

# GIFTIONERY TAIPEI 2008



Даже глядя на карту, расстояние от Москвы до Тайваня кажется невероятно большим. А если принять во внимание, что прямых рейсов нет, то перелёт можно считать уже путешествием. Добраться из Европы до маленького острова, расположенного между Японией и Филиппинами непросто. Однако, попав туда, понимаешь, что «непросто» может быть вторым названием страны.

Готовясь к поездке, я, например, обнаружил четыре различных написания названия столицы, города Тайпея, каждое из которых претендует на грамматическую норму. Тогда я ещё не предполагал, что на самом острове столкнусь с этим явлением в гораздо более широких масштабах. Названия улиц и городов, написанные латиницей, в разных источниках пишутся всегда по-разному. Даже на одной и той же карте можно отыскать различные написания названий одной и той же улицы. И если на материковом Китае используется одна система – пиньинь – для транслитерации китайских иероглифов, то на Тайване их целых три. Путаницы хватит и на более длительное путешествие: Тайвань называет себя Китайской Республикой (в наши дни уже не так актуально), считая именно своё государство продолжателем китайской государственности, когда же Тайвань – лишь остров, на котором расположено это государство. Живут в нём совсем не тай-

ваньцы, а китайцы. Не признанное большинством стран Тайваньское государство, тем не менее, существует де-факто, и ведёт весьма активную и независимую внешнюю политику, в то время как Китай считает Тайвань одной из своих провинций. Тайвань же, по сути, никогда китайским не был, и сейчас является частью Китая лишь на бумагах, составленных в ООН.

Вне зависимости от политической карты, Тайвань – это одно из азиатских экономических чудес,

достойно занимающее место наряду с Японией, Кореей, Гонконгом, да и самим Китаем, в конечном счёте. Из отсталой, во всех отношениях, не имеющей значительных ресурсов окраины, Тайвань превратился в мощнейшую индустриальную державу, лидируя в мировом масштабе во многих отраслях экономики. Марки тайваньских товаров не такие раскрученные, как японские. Однако, уверен, в каждом доме или офисе найдётся не один предмет электроники, либо произведённый на



Тайване, либо носящий марку тайваньской фирмы. При внешней похожести на экономики соседних государств, Тайвань имеет и свои особенности. С одной стороны, предприятия страны предпочитают как японцы, развивать собственные торговые марки, с другой – поддерживать цены на уровне лишь незначительно выше китайских. Задача непростая, хотя в условиях Тайваня, видимо, другого выхода просто нет. При сравнительно небольшой численности населения (23 миллиона), второй в мире после США средней зарплате (более 36 000 долларов США в год), отлично образованном обществе (граждане Тайваня любят учиться в Америке), Тайвань должен и хочет проводить самостоятельную экономическую политику.

Целью моей поездки в Тайпэй было посещение выставки «Giftionery Taipei», организатором которой является местная TAITRA (Тайваньский Совет по развитию внешней торговли). Выставка проводится в шестьдесят второй раз, привлекая с каждым разом всё больше участников. Президент и генеральный директор TAITRA г-н Yuen-Chuan Чао отметил в своей речи на открытии выставки, что «уже в течение нескольких последних лет в представленных индустриальных товарах присутствует всё больше креативности». На 795 стендах свою продукцию представили 379 экспонентов, что на 50% превышает показатели прошлого года. И это несмотря на то, что одновременно в Гонконге проводилась самая большая в регионе выставка по той же тематике.

Вопрос о том, почему участники выставки «Giftionery Taipei» предпочли эту выставку гонконгской, я задавал всем предпринимателям, с которыми успел познакомиться. Ответ был весьма стандартен, хотя и логичен: наши клиенты приедут к нам сюда, а большое количество посетителей не гарантирует качества контактов. Ну что ж, надо отметить, что выставочные залы не пустовали, в конференц-залах проходили семинары и презентации, и в течение всей выставки на специально оборудованной сцене шли выступления местных музыкальных коллективов, знакомивших зарубежных гостей с культурой страны.

Известно, что театр начинается с вешалки, так и любое тайваньское предприятие начинается с идеи. Поскольку большинство тайваньских фирм нашей отрасли достаточно невелики, генератор идеи обычно присутствует на стенде лично. Так было и в случае с компанией Siva Enterprise Co., Ltd ([www.sivanet.com.tw](http://www.sivanet.com.tw)), которая выпускает изделия для ухода за кожей. Выполненные в виде роз и других цветов губки для ухода за кожей лица не только выглядят эстетично, но и обладают различными полезными свойствами, заменяя собой мыло и крема. Компания запатентовала свои изделия и успешно продвигает их на рынках США и Европы, в том числе, при помощи небезызвестной сети магазинов Body Shop. Но еще больше, чем необычная и красиво оформленная продукция фирмы, поражает личность самого предпринимателя и изобретателя этой продукции Chung-Jen Chang, который кажется, готов говорить о своих изделиях вечно.

Рассказывая о свойствах своих губок, тут же демонстрируя техническую документацию патентов на изделия и презентуя сами изделия, он стремится в рамках короткого интервью раскрыть всю концепцию своей деятельности. Трудно представить себе как эти изделия могли бы быть использованы в нашей отрасли, однако их хочется покупать уже просто потому, что они есть.

Вообще, изобретательность могла бы стать девизом выставки. На всем шоу не нашлось ни одного изделия из разряда «и мы тоже», которыми изобилуют выставки Гонконга и Китая. Все изделия похожи только на самих себя, как например, сумки для ноутбуков, выпускаемые компанией «Vax Barcelona» ([www.vaxbarcelona.com](http://www.vaxbarcelona.com)). Кто только не выпускает таких сумок, однако изделия «Vax Barcelona» отличаются деталями. Те самые, из которых и состоит главное. На одной сумке, например, ремень позволяет носить её как в портретном, так и в ландшафтном измерении. Сумки, в большинстве своём, сделаны из водоотталкивающей ткани (что не является редкостью), но и застёжки-молнии в них тоже особенные, водонепроницаемые. Держать такую сумку в воде не рекомендуется, однако даже сильный дождь (на Тайване, поверьте, в дождях знают толк) она выдерживает. Или вот сумка для ноутбука, предназначенная для мотоциклистов. Изделие, конечно, с оглядкой на местный рынок, ибо в Тайване больше скутеров, чем автомобилей, и кажется, что весь народ передвигается на двух колесах, но, с другой стороны, пол-Европы ездит на работу на велосипедах, и здесь сумка будет также популярна. В ассортименте любой сувенирной фирмы должна быть хотя бы пара моделей сумок для ноутбуков, и сумки «Vax Barcelona» могут украсить любой сувенирный каталог своими инновационными, и в то же время понятными изделиями.





Подобной изобретательностью и духом новаторства обладают и изделия компании «Drytech Corp.» ([www.drybox.com.tw](http://www.drybox.com.tw)). Различной формы приспособления для уничтожения излишней влажности объединяет один принцип: они не требуют электричества для функционирования. Принцип действия изделий так и остался для меня мистикой. Однако самое главное я уловил – сушить промокшую обувь можно даже там, где нет розеток электропитания. Изделия, помимо инновационности и функциональности, обладают оригинальным внешним видом и красивой упаковкой, то есть вполне могут быть использованы как корпоративные подарки, особенно, если креативный персонал придумает интересное обоснование для подарка, осушающего воздух.

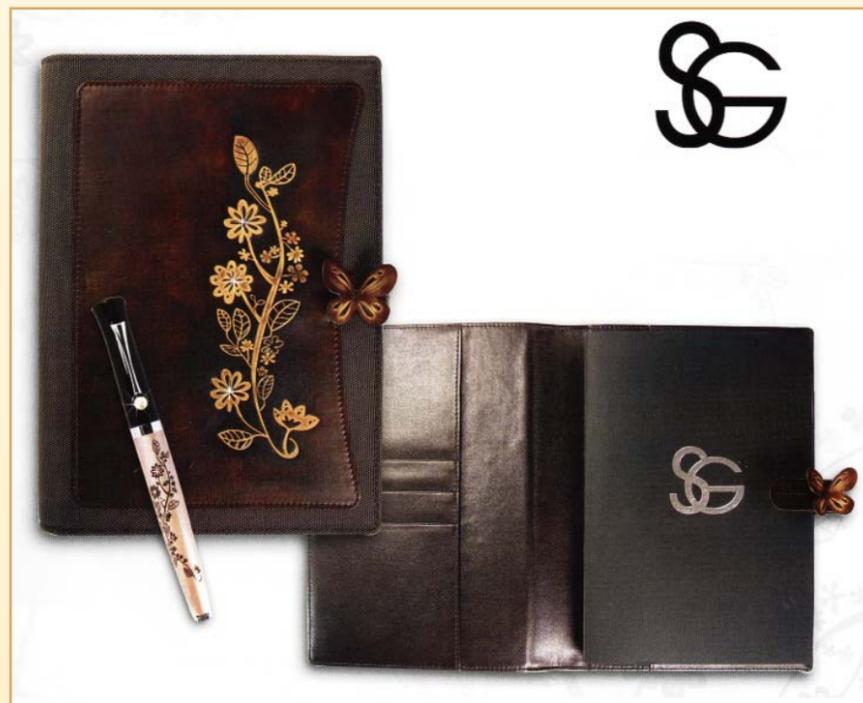
Наверное, самой «русской» коллекцией выставки была продукция компании «Spunky Girls Inc.» ([www.spunkygirls.com](http://www.spunkygirls.com)), сверкавшая кристаллами Swarovski и пахнувшая хорошей кожей. «Наступает эра женских вещей» – таково мнение директора компании доктора Thomas Hsu. «Женщины становятся основной покупательной силой во всем мире, поэтому производители должны учитывать это и сосредоточить внимание на изделиях, которые будут нравиться именно им». Компания плотно сотрудничает с производителем кристаллов из Австрии, поэтому они присутствуют в каждом изделии, будь то кошелек или записная книжка в кожаной обложке, или же шариковая ручка. Оригинальной деталью шариковой ручки является жемчужина, завершающая клипсу. Жемчуг не настоящий, а тоже является изделием Swarovski. Дело не в экономии, по словам доктора Hsu, а просто в том, что природный материал невозможно подобрать строго необхо-

димого диаметра. Жемчужина не просто укреплена на краю клипсы, но и вращается вокруг своей оси. Изделия обильно украшены кристаллами, не просто утопленными в металл, но посаженными в короны для сохранения максимального блеска, от чего ручки выглядят оригинально и привлекают к себе внимание. Изделия компании «Spunky Girls Inc.» могут украсить любую коллекцию vip-сувениров.

К чести организаторов нужно сказать, что я не заметил ничего, что могло

бы вызвать хоть какие-то нарекания. Доставка к выставочным павильонам из гостиниц организована, хотя и такси на Тайване до смешного дешёвое. Люди на стендах говорят по-английски свободно, что делает контакты приятными, помимо полезности. В ресторанах выставочного комплекса обслуживают быстро и вежливо (не то, что в московском Крокусе), ну а про качество еды можно быть многих мнений. Любители острой и пряной пищи будут в восторге от предлагаемых блюд, «язвенников и трезвенников» она не порадует. Еще я отметил, как много молодых людей работает на стендах выставки, как и вообще в местах, где удалось побывать. Тем не менее, они, в основном, оставляли впечатление профессиональных, знающих свое дело людей, готовых помочь вам в любой ситуации. Чего я не увидел, а вернее сказать, не услышал на выставке, так это русской речи. И не то, чтобы пытливые российские предприниматели не ездили так далеко за новинками для своих коллекций, ибо толпы их бродят по выставкам Гонконга и Китая, находящихся рядом, а просто не знают они, наверное, что есть такая выставка «Giftnery Taipei». А жаль! Здесь можно в спокойной обстановке установить важные и интересные контакты и заказать красивую и профессионально сделанную продукцию с надписями: «Made in Taiwan» и «Design in Taiwan».

Лео Костылев



**ENG** Taiwan is one of marvelous Asian economic miracles on a par with Japan, Korea, Hong Kong and China. And Taiwan is also the birthplace of "Giftnery Taipei" exhibition which was organized this year by TAITRA (Taiwan Council for the Development of Foreign Trade) for the 62nd time. The motto of the exhibition should be "the ingenuity and innovations" and in this article Leo Kostylev shares his impressions after visiting this brilliant event in the industry of business gifts and premiums.

IV специализированная выставка-ярмарка  
индустрии рекламных сувениров и бизнес-подарков

**4-7 марта 2009 г. Сочи, ГК «Жемчужина»**

**ЦВЕТЫ  
ПОДАРКИ  
СУВЕНИРЫ**

**ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ:**  
Флористика. Цветы. Семена. Саженцы. Удобрения. Средства борьбы с вредителями. Садовое оборудование. Мебель для сада. Сувенирная и представительская продукция. Подарки. Полиграфия и дизайн. Призы и награды. Разработка бренда и концепция продвижения. Разработка и проведение полномасштабной рекламной кампании. Наружная реклама. Материалы для рекламы. Оборудование для производства сувенирной продукции. Подарочная упаковка. Изделия народных промыслов. Ювелирные изделия. Часы. Малая пластика. Бриллианты, цветные драгоценные и полудрагоценные камни. Жемчуг и изделия с жемчугом. Бижутерия

Часы работы: с 10.00 до 18.00

**ЗАО «СОУД - Сочинские выставки»**  
Тел./факс: (8622) 62-26-93, 62-30-15.  
E-mail: soud@sochi.ru, oksana@soud.ru, www.soud.ru

Министерство экономического развития РФ  
Торгово-промышленная палата РФ  
Карельская ассоциация поддержки малого и среднего бизнеса  
Официальный партнер  
**КАРЕЛИЯКРЕДИТ**

генеральный спонсор  
**ВТБ24**

**Взлет Вашего Бизнеса**

**26-27 ноября 2008 г.**

конференция-выставка  
**Малый бизнес  
Республики Карелия.  
Реклама и PR**

Вы узнаете:

- формы государственной поддержки малого и среднего бизнеса
- Все о финансировании и кредитовании малого бизнеса
- Что такое инновации в малом бизнесе
- PR – технологии для предприятий малого бизнеса

В рамках выставки проводятся мастер-классы ведущих специалистов г. Москвы:

- Бизнес-мастерская «Делай Брэнд»
- Выставка на службе продаж
- Реклама и маркетинг с МАУМ Бюджетом
- Мобильный маркетинг

Национальный театр Республики Карелия, пр. Карла Маркса, 19

Справки по тел: 8142-76-83-00, 76-87-96

**-выставочные аксессуары  
(буклетницы, столы-ресепшн,  
промостойки, и т.д.)**

**-стенды «эконом-класса»  
(конструкции Roll-up и X-banner)**

**-стенды «бизнес-класса»  
(конструкции Pop-up и Fold-up)**

**ECOLAB**

**компания „Art Stand“**  
Проектирование и строительство выставочного  
стенда по индивидуальным проектам  
Продажа и аренда мобильных выставочных  
стендов и выставочного оборудования:

**Гарантия качества  
скидки рекламным агентствам  
приглашаем к сотрудничеству дилеров**

тел./факс: 626-28-50  
e-mail: info@artstand.ru  
http://www.artstand.ru