



ex oriente lux

IN GIFTS WE TRUST

А двадцать седьмого апреля в двадцать четвёртый раз открылась выставка «Gifts and Premiums» в Гонконге. Выставка, которая традиционно проводится в последние дни апреля, смогла собрать рекордное



даже для своей истории количество участников. Несмотря на негативные тенденции в мировой экономике, на ней работали 3974 стенда компаний, собравшихся из 38 стран мира. «Гонконг известен как один из мировых центров закупки в подарочной отрасли» – отметил в своей речи на открытии выставки заместитель генерального директора компании-организатора шоу, Совета по развитию торговли Гонконга (HKTDС), Raymond Yip. Поэтому неудивительно, что «Gifts and Premiums» стала самой большой в мире выставкой этой отрасли. Помимо стендов отдельных участников, на выставке практикуются павильоны стран и организаций. На этот раз в таких отдельных павильонах представляли свою продукцию компании из Австралии, Великобритании, Германии, Индии, Индонезии, Италии, Китая, Кореи, Макао, Малайзии, Сингапура, Тайваня, Таиланда, Филиппин, а также Ассоциации экспортёров Гонконга. Впервые за время проведения выставки на ней был представлен павильон Турции. Организаторы выставки заботятся не только о том, чтобы экспонентам было комфортно работать на выставке, но и стараются организовать достаточную посещаемость. Желающих посетить это шоу и так довольно много, учитывая предварительную работу Совета, как, например, предварительную регистрацию всех прошлогодних посетителей с рассылкой им бейджей, рекламные кампании в странах, откуда традиционно прибывает наибольшее количество посетителей, персональные приглашения по электронной почте. Вдобавок к этому местные филиалы Совета в странах, где они функционируют, организуют специальные группы посетителей выставки. В этом году таким образом было создано 95 групп из 72 стран, собравших более семи тысяч посетителей. Одной из них была и группа российских бизнесменов, которых торжественно приветствовали на церемонии открытия выставки.

Гонконг уже давно не является экзотикой для российских импортёров. Один из участников российской делегации, генеральный директор компании «Sova Time» Дмитрий Наумов, посещает выставку уже в четырнадцатый раз. «Бываю в год раз шесть-семь в Гонконге. Посещаю выставки, где представлена продукция, которой я торгую». На этой выставке, как и на предыдущих, Дмитрий нашёл пару-тройку интересных новинок. «Что конкретно, не скажу, но с каждой выставки, как и с этой, увожу несколько интересных изделий». Конечно, выставка представляет интерес для любого импортёра. Гонконг неспроста является местом проведения самых больших и самых посещаемых выставок в мировом масштабе. Он расположен в центре

сравнительно небольшой части суши, где в радиусе пятичасового перелёта проживает более половины населения планеты и производится более двух третей мировой продукции. Немаловажным фактором для импортёров является и то, что за годы интенсивного развития региона, компаниями Гонконга накоплен огромный опыт работы на международных рынках. «Экспортёры Гонконга чувствительны к изменениям в потребностях рынка, им понятны основные запросы: качество, быстрая реакция на запросы, эффективность и коммерческая надёжность» – подчеркнул в своей речи Raymond Yip.

Экспоненты выставки ехали в Гонконг с волнением в этот раз. Экономическая ситуация в мире не очень способствует выставочной активности. Владелец одной итальянской компании, узнав, что я тоже еду, поделился со мной слухами: «Говорят, что посетителей не будет. Выставка будет пустой!» И первый день выставки в некоторой степени лишь усилил волнения участников. Посетителей было действительно меньше, чем в предыдущие годы. «Говорят, что их меньше на тридцать процентов, но я целый день стою без дела! Посетителей не более половины от прошлогоднего количества, посмотри, проходы видно насквозь» – волновался мой приятель из швейцарской компании «Prodir» Кнуд Нёрдинг. Однако после не очень многолюдного первого дня всё наладилось, и все участники выставки остались довольны, в том числе, и количеством посетителей. Надо отметить, что понятие «нет посетителей» в Гонконге весьма отличается от того, что можно видеть в Европе или России. Своего итальянского поставщика, который ехал на выставку впервые, я успокаивал именно этим: «Если даже народа не будет, это всё равно в несколько раз больше, чем посетителей на любой европейской выставке».



Конечно, совсем обойти вопросы экономического кризиса не удалось и участникам этого шоу. В речах на церемонии открытия звучали факты и цифры, свидетельствующие о том, что и здесь о нём думают и ищут пути минимизации потерь. Было отмечено, что обороты Гонконга с традиционными рынками сбыта в первые два месяца года упали. Общий объём продаж отрасли за этот период сократился на 21,1%, хотя и позитивные примеры есть. Например, продажи в Корею и Макао выросли более чем на 7%. Из близких нам рынков лучше всех чувствует себя Польша, которая увеличила закупки на 4,7%. Отмечалось также, что нынешний кризис заставил Китай пересмотреть свои экономические приоритеты. Если в течение последних тридцати лет китайская промышленность была ориентирована строго на экспорт, то сейчас политическое руководство страны поставило задачу активизировать покупательную способность внутри рынка страны. «Растущее благосостояние граждан Китая меняет

их потребительские привычки» – заметил в своей речи Raymond Yip, – «На материке стали делать больше подарков и в то же время стараются искать альтернативу традиционным изделиям» (более подробно о новой политике Китая можно прочитать в статье, посвященной именно этой теме в данном номере журнала).



В этом году выставка была во многом нетривиальной. Во-первых, «Gifts and Premiums» совсем недавно стала самой большой в мире. Во-вторых, непосредственно перед выставкой открылись дополнительные выставочные площади, строившиеся два года. Выставка стала более удобной для посетителей, да и экспонентам новое пространство добавило, я думаю, комфорта. Ещё два года назад, вследствие нехватки площадей, часть стендов располагалась в кабинетах на этажах Центра выставок и конвенций. Посетителю приходилось проходить значительные расстояния в поисках необходимых стендов и товаров. Кроме того, во время строительства все участники выставок испытывали некоторые неудобства и от самого этого строительства. Теперь же залы стали просторнее, маленькие кабинеты больше не используются, хотя разместить всех участников даже в этих помещениях оказывается невозможным. Все коридоры, аналогично предыдущим годам, заставлены стендами, так же, как и этаж подземной парковки. Наконец, самым интерес-



ным для российского читателя, конечно, будет тот факт, что впервые на этой выставке был представлен стенд российской компании. Российские девушки сказали, что попали на выставку «полуслучайно», однако ни по их стенду, ни по тому, как они выглядели сами, этого никак сказать было нельзя. Обе работницы стенда, сама хозяйка компании Ирина Варшавская и её помощница, были одеты в великолепно сшитые русские народные костюмы с кокошниками на головах. Во время церемонии открытия и вечернего коктейля к россиянкам стояли очереди из желающих сфотографироваться с ними. Популярность их костюмов казалась абсолютно очевидной, но когда я заговорил об этом, Ирина заметила, что в самом выставочном павильоне на их костюмы мало обращают внимания, особенно местные посетители. Костюм, по отзывам, настолько похож на китайские национальные одежды, и даже кокошники, которые на европейском континенте считаются чисто русскими

женскими головными уборами, китайцы принимают за свадебный убор невесты.

Частное предприятие Ирины Варшавской занимается производством и продажей изделий народных промыслов. «Ложки-матрешки», к которым мы привыкли уже относиться свысока, на самом деле оказались весьма популярной новинкой выставки, и как мне поведали сами стендистки, они даже не ожидали, что контактов будет так много. Вообще, слушая, как Ирина Анатольевна рассказывает о каждом предмете, выставленном на её стенде, понимаешь, насколько поверхностны наши знания об изделиях народного творчества. Даже матрешки, которыми полны все лавочки, магазины и лотки, торгующие сувенирами в России, предстают совсем в другом свете, когда узнаешь ближе технологию их создания, понимаешь разницу в технике их росписи, цветах и даже стилях одежды. В общем, если говорить о самом сильном впечатлении, увезённом мною с этой выставки, им, безусловно, будет именно знакомство с Ириной Анатольевной Варшавской и её творческим бизнесом. Причём поражала она меня ежедневно в течение всего шоу: сначала тем, что отважилась приехать в Гонконг и расхаживала по залам Центра выставок и конвенций в русском народном костюме, после – тем, что привезла с собой, в буквальном смысле слова в багаже, большую коллекцию изделий, которые вроде бы не должны пользоваться спросом за пределами России, и, в конце концов, своим рассказом об этих изделиях, об истории и технологиях их изготовления. Она потрясла меня своими профессиональными знаниями настолько, что я в корне пересмотрел своё отношение к предмету её страсти и бизнеса. Во мне возникло законное уважение к этим предметам, которые ещё пару месяцев назад казались мне ширпотребом. Прошлой осенью на Тайване я брал интервью у представителя Национального музея искусств, и она, рассказывая об изделиях, которые предлагаются посетителям музея в качестве сувениров, отметила, что к каждому из них прилагается брошюра, в которой на нескольких языках описана история создания и значение купленного предмета. «Без этой брошюры в ваших руках окажется просто вещь, произведенная на Тайване (а ещё чаще в Китае), текст же поможет приблизиться к культуре народа, создавшего именно этот предмет». Побывав на стенде ИП Варшавской, я думаю, что и к российским изделиям народных промыслов необходимо прилагать такие брошюры, где будет рассказано, откуда это изделие родом, почему оно расписано именно этими цветами или орнаментами, когда и кто был первым изготовителем таких изделий. Поверьте, это поможет не только больше продавать этих изделий, но и, может быть, поможет туристам из далёких стран лучше понять Россию и русских. Да и русским неплохо бы обладать большими знаниями собственной культуры!

Очень хотелось бы рассказать и о других участниках выставки «Gifts and Premiums», однако, формат этой статьи позволяет выделить лишь главные события. А рассказывать, поверьте, есть о чём!



ex oriente lux



ex oriente lux



Почти четыре тысячи экспонентов, и на большинстве стендов есть что-то, о чём непременно хотелось бы упомянуть. Но, как говорится: «Лучше один раз увидеть ...». И действительно. Выставка достойна того, чтобы посетить её. А посетив её один раз, не вернуться опять будет уже невозможно! Если же далёкое и недешёвое путешествие всё ещё оставляет какие-либо сомнения, частичку этого шоу можно будет увидеть в сентябре в Варшаве, где с 21 до 23 числа в выставочном центре «EXPO XXI» пройдёт выставка «Life Style». Организатором этого мероприятия выступит всё тот же Совет по развитию торговли Гонконга, а привезут они в Европу около двухсот компаний из Гонконга и китайской провинции Гуандонг (Кантон). О серьёзности отношения к этой выставке говорит тот факт, что заместитель генерального директора Департамента международной торговли и экономической кооперации провинции Zhu Ze Nan в беседе со мной заметил: «Самым сложным в организации этой выставки было выбрать из всех пришедших в наш офис заявок на участие те компании, которые бы наилучшим образом смогли представить китайскую индустрию, как с точки зрения качества продукции, дизайна и материалов изготов-

ления, так и с точки зрения организации производства, эффективности и его экологической безопасности».

До скорой встречи на следующих выставках!

Лео Костылев



ENG On the 27th of April 2009 the 24th "Gifts and Premiums Fair" in Hong Kong started. Nowadays Hong Kong trade shows aren't exotic events for Russian businessmen. But every fair has grate opportunity to surprise visitors by goods and services, and this fair wasn't exceptional. It became larger and more comfortable. And it was the first fair where Russian company had its own stand. And it is obvious that next trade shows will be greater and more exiting. See you there!

