

第二十四届国际制冷、空调、供暖、通风及食品冷冻加工展览会
2013年4月8-10日 中国·上海新国际博览中心

展览会分析报告

1. 展览会有关数据

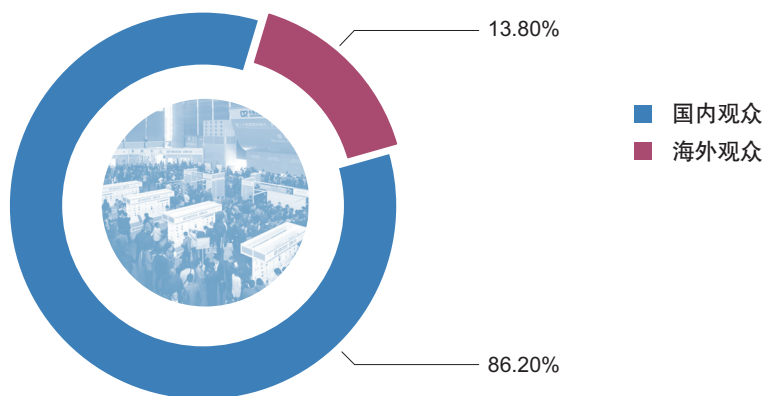
	海 外	国 内	总 计
展览会总面积 (m ²)	27,930	65,170	93,100
展览会净面积 (m ²)	12,540	30,314	42,854
参展厂商	231	915	1,146
参观人数	7,274	45,409	52,683
参展国别			30
观众国别			108

注：2013年“中国制冷展”继续领跑全球制冷空调暖通专业展会。本届展会的主题为“服务民生 建设生态文明”，契合国情和行业特点，也是制冷空调行业的核心追求和根本价值所在。

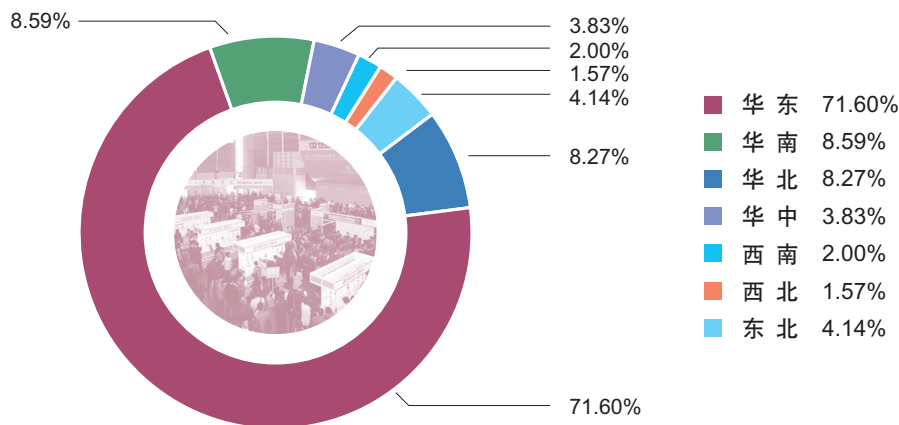
2. 展览会观众相关数据

2.1 观众区域分析

2.1.1 观众类别组成

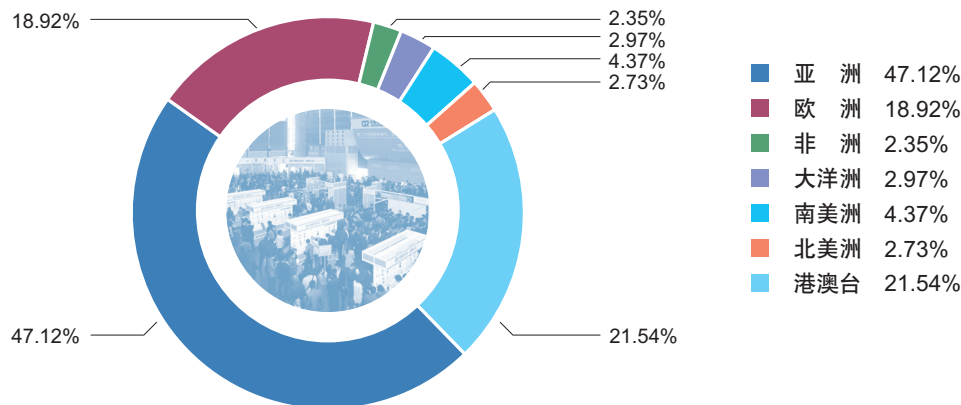


2.1.2 国内观众组成



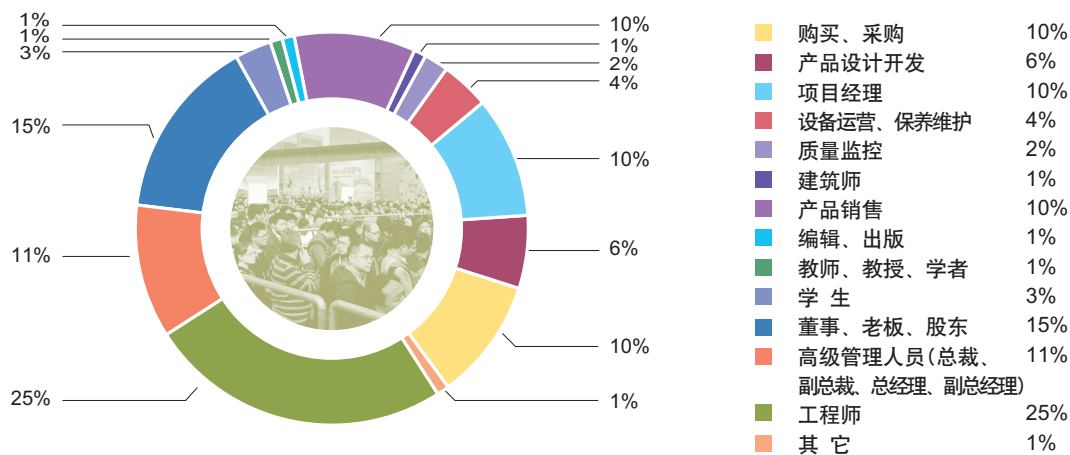
第二十四届国际制冷、空调、供暖、通风及食品冷冻加工展览会
2013年4月8-10日 中国·上海新国际博览中心

2.1.3 海外观众组成



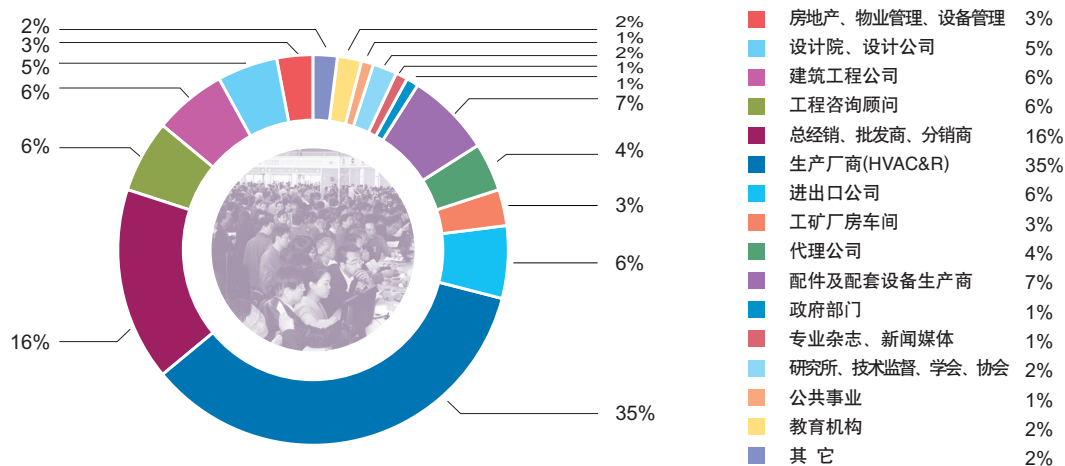
注：“中国制冷展”与美国、德国、日本、韩国、印度、西班牙、土耳其和巴西等国家权威专业机构、行业组织及重量级展览会保持着长期战略合作伙伴关系。“中国制冷展”坚持“开放合作”理念，以国际化、多元化的综合交流平台，吸引来自海内外行业组织、参展商、媒体等优势资源的积极参与和合作。

2.2 观众在公司中的主要职责



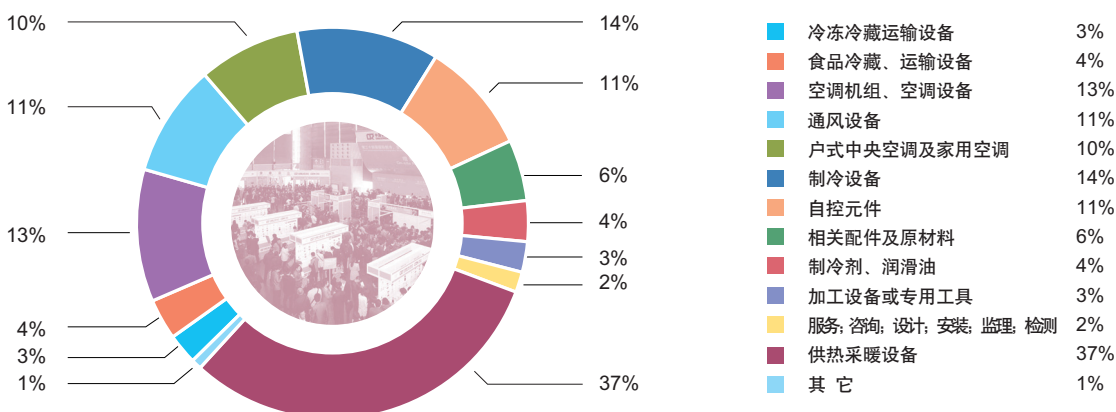
第二十四届国际制冷、空调、供暖、通风及食品冷冻加工展览会
2013年4月8-10日 中国·上海新国际博览中心

2.3 观众所在公司的性质



注：今年来自董事、老板、股东、产品设计开发、采购设备的观众比例相比去年有所增加。从此可见展会平台所带来的效果，日益促进整个行业以及社会经济健康良好的发展。

2.4 观众所感兴趣的产品(可多选)



注：在保持暖通空调领域平稳发展的同时，重点加大对冷冻冷藏、冷链物流、果蔬保鲜等与民生相关的产品及技术的推广，今年更多的观众对供热采暖设备加大关注。

第二十四届国际制冷、空调、供暖、通风及食品冷冻加工展览会
2013年4月8-10日 中国·上海新国际博览中心

2.5 观众从哪种渠道获知展览会(可多选)

互联网浏览搜索	36.73%
上届展会	41.90%
收到电子邮件	8.33%
收到邀请函	10.02%
他人推荐	23.99%
媒体广告	4.84%

注：今年通过互联网、上届展会以及他人推荐、电子邮件参观的观众相比去年有大幅度增长，观众更愿意从多渠道主动了解参与“中国制冷展”。

