



关注观众信息，获取更多价值.....

# 第五届中国国际金属成形展览会及会议

## 第十一届中国国际锻造展览会及会议

### 观众信息分析报告

中国国际展览中心

2009年11月17-19日

北京昆仑亿发科技发展有限公司  
EastFair Technology Co.,Ltd.

文档编号: Eastfair091113

文档编写者: 昆仑亿发信息部

文档日期: 2009-11-25

#### 版权说明:

本文档所包含的展会相关信息是受本次展览会主办商保护和保密的，而文档构成思想、结构和编制方法属于 EastFair 所有。EastFair 将本文档提交与贵公司，只是为了更全面和真实地反应有关信息，并只供有关人员使用。

在未事先得到 EastFair 书面同意之前，本文档和 EastFair 相关的部分内容不得提供给和本次展览会无关的第三方。

## 目 录

报告概念说明 .....	3
一、展商情况 .....	6
二、总体观众情况 .....	6
每天观众到达情况统计: .....	6
观众信息的质量指标: .....	7
三、观众来源分析 .....	8
观众类别分析: .....	9
海外观众来源情况分析: .....	14
四、观众职位、部门数据统计 .....	15
观众职务、部门规范化处理统计: .....	15
按照观众部门分类统计: .....	16
按照观众职位分类统计: .....	16
五、国内观众登记表统计分析 .....	17
调查问题 1、所属行业: .....	17
调查问题 2、企业类别: .....	18
调查问题 3、产品类别: .....	19
调查问题 4、观展目的: .....	20
调查问题 5、贵公司的年采购金额是: .....	20
调查问题 6、企业类型: .....	21
调查问题 7、公司从何途径了解到本次展会: .....	22
六、现场门禁流量统计图 .....	22
第一日 .....	23
第二日 .....	24
第三日 .....	25

## 报告概念说明

**EastFair** 根据用户所在地区将其分为：华北、华东、华南、西南、西北、东北、华中

华北：北京、天津、河北、山西、内蒙古

华东：上海、浙江、江苏、安徽、山东、福建、江西

华南：广东、广西、海南

西南：四川、重庆、云南、贵州、西藏

西北：陕西、甘肃、宁夏、青海、新疆

东北：吉林、辽宁、黑龙江

华中：湖南、湖北、河南

**EastFair** 将观众到达情况分为：参观总人数、新到人数、新到比例

参观总人数：指当日参观展会的观众的总人数

新到人数：指当日在观众登记处登记的人数（不包含前几天来过的观众）

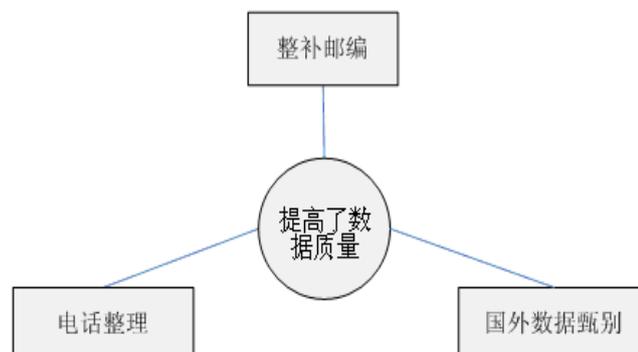
新到比例：指新到人数占参观总人数的比例

观众信息整理：整补邮编、电话整理、国外观众甄别

整补邮编：对于没有填写邮编的观众，系统根据电话和地址来自动添加邮编

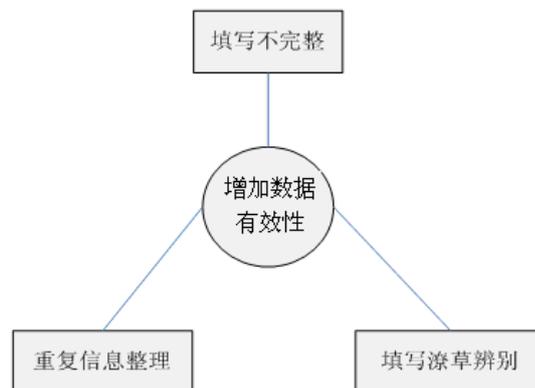
电话整理：将观众填写的电话信息进行统一的整理，规范成统一的标准格式

国外观众甄别：根据电话和地址信息对国外观众进行区分。



无效数据：重复信息、信息填写不完整、字迹潦草

重复信息：一个人的名片多次办理，造成的重复信息  
 信息填写不完整：填写的信息不足以能够联系到此人  
 字迹潦草：填写不清楚，字迹潦草无法辨认的信息。



EastFair 对展览会观众职位信息进行规范化处理和统计

将职位规范为：决策者、部门管理、专业员工

部门规范为：管理、销售、采购、技术、服务

报告数据的分析主要通过现场收集的信息及展前预登记的观众，也包含主办单位提供的信息来综合分析得到的。

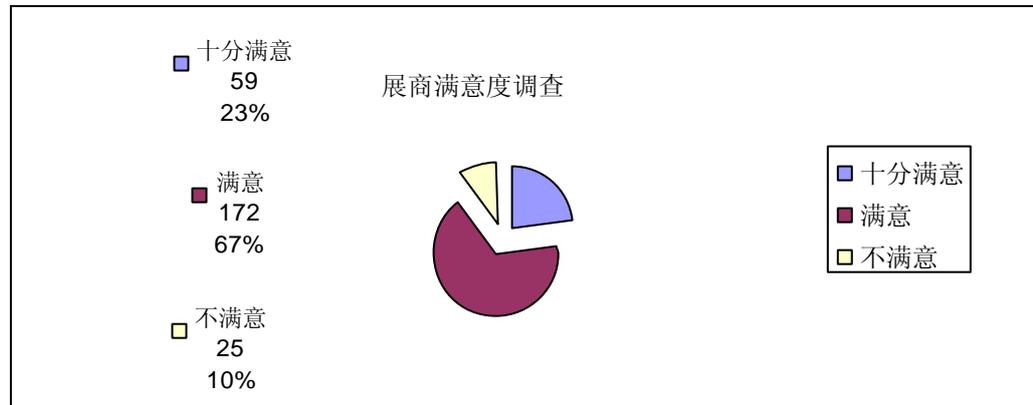
## 一、参展商情况

本次展会共有 292 家国内外展商参展，展出面积 12000 多平米。展商来源地区按照多少依次为：中国、日本、德国、美国、法国、意大利、韩国、和罗马尼亚，其中有合资和国外背景的参展商为 101 家，占全部展商 39.45%，展品的水准和国际化程度继续延续了很高的水平。设备领域的舒勒、SMS MEER、LASCO、金丰、金方圆、徐锻、辛北尔坎普、俄罗斯重机、电产京利、理研、拓诚、欧泰、埃斯顿、合锻、米斯克、启力、哈特贝尔、兰石重工、威普克潘克、隔尔固、荣城金辰、益友、榎本、风腾机械、德矩、安阳锻压、美国减震等，联合零部件里的瓦轴、太阳锻造、南昌齿轮、东风锻造、一汽巴特勒、太平洋精锻、久丰、大江信达、西南铝业、辽宁五一八、二重万航、保捷、等龙头企业为同行和下游用户展示各自领域里的最高水平的展品和服务，起到了引领行业的作用。

本次回收有效展商调查 256 份，对展会效果的满意程度为如下数据：

1、对本次展览会的满意度：

十分满意		满意		不满意	
59	23%	172	67%	25	10%

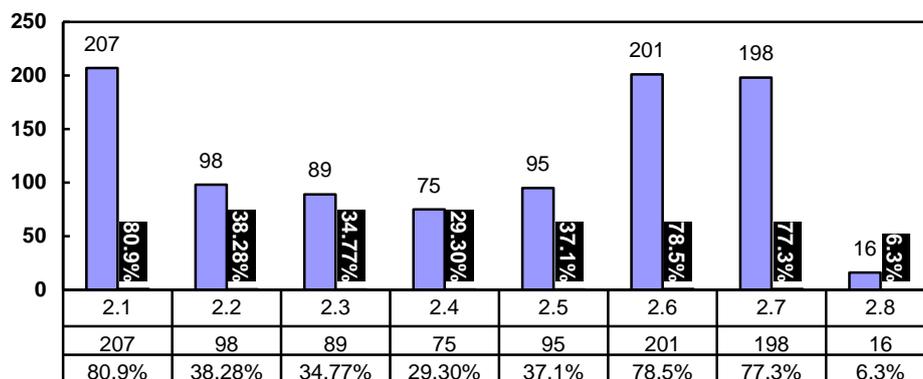


调查的展商整体满意度为 90%，设备厂商的满意度高于零部件展商，整体不满意的 比例达 10%，问题集中在潜在客户的数量和成交量上。此外，我们在服务流程、服务质量 方面还会进一步加强，让展商参展更加通畅。

## 2、展商参展目的：

2.1 展示新产品和销售产品；	207
2.2 与同行业作比较；	98
2.3 寻找经销商；	89
2.4 为下半年开发新产品；	75
2.5 与同行进行交流；	95
2.6 展示企业形象；	201
2.7 了解有关市场的总体情况；	198
2.8 其他	16

展商参展目的调查



从上述数据可以看出，销售和了解市场情况的目的占到了相当大比例，展商对于突破目前面临的困境，了解中长期行业的形式意愿很强。协会会密切关注国内外行业协会和专家的研究成果，及时以展报的形式提交给各位展商和观众。

## 二、总体观众情况

### 每天观众到达情况统计：

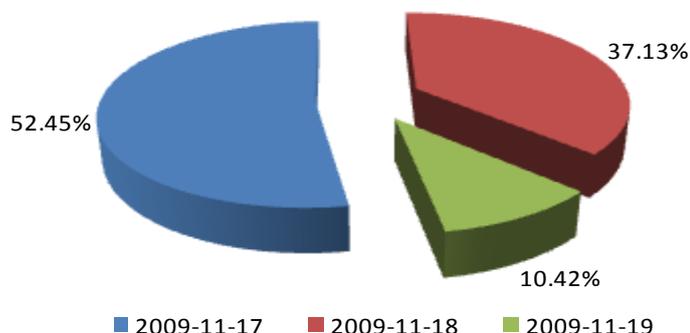
本次展会共有参观观众 **11730** 人，经 **EastFair** 展览系统的观众信息整理，包括整补邮编及电话整理、无效数据筛选整理（包括重复的、信息填写不详、字迹不清楚、潦草的）、国外观众甄别等数据处理后得到此会观众信息数据库 **10515** 条。其中国内观众 **10220** 人（来自 **26** 个省市 **188** 个城市）、海外观众 **295** 人（来自 **19** 个国家和地区）。

展会第一日参观观众 **6520** 人，均为新到观众。第二日参观观众 **4615** 人，其中新登记观众 **4055** 人。第三日参观观众为 **1295** 人，其中新登记观众 **1155** 人。经门禁系统统计刷卡记录为 **18785** 人次。

根据 **EastFair** 开发的展览会现场管理系统统计结果如下：

展会日期	到达总人次	参观总人数	新到人数	新到比例
2009-11-17	<b>9395</b>	<b>6520</b>	<b>6520</b>	100.00%
2009-11-18	<b>7400</b>	<b>4615</b>	<b>4055</b>	87.87%
2009-11-19	<b>1990</b>	<b>1295</b>	<b>1155</b>	89.19%
总计	<b>18785</b>	<b>12430</b>	<b>11730</b>	<b>94.37%</b>

### 各日观众人数到达比例图：

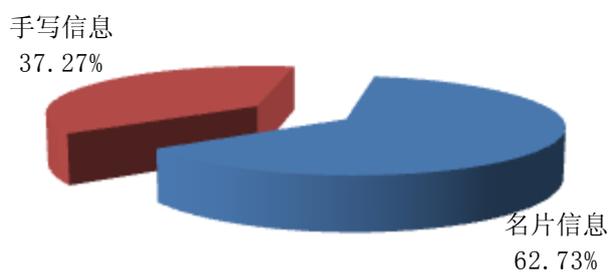


我们采集了观众的名片信息和调查表信息，采集的名片信息包括观众的姓名、职务、部门、公司名称、地址、电话、EMAIL 等。同时 EastFair 展会分析系统还分析出每个观众的规范化职务和规范化部门，这些规范化的信息有助于提高数据使用时的效率，方便了对数据的使用和管理。

### 观众信息的质量指标：

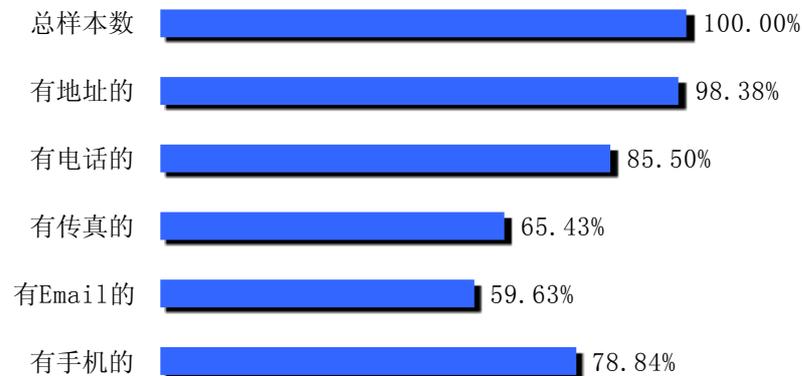
经验表明：提交名片信息的观众信息更全面、质量更高、更符合专业观众的身份，根据我们的统计分析，持有名片信息的观众比例为 **62.73%**，名片信息相对来说真实性、准确性更高，应作为重点，为后期提供更好的服务。

如果需要对名片信息部分做重点处理，可以在 VisitorInfo 查询系统中选择现场提供了名片信息的观众。明年可先发邀请函，把专业观众卡寄给这些观众。

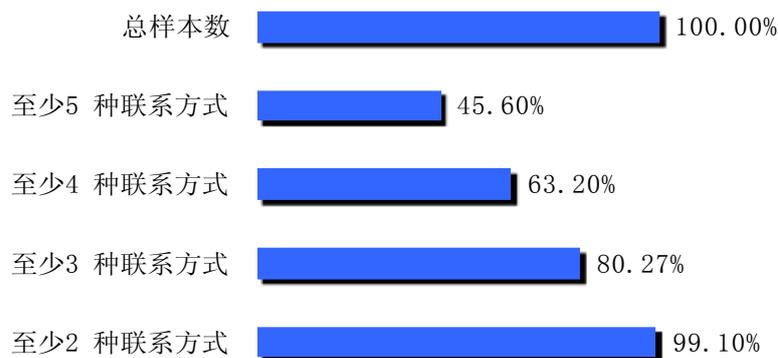


\* 我们保留数据的原则是基于主办方开展营销联络工作最大化进行的：

- ✓ 可以发直邮的信息(包括姓名、公司、地址及邮编)；
- ✓ 群发传真信息（电话及传真号码）；
- ✓ 群发短信（手机号码信息）；
- ✓ 群发 E-mail（E-mail 信息）。



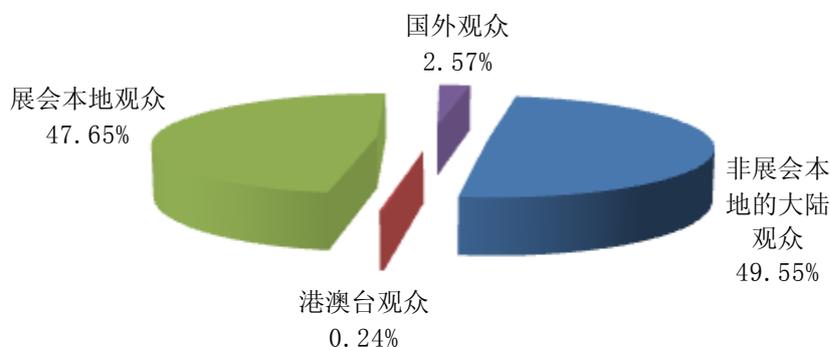
### 按联系方式数量统计分析：



## 三、观众来源分析

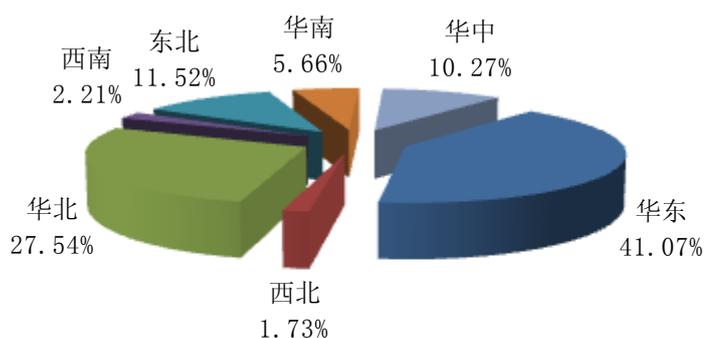
EastFair 专用的 GenReport 系统根据观众综合信息采用计算机算法规范化观众的城市数据，可以依据城市数据来大致分析观众的区域来源情况。为下届展会的宣传推广提供依据。

## 观众类别分析：



## 大陆地区观众区域分类统计（行政区域）

按照行政区域分析，展会本地信息占总体观众比例的 47.65% 除外，观众来自非展会举办地的各区域比例如下图所示，可以看到，来自华东地区的观众占了相对比例的 41.07%，其他区域分别为：华南 5.66%，东北 11.52%，华中 10.27%，西北 1.73%，华北 27.54%，西南 2.21%。



对这些观众区域分布数据的详细分析，能够说明观众邀请工作的地区覆盖情况，以备改进观众组织工作，为以后的招展招商工作提供可靠的数据基础。

## 大陆地区观众按省份分类统计(不包括展会本地):

区域	省份	相对人数	所占比例
东北			
	辽宁	480	9.22%
	吉林	70	1.34%
	黑龙江	50	0.96%
	小计	600	11.52%
华北			
	河北	780	14.97%
	天津	480	9.21%
	山西	150	2.88%
	内蒙古	25	0.48%
	小计	1435	27.54%
华东			
	山东	635	12.19%
	江苏	595	11.42%
	上海	490	9.40%
	浙江	285	5.47%
	江西	75	1.44%
	安徽	35	0.67%
	福建	25	0.48%
	小计	2140	41.07%
华南			
	广东	255	4.89%
	广西	40	0.77%
	小计	295	5.66%
华中			
	河南	385	7.39%
	湖北	90	1.73%
	湖南	60	1.15%
	小计	535	10.27%
西北			
	陕西	60	1.15%
	宁夏	25	0.48%
	甘肃	5	0.10%
	小计	90	1.73%

西南			
	重庆	55	1.06%
	四川	40	0.77%
	云南	20	0.38%
	小计	115	2.21%
总计		5210	100.00%

观众来源分布图（不包括展会本地——北京）：



**大陆地区观众来源城市 5 人以上情况列表 (不包括展会本地观众):**

区域	城市	省份	相对人数	所占比例
东北				
	沈阳	辽宁	205	3.93%
	鞍山	辽宁	100	1.92%
	大连	辽宁	75	1.44%
	哈尔滨	黑龙江	35	0.67%
	长春	吉林	30	0.58%
华北				
	天津	天津	480	9.21%
	廊坊	河北	95	1.82%
	唐山	河北	90	1.73%
	南皮	河北	65	1.25%
	沧州	河北	55	1.06%
	石家庄	河北	45	0.86%
	任丘	河北	40	0.77%
	忻州	山西	35	0.67%
	徐水	河北	35	0.67%
	三河	河北	35	0.67%
	香河	河北	30	0.58%
	长治	山西	30	0.58%
	衡水	河北	30	0.58%
华东				
	上海	上海	490	9.40%
	青岛	山东	110	2.11%
	济南	山东	105	2.02%
	无锡	江苏	100	1.92%
	苏州	江苏	95	1.82%
	常州	江苏	70	1.34%
	宁波	浙江	65	1.25%
	济宁	山东	65	1.25%
	南昌	江西	65	1.25%
	南京	江苏	55	1.06%
	淄博	山东	45	0.86%
	扬州	江苏	40	0.77%
	潍坊	山东	40	0.77%
	杭州	浙江	40	0.77%
	昆山	江苏	35	0.67%

	宜兴	江苏	35	0.67%
	胶州	山东	30	0.58%
	莱芜	山东	30	0.58%
	徐州	江苏	30	0.58%
华南				
	广州	广东	90	1.73%
	深圳	广东	80	1.54%
	东莞	广东	40	0.77%
华中				
	洛阳	河南	185	3.55%
	郑州	河南	70	1.34%
	许昌	河南	45	0.86%
	株洲	湖南	35	0.67%
	武汉	湖北	35	0.67%
西北				
	西安	陕西	40	0.77%
西南				
	重庆	重庆	55	1.06%

### 海外观众来源情况分析：

区域	国家/地区名称	相对人数	所占比例	国家/地区数量
北美洲				
	美国	40	13.56%	
	加拿大	5	1.69%	
	小计	45	15.25%	2
大洋洲				
	澳大利亚	5	1.69%	
	小计	5	1.69%	1
非洲				
	埃塞俄比亚	10	3.39%	
	加纳	5	1.69%	
	南非	5	1.69%	
	小计	20	6.77%	3
欧洲				
	德国	30	10.17%	
	土耳其	20	6.78%	
	比利时	5	1.69%	
	小计	55	18.64%	3
亚洲				
	日本	60	20.34%	
	印度	35	11.86%	
	越南	15	5.08%	

	韩国	15	5.08%	
	阿富汗	5	1.69%	
	蒙古	5	1.69%	
	泰国	5	1.69%	
	新加坡	5	1.69%	
	小计	145	49.12%	8
港澳台				
	中国香港	15	5.08%	
	中国台湾	10	3.39%	
	小计	25	8.47%	2
总计		295	100.00%	19

## 四、观众职位、部门数据统计

### 观众职务、部门规范化处理统计：

为了统计和方便管理，EastFair 对出现 4 次以上的观众职位或部门信息进行规范化处理和统计，出现次数超过 6 以上的职位统计列表归类方法如下：

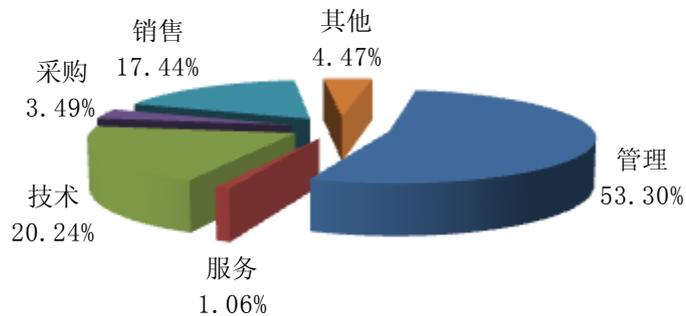
名片职务/部门	出现次数	规范部门	规范职务
经理	1275	管理	部门管理
总经理	640	管理	决策者
工程师	515	技术	专业员工
副总经理	325	管理	决策者
销售经理	240	管理	部门管理
销售部	295	销售	
市场部	200	销售	
项目经理	200	管理	部门管理
部长	185	管理	决策者
主任	275	管理	决策者
业务	200	销售	专业员工
董事长	140	管理	决策者
销售工程师	135	销售	专业员工
技术员	130	技术	专业员工
厂长	130	管理	决策者
职员	155	其他	专业员工
技术部	115	技术	
高工	230	技术	专业员工
业务经理	95	管理	部门管理
采购	145	采购	专业员工
销售代表	60	销售	专业员工

区域经理	50	销售	部门管理
总经理助理	85	管理	专业员工
进出口四部	50	销售	
客户经理	45	服务	部门管理
采购工程师	45	采购	专业员工
科长	45	管理	部门管理
设计师	40	技术	专业员工
生产部	40	技术	
副主任	40	管理	部门管理
招商经理	35	销售	部门管理
采购经理	35	采购	部门管理
机械工程师	35	技术	专业员工
销售总监	35	销售	专业员工

**昆仑亿发统计分析 Eastfair Statistic** 了解来源最多的观众职位和部门列表，对明确观众组成情况、为下届招展做数据准备是非常有用的。

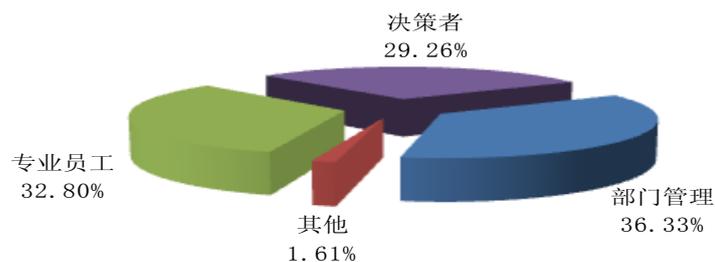
### 按照观众部门分类统计：

依据规范的数据，我们得到了观众部门分类比例图：



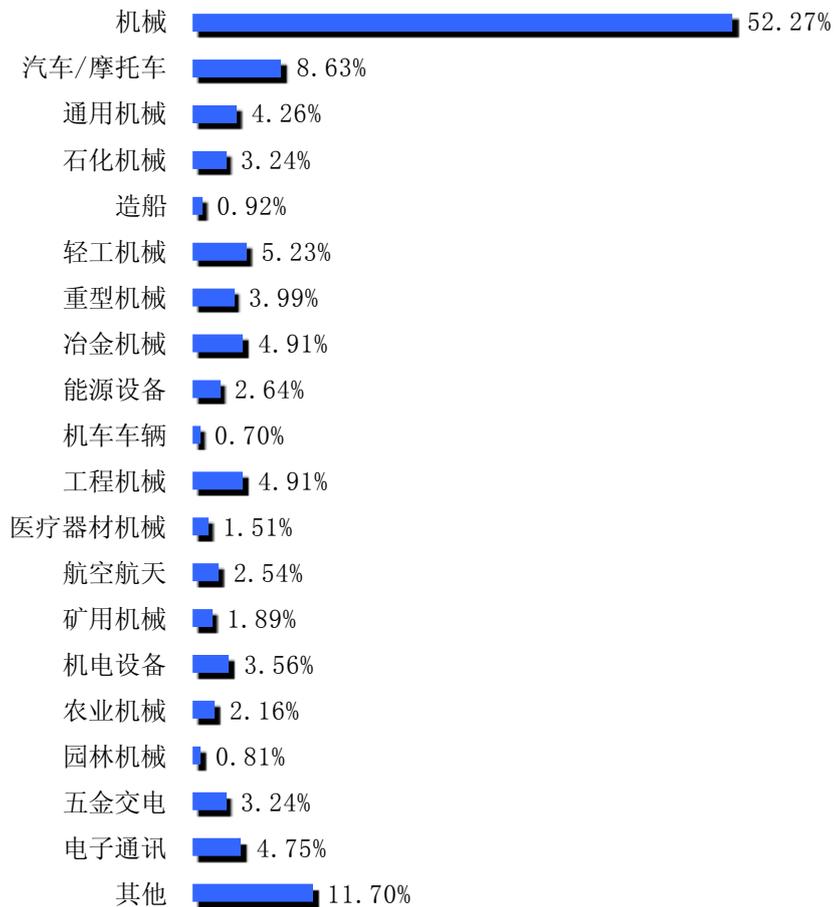
### 按照观众职位分类统计：

统计结果如下图：



## 五、国内观众登记表统计分析

### 调查问题 1. 所属行业：



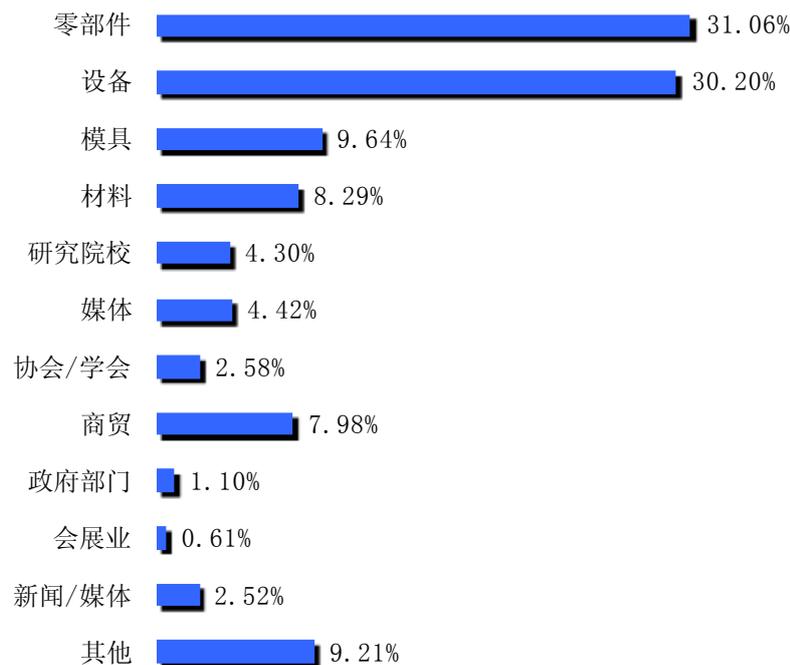
具体数据如下：

选项	数量	比例
机械	4845	52.27%
汽车/摩托车	800	8.63%
通用机械	395	4.26%
石化机械	300	3.24%
造船	85	0.92%
轻工机械	485	5.23%
重型机械	370	3.99%
冶金机械	455	4.91%
能源设备	245	2.64%
机车车辆	65	0.70%
工程机械	455	4.91%

医疗器材机械	140	1.51%
航空航天	235	2.54%
矿用机械	175	1.89%
机电设备	330	3.56%
农业机械	200	2.16%
园林机械	75	0.81%
五金交电	300	3.24%
电子通讯	440	4.75%
其他	1085	11.70%
总计	11480	123.84%

- 调查观众总人数 **9995** 人，其中 **9270** 人回答了此题。
- 百分比以回答此题的人数为基数分析，由于部分观众的多项选择，所以总百分比大于 **100%**。

## 调查问题 2. 企业类别：



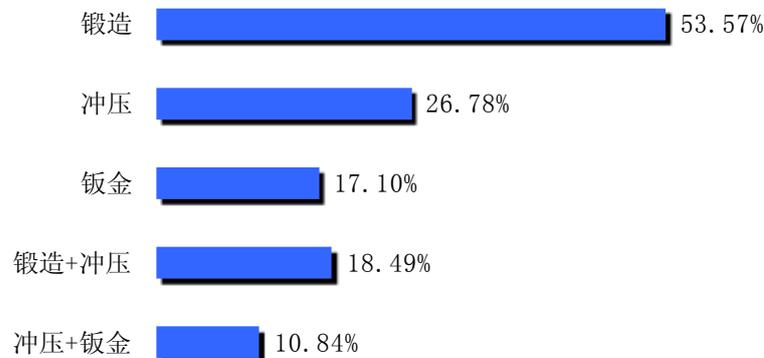
具体数据如下：

选项	数量	比例
零部件	2530	31.06%
设备	2460	30.20%
模具	785	9.64%
材料	675	8.29%
研究院校	350	4.30%
媒体	360	4.42%

协会/学会	210	2.58%
商贸	650	7.98%
政府部门	90	1.10%
会展业	50	0.61%
新闻/媒体	205	2.52%
其他	750	9.21%
总计	9115	111.91%

- 调查观众总人数 **9995** 人，其中 **8145** 人回答了此题。
- 百分比以回答此题的人数为基数分析，由于部分观众的多项选择，所以总百分比大于 **100%**。

### 调查问题 3. 产品类别：

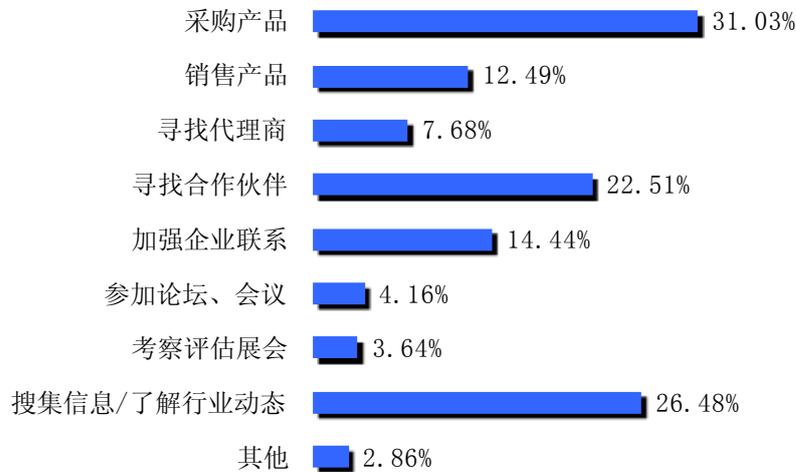


具体数据如下：

选项	数量	比例
锻造	3680	53.57%
冲压	1840	26.78%
钣金	1175	17.10%
锻造+冲压	1270	18.49%
冲压+钣金	745	10.84%
总计	8710	126.78%

- 调查观众总人数 **9995** 人，其中 **6870** 人回答了此题。
- 百分比以回答此题的人数为基数分析，由于部分观众的多项选择，所以总百分比大于 **100%**。

#### 调查问题 4. 观展目的:

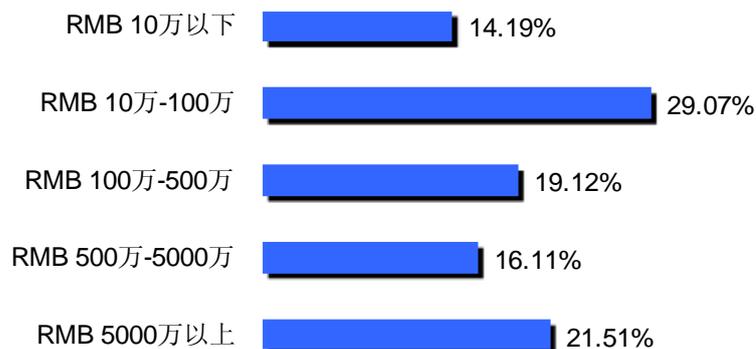


具体数据如下:

选项	数量	比例
采购产品	2385	31.03%
销售产品	960	12.49%
寻找代理商	590	7.68%
寻找合作伙伴	1730	22.51%
加强企业联系	1110	14.44%
参加论坛、会议	320	4.16%
考察评估展会	280	3.64%
搜集信息/了解行业动态	2035	26.48%
其他	220	2.86%
总计	9630	125.31%

- 调查观众总人数 **9995** 人, 其中 **7685** 人回答了此题。
- 百分比以回答此题的人数为基数分析, 由于部分观众的多项选择, 所以总百分比大于 **100%**。

#### 调查问题 5. 贵公司的年采购金额是:

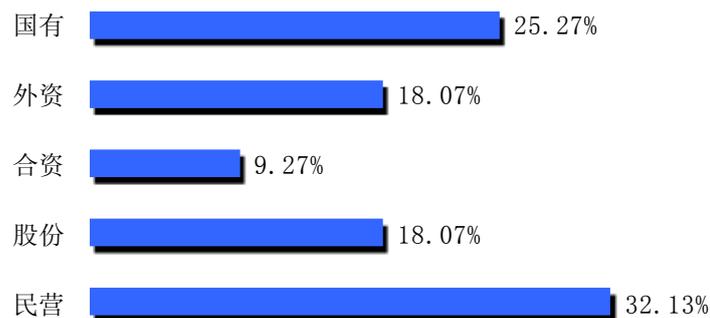


具体数据如下：

选项	数量	比例
RMB 10 万以下	920	14.19%
RMB 10 万-100 万	1885	29.07%
RMB 100 万-500 万	1240	19.12%
RMB 500 万-5000 万	1045	16.11%
RMB 5000 万以上	1395	21.51%
总计	6485	100.00%

- 调查观众总人数 **9995** 人，其中 **6485** 人回答了此题。
- 百分比以回答此题的人数为基数分析。

### 调查问题 6、企业类型：



具体数据如下：

选项	数量	比例
国有	1895	25.27%
外资	1355	18.07%
合资	695	9.27%
股份	1355	18.07%
民营	2410	32.13%
总计	7710	102.80%

- 调查观众总人数 **9995** 人，其中 **7500** 人回答了此题。
- 百分比以回答此题的人数为基数分析，由于部分观众的多项选择，所以总百分比大于 **100%**。

## 调查问题 7. 公司从何途径了解到本次展会:



具体数据如下:

选项	数量	比例
报纸	905	13.19%
宣传单页/直接邮件	690	10.06%
商业伙伴	905	13.19%
专业杂志/刊物	660	9.62%
户外媒体	275	4.01%
主办单位邀请函	755	11.01%
行业协会邀请	650	9.48%
互联网/电子邮件	1840	26.82%
朋友	485	7.07%
其他	305	4.45%
总计	7470	108.89%

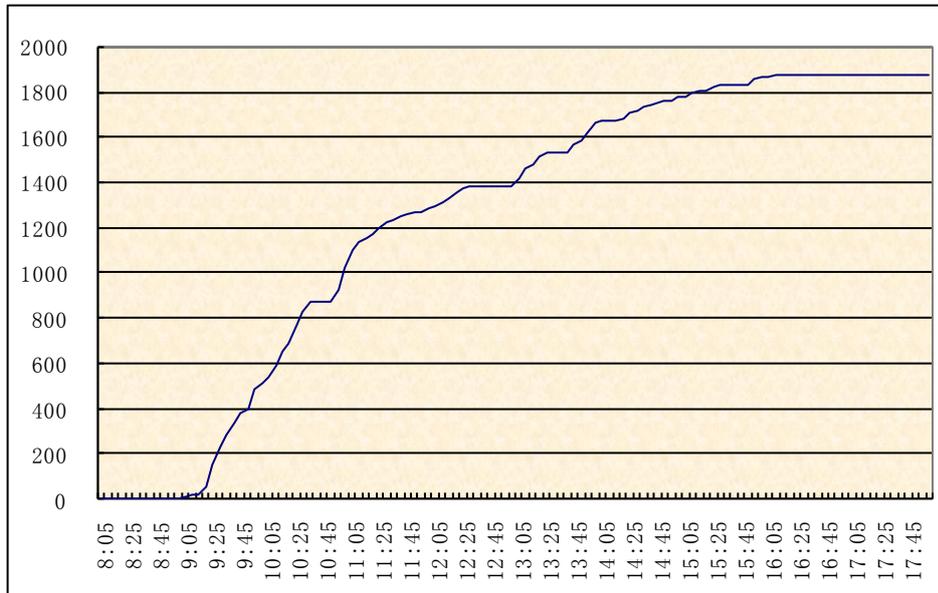
- 调查观众总人数 **9995** 人, 其中 **6860** 人回答了此题。
- 百分比以回答此题的人数为基数分析, 由于部分观众的多项选择, 所以总百分比大于 **100%**。

## 六、现场门禁流量统计图

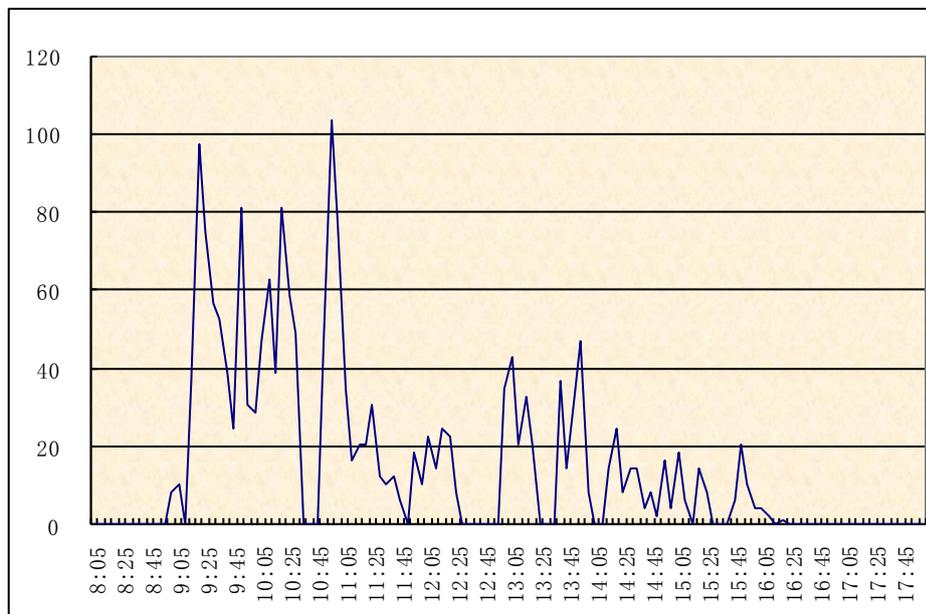
本届展会门禁 PDA 流量统计示图如下。可以从曲线图中清楚的了解到每日、每时段观众的动态行为信息以及高峰时段的观众流量情况。希望此项能为贵司下届展会的观众组织提供参考依据。

# 第一日

进入曲线图:

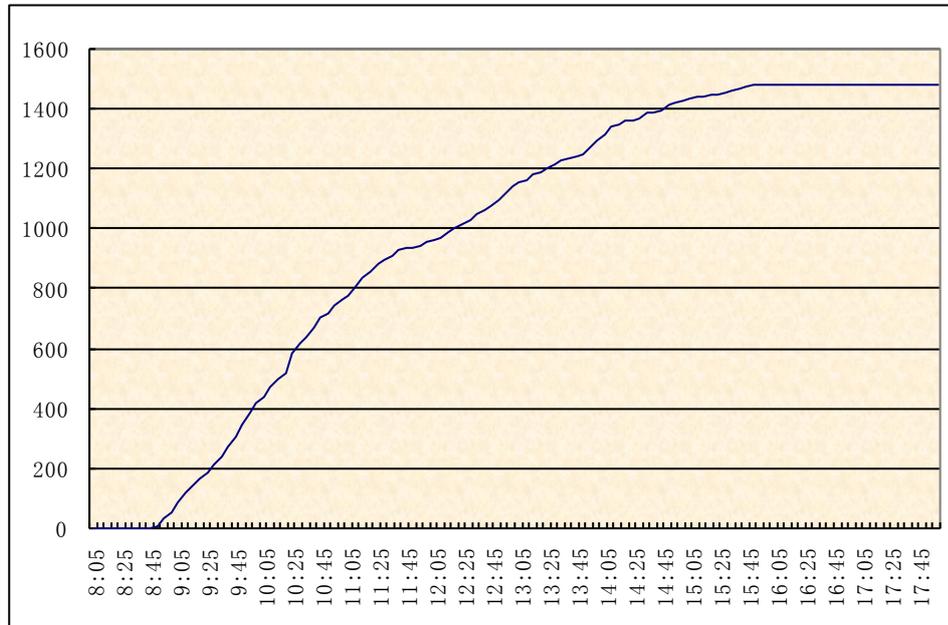


变化曲线图:

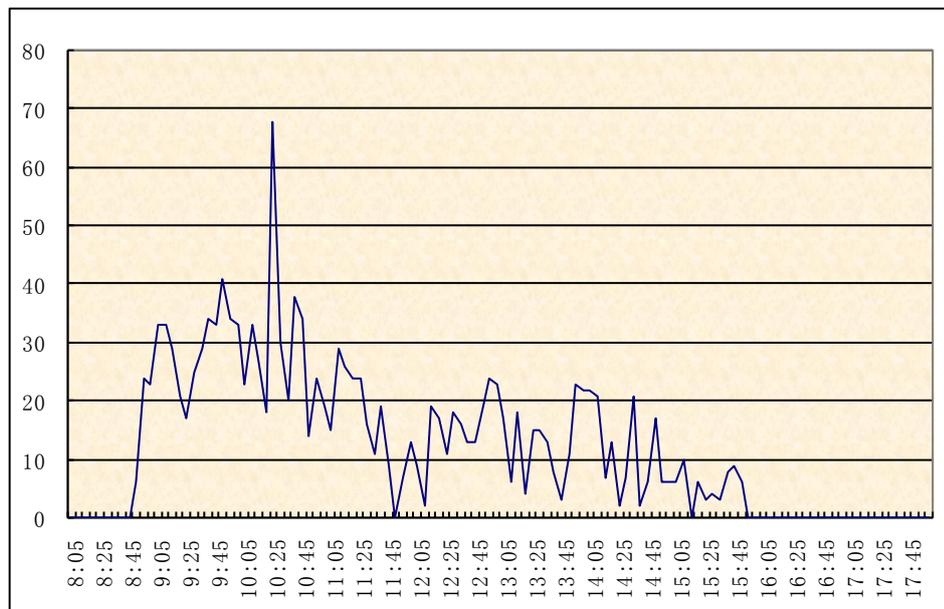


## 第二日

进入曲线图：

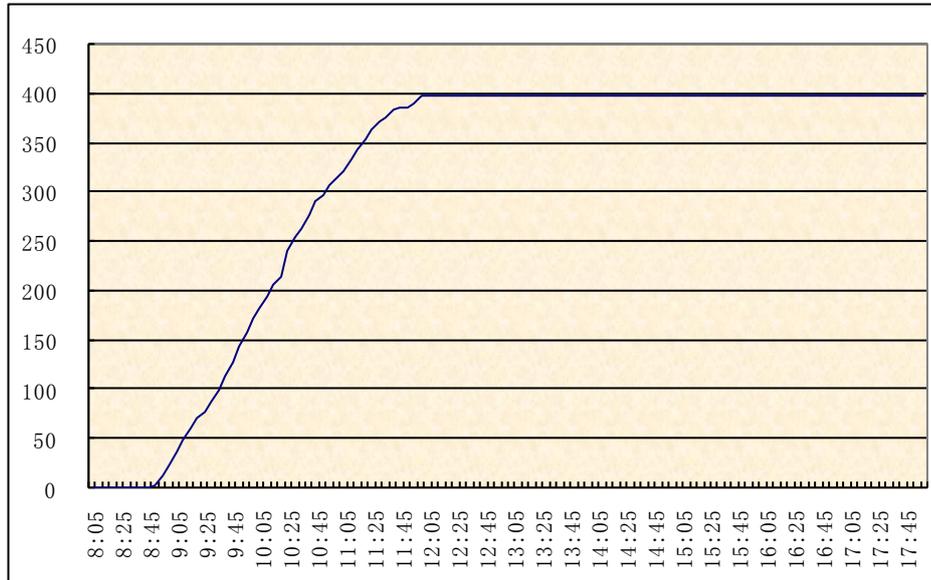


变化曲线图：



### 第三日

进入曲线图:



变化曲线图:

