонков в КНР
Tel./Fax: (+86) 020 81003568
Email: info@bright-concept.com
Web: www.bright-concept.com



Three fairs took part in three neighboring cities of South China region during October 2014. These fairs are key events for world-wide and Russian promotional products industry. Trade-shows in Hong Kong, Guangzhou and Shenzhen have different participants, organization and trends, but they are common with unique china trading traditions and possibility of finding business partners among thousands of companies.

