

庆二十华彰 创再度辉煌 移德国品牌 注中国力量

慕尼黑博览集团在华的发展始于上海新国际博览中心奠基，自此不断发展壮大，迄今已活跃于中国市场 20 年。“集团的海外业务取得了突出成绩，其中中国是我们最重要且核心的海外市场。可以说如今在华业务对集团具有重要的战略性意义。由此可见，集团于 1999 年 11 月进入中国是非常有远见且正确的决定。”慕尼黑博览集团总裁兼首席执行官 Klaus Dittrich 评价道。

中国是集团海外业务的基石

上海新国际博览中心 (SNIEC) 的建设是慕尼黑博览集团在中国开启成功的第一步。上海新国际博览中心由慕尼黑博览集团、杜塞尔多夫博览会有限公司、汉诺威展览公司和上海市属企业上海陆家嘴展览发展有限公司共同合资兴建，于 1999 年 11 月 4 日破土动工。历经两年的建设，于 2001 年 11 月 2 日正式启用。之后不断扩建，直到 2010 年底整体建设才全面结束。目前，上海新国际博览中心拥有 200,000 平方米室内展示面积和 100,000 平方米室外展示面积，在利用率方面名列前茅。



上海新国际博览中心奠基仪式

2001 年同年，集团在中国成立子公司——**慕尼黑展览 (上海) 有限公司**。Klaus Dittrich

先生表示：“设立海外公司的初衷是为了满足德国客户到国外参展的需求。当时很多企业已经将中国视为重要的发展市场，而成立慕尼黑展览上海公司就是希望为它们提供更多在中国进行展示和交流的机会。”

2002 年里程碑：首届 bauma China 举办

仅仅一年之后，慕尼黑博览集团就于 2002 年在上海举办了 **bauma CHINA**。十余载蓬勃发展，bauma CHINA 目前已经成为工程机械行业的重要盛会，同时也是 bauma 海外最大子展。

对于 bauma CHINA 在华近 20 年的发展，慕尼黑展览（上海）有限公司大中华区首席执行官徐佳女士表示：“自 2002 年入世中华，bauma CHINA 秉承集团办展品质，饱含责任、力量与温度，与中国机械行业共同发展。从 458 家到 3,350 家展商，32,068 名到 212,500 名专业观众，45,000 平方米到 330,000 平方米展示面积，bauma CHINA 集聚全球工程机械行业翘楚，展示全新产品技术，已然成为中外企业交流合作、推动行业创新发展的重要商贸平台。”



bauma China 2002



bauma China 2018

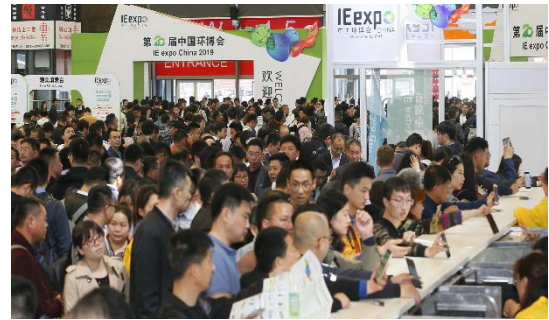
“引入德国品牌，实现本土化运营”成为集团在华发展的成功秘诀。发展至今，慕尼黑展览（上海）有限公司已经成功引入了 **15** 个源于德国的品牌展会。

除 bauma 外，还有众多成功移植到中国的品牌展会，包括运动装备与时尚行业博览会 **ISPO Munich**、全球重要的环保技术博览会 **IFAT** 以及全球电子行业知名盛会 **electronica** 等。如今，中国市场对慕尼黑博览集团至关重要：集团 30% 的销售额来自国际业务，其中中国所占份额最大。慕尼黑展览（上海）有限公司现有员工 180 多人，是集团最大的子公司。此外，慕尼黑博览集团有史以来最大的一笔收购也发生在中国：2016 年，集团收购了亚太地区专业门窗幕墙系统解决方案旗舰博览会——**中国国际门窗幕墙博览会（FENESTRATION BAU China）**。对于慕尼黑博览集团而言，本次收购

为通往全球最大的建筑市场开辟了新的道路。



ISPO Beijing



IE China



Electronica China



FENESTRATION BAU China

Klaus Dittrich 先生还指出，移植品牌展会不仅让集团成功进入并稳固了中国市场，同时也为德国国内市场创造了有利条件。

对于一个展会而言，在国外的成功举办是其最有说服力的广告。每当我们成功在国外移植一个品牌展会，参展商和观众对德国国内展会的需求就会大大增加。1999 年，集团在慕尼黑举办的展览一共接待了 551 名来自中国的观众和 37 家中国展商。2019 年则上升至 9,430 名观众和 1,822 家展商。可以说，这是真正的双赢。

——Klaus Dittrich