

# 香港电子展展览会|电子展代理|贸发局电子展

产品名称	香港电子展展览会 电子展代理 贸发局电子展
公司名称	深圳斯沃琪国际展览有限公司
价格	.00/平方米
规格参数	地点:香港湾仔区 展馆:香港会议展览中心 举办方:香港贸发局
公司地址	深圳市龙华区东环一路1号青创园·东环汇A座718室
联系电话	18811888195 18811888196

## 产品详情

贸发局电子展专业展品分区，为专业买家和参展企业之间搭建最直接的贸易机会香港电子展展览会|电子展代理|贸发局电子展

【展会名称】香港贸发局香港春季电子产品展览

【展会时间】2019年4月13-16日（4天）

【展会地点】香港会议展览中心

全球展会代理

联系人：yoki（许小姐）微信：Seric-E

电话：0755-8314 8314-8011

传真：0755-8324 8324

网址：www.SWQ-Expo.com 地址：深圳市龙华新区民治民康路秋瑞大厦七楼715室

展会概况

由香港贸易发展局(香港贸发局)主办的2018第15届香港春季电子产品展，以及同期举行的第15届国际资讯科技博览取得圆满成功，两展共吸引超过98,000名来自151个国家及地区的买家进场参观采购，较上一年提升4%，多个市场的买家数字录得理想升幅，包括成熟市场的英国、美国、德国、法国、意大利、日本、韩国、新加坡、台湾，以及新兴市场的印度、马来西亚、菲律宾、俄罗斯等。当中香港春季电子产品展录得约66,000名买家到访，而参观国际资讯科技博览ICT的买家则有超过32,000名。

香港贸发局副局长周启良表示：「科技发展一日千里，从各行各业、到日常生活以至整个社会发展日趋智能化，推动全球经济发展。春电展和国际资讯科技博览吸引全球各地买家前来参观采购，了解最新市场趋势和产品潮流，两项展览的现场采购及交流气氛良好。香港贸发局亦致力提升展会效益，积极组织海外买家团访港，并提供商贸配对、初创投资项目对接会等服务，协助参展商开拓不同市场，争取更多生意。调研显示近六成受访者指中美贸易磨擦对业界无影响

大会委托独立调查机构在展会期间访问了872位参展商及买家，了解他们对市场前景及产品趋势的看法。纵然近期中美贸易关系紧张，但有59%的受访买家及参展商认为中美贸易磨擦对其业务界别的出口表现并无影响。绝大部分的受访买家及参展商预期2018年的整体销售额较去年有所增长(52%)或持平(44%)。受访业界认为在其主要销售市场当中，较具增长前景的传统市场是韩国(90%)，其次是西欧(80%)和北美洲(78%)；新兴市场则为中国内地(77%)、拉丁美洲(70%)和东盟国家(70%)。

## 产品趋势

现场调查发现，受访买家及参展商认为在其销售或出口市场中，今年最具增长潜力的产品为电子/电器配件(27%)、数码影像产品(13%)，以及视听产品(12%)。

调查亦问到有关香港发展创新科技的前景及优势，67%的受访买家及参展商看好香港发展创新科技的前景。香港特区政府在今年2月公布的《财政预算案》提到，要在创科路上突围而出，香港需要聚焦具有优势的四大范畴，即生物科技、人工智能、智慧城市和金融科技，而在是次调查显示，受访者认为这四大范畴中，香港在金融科技(48%)最具优势；受访者同时认为拥有大量专才/人才(50%)、政府有良好的政策支持(36%)和有利的营商环境(34%)是香港发展创新科技所具备的优势。

## 聚焦智慧城市 专区展示崭新方案

一连四天(4月13至16日)的香港春季电子产品展和国际资讯科技博览ICT，汇聚来自25个国家及地区、超过3,500家参展商，展示最新电子产品、创新技术及资讯科技方案。

全球各地均向智慧城市方向发展，香港亦不例外，期望利用创新科技来提升城市管理成效和改善生活素质，增强香港的可持续性及其经济发展。国际资讯科技博览今年以「智慧城市：引领未来方向」为主题，新增「智慧城市」专区，聚焦智慧出行及物流、智慧生活及智能控制系统等方案。

首次参加国际资讯科技博览的日本电气香港有限公司(NEC Hong Kong Ltd)，在「智慧城市」专区展示其智慧生活和智慧城市解决方案，包括社交机器人「HUMANE」及面部识别技术。该公司的智慧城市解决方案业务总监戴毅辉透露：「展览开幕后不久，我们便结识了来自阿根廷的电器制造商，并商讨把NEC的技术注入他们的电器产品，达至智慧生活应用。」他指出，国际资讯科技博览汇聚不同的参展商，无论是系统整合商或是初创企业均参与其中，展会气氛热烈，是业界交流意念和促进业务发展的绝佳地方。

推动智慧城市是各地政府的发展方向，香港贸发局邀请到不同地区的政府机构来参观博览。当中来自泰国的Digital Economy Promotion Agency是促进当地数码经济的政府代理机构，负责监督当地的智慧城市倡议。该机构的数码投资及产业推广部副总裁Norasit Yorkhan表示，展览的「智慧城市」和「初创」专区提供各种创新意念，例如思科(Cisco)和微软(Microsoft)所展示的解决方案及技术，他从展览中掌握到许多推动未来经济发展的资讯。

## 初创成功落实订单 展览助提升知名度

另外，创业气氛越来越浓厚，大会今年再度于春电展和国际资讯科技博览设立「初创」专区，集合110家来自各地的初创企业，让创业者展示创新意念，在这国际性展览中主动出击，直接连系投资者、买家及生产商，建立人际网络。香港贸发局更联同多间初创扶持机构举办一系列初创专题活动，包括介绍会、分享会、企业啓导、项目提案、传媒演示日及投资项目对接会等。

飞奇研究室有限公司(Groking Lab)首次于「初创」专区设立展位，公司研发的Ozmo智能水杯及应用程式(App)能计算和记录用家的水及咖啡饮用量。该公司行政总裁鲍思颖透露在展会与Amazon Europe的代表会面，Amazon Europe将在欧洲市场推出Ozmo产品；公司亦在展会与来自澳洲、加拿大和新西兰的潜在分销商洽谈合作。公司同时参与大会举办的传媒演示日，并夺得奖项，鲍思颖表示此活动为公司提供一个很好的宣传机会，助他们争取曝光。

## ——热门展会项目

香港春灯展HKTDC (2019年4/6—9日)

香港礼品展HKTDC (2019年4/27—30日)

香港春季电子展HKTDC (2019年4/13—16日)

香港秋季电子展HKTDC (2019年10/13—16日)

德国慕尼黑国际电子元器件博览会 (2020年11/10—13日)

美国拉斯维加斯消费电子展CES (2020年1/7—10日)

西班牙巴塞罗那移动通讯展MWC (2019年2/25—2/28日)

慕尼黑(印度)国际电子元器件展 (2019年9/25—27日)

## 企业参展要先看几要素

1. 展会性质。每个展览会都有不同的性质，从展览目的可分为形象展和商业展；从行业设置可分为行业展和综合展；按观众构成可分为公众展与专业展；按贸易方式可分为零售展与订货展；以展出者划分，又有综合展、贸易展、消费展....凡此种种，不一而足。在发达国家，不同性质的展览会界限分明。但是在发展中国家，由于受到经济环境和展览业水平的限制，往往难有准确的划分。参展商应结合自身需要，谨慎选择。

2. 知名度。现代展览业发展到今天，每个行业的展览都形成了自己的“龙头老大”，成为买家不可不去的地方，如芝加哥工具展、米兰时装展、汉诺威工业博览会、广州全国出口商品交易会等。通常来讲，展览会的知名度越高，吸引的参展商和买家就越多，成交的可能性也越大。如果参加的是一个新的展览会，则要看主办者是谁，在行业中的号召力如何。名气大的展览会往往收费较高，为节省费用，可与人合租展位，即使如此，效果也会好于参加那些不知名的小展览会。

3. 展览内容。现代展览业的一大特点是日趋专业化，同一主题的展览会可细分为许多小的专业展。例如，同样是有关啤酒的展览会，其具体的展出内容可能是麦芽和啤酒花，可能是酿造工艺，可能是生产设备，可能是包装材料工技术，也可能是一场品牌大战。参展商事先一定要了解清楚，以免“误入歧途”。

4. 时间。任何产品都具有自己的生命周期，即新生、发育、成熟、饱和、衰退五个阶段。展出效率与产品周期之间有一定的规律，对于普通产品而言，在新生和发育阶段，展会有事半功倍的效果；在成熟和饱和阶段，展出的效果可能事倍功半；到了衰退阶段，展出往往会劳而无功。

5. 地点。参加展览会的最终目的是为了向该地区推销产品，所以一定要研究展览会的主办地及周边辐射地区是否是自己的目标市场，是否有潜在买力，必要时可先进行一番市场调查。曾经有一个生产拖鞋的厂家，想当然地认为非洲天气热则非洲人一定会购买其产品。到了那边才发现，非洲天气热不假，但那里一些地区的老百姓平时根本就不穿鞋。

