

第三届中国纺织服装贸易展览会：

助力纺织企业坚守欧洲市场

□ 本报记者 兰馨

日前,记者从中国纺织工业协会获悉,第三届中国纺织品服装贸易展览会(以下简称CTAF展)将于9月14日至17日在法国巴黎举办。

展会主办方有关负责人表示,在全球金融危机的背景下如期举办CTAF展,对中国纺织服装企业继续开拓欧洲市场尤为重要,它将成为国内企业维护老客户、开辟新客户,了解欧洲纺织服装市场变化的重要渠道。

该负责人还表示,重要的是,CTAF展将与法国Texworld面料展同期同地举办,令CTAF展通过产业链上下游参展商和贸易观众资源的衔接,达到充分发挥专业贸易展会窗口、平台和纽带的作用。

力促行业走出去
据了解,2006年11月,中国纺织工业

协会联合中国贸促会纺织行业分会,在德国卡尔斯鲁厄启动了筹划已久的CTAF展。2007年,欧洲展移师法国巴黎,并与法国Texworld面料展同期同地举办。此后,欧洲展与法国Texworld面料展形成上下游产业链的平台。

CTAF展是中国纺织工业协会在欧洲举办的首个自办展。展品包括各类纺织品、服装、面料以及家用纺织品和服饰等。海关统计数据显示,今年前两个月,我国与欧盟、美国、日本等前三大贸易伙伴的贸易表现均优于同期我国对外贸易总体水平。其中欧盟仍然是我国第一大贸易伙伴,中欧双边贸易总额为487.8亿美元,下降20.2%,降幅低于我国对外贸易总体降幅7%。

中国贸促会纺织分会副会长徐迎新接受媒体采访时表示,我国纺织服装产品的

主要出口市场是美国、欧洲、日本。无论金融危机的影响有多大,市场主体的格局在短期内都不可能改变。

新形势需新定位
据介绍,本届CTAF展由中国纺织工业协会主办,中国贸促会纺织行业分会、中国服装协会、法兰克福展览有限公司承办。

该负责人介绍,CTAF展是面向国内中高端服装贴牌加工贸易展,希望能帮助中国服装企业在欧洲进行品牌推广。特别是帮助服装企业了解和适应调整变化后的欧洲市场。

作为本届CTAF展的一大亮点,展会组委会将为中国参展企业提供买卖速配特色服务,即在展前为每家参展商提供20家左右的合适买家资料。

据悉,本届CTAF展已被商务部列为

国家中小企业国际市场开拓的重点支持项目。凡是参加本届CTAF展的中小企业,只要符合相关条件,得到的参展费用补贴将比往年有所提高。同时,鉴于金融危机带来的影响,展会主办方正在做一些更加务实的工作,以尽量减轻企业的负担。比如,主办方积极与协办单位和展馆等方面沟通,争取降低展商参展费用。

作为CTAF展的核心,主办方将充分利用67万条信息的数据库资源,对目标观众直接邮寄邀请函,同时将连续多次参展的观众直接升级为VIP。对于一些重点的VIP和大买家,主办方将与之进行电话沟通。

展会透视

商情简报

第十二届海博会

意向成交额同比增长11.37%

本报讯 第十二届海峡两岸纺织服装博览会暨2009休闲服装博览会近日在福建省石狮市落幕。据统计,4天展期共达成意向成交额67.02亿元,比上届增长11.37%。4天展期共吸引观众15.8万人次,比上届增长21.54%。

记者从组委会获悉,本届海博会服装类成交31.09亿元,占46.39%;面料成交8.06亿元,占12.03%;辅料成交10.26亿元,占15.31%;服装机械成交15亿元,占22.38%;服装CAD服装资讯成交2.61亿元,占3.89%。

4天展期共吸引境内外专业客商1.67万人,包括来自欧美、中东、东南亚、西亚、非洲以及我国港澳台等50多个国家和地区的采购商,还吸引了沃尔玛采购团。中国市场联盟组织的来自北京、广州等23个服装专业市场的国内客商代表团前来参观洽谈与交流。

首次参加海博会的中国贸促会副会长王锦珍对海博会给予高度评价。他认为,本届海博会规模大、档次高,而且具有一定的国际化水准,今后发展很有潜力。

国家纺织工业协会副会长孙瑞哲赞赏道,在我国从纺织大国向纺织强国迈进的征程中,石狮正以实际行动率先实现从传统产品交易集散地和制造基地向产品标准和时尚策源地的历史性转变。

为应对国际金融危机的冲击,石狮市提出“大规模、高格调、高水平、大效应”的办展目标,为此,组委会制定了以突出“对接‘大三通’、扩大内需和对接国内国际市场”为重点,进一步凸显“两岸、专业、休闲、时尚、共赢”的展览主题,全面展现海峡两岸纺织服装产业合作发展成果和石狮“中国休闲服装名城”新形象的办展方案,政企联动积极应对。(欣华)

贸促机构多方合作 共度金融危机

本报讯 亚洲贸易促进论坛(ATPF)2009年年会近日在厦门举办。在年会上,如何应对还在蔓延的金融危机,成了参会代表最为关心的话题。厦门这样一个外向型城市要怎么应对?

参会的台北世界贸易中心副董事长吴文雅在接受记者采访时表示,厦门是中国东南方经济发展的重心,也是台北世界贸易中心很看重的一个城市,台湾和厦门的年贸易额已经达到50亿美元。一直以来,厦门和台湾有着密切的联系,在金融危机中,厦门和台湾可以通过双方的贸易促进机构开展更多的合作,包括组团参加台湾贸促机构举办的一些展览等。

吴文雅说,今年,他们对大陆50个城市的台商做了市场调查,发现在金融危机下,台商对大陆市场都抱有极大的期望。比如,台北世界贸易中心计划9月份在南京举办一个名品交易会,原来计划只有600至1000个展位,结果现在报名的就已经突破1800个展位了。(娜娜)

企业动态

成龙汽车网

再次推出“模丽秀”活动

本报讯 即2008年广州车展后,成龙汽车网又在本次上海车展上,再次推出了品牌活动——“模丽秀”。

据记者了解,“模丽秀”大型模特评选活动,是成龙汽车网与香港汉传媒旗下Icon International Model Management达成战略合作关系后,以广泛的关注度和权威的公信力,全力为亚洲地区有潜质的模特,搭建闪耀T台之路。同时,“模丽秀”也以其覆盖汽车、时尚、娱乐等行业产业的跨界品牌影响力,帮助经典和新兴品牌,实现并放大价值,是当今世界时尚汽车生活中最经典的演绎。

车展现场还将进行2008模丽秀的三甲颁奖典礼,由成龙汽车网主编李弘一为上届冠军黄小楼小姐进行颁奖。让到场观众可以一睹上届活动佳丽的风采。(晓哲)



4月24日,以“信心、创新、合作、共赢”为主题的第八届“外交官之春”暨第四届杰出华商大会财富领袖论坛在京举行,全国人大常委会副委员长韩启德、原国务委员唐家璇、全国政协原副主席胡启立、全国人大常委会外事委主任委员李肇星等应邀出席。中国前外交官联谊会会长、外交部原副部长吉佩定在大会上发表演讲。有关部委负责人、外国驻华使节、中国前驻外大使、华商代表等700多人齐聚一堂,共商应对金融危机良策。

中国远洋运输集团公司总裁魏家福、联想集团董事局主席柳传志和中国工商银行行长杨凯生分别就企业应对金融危机、科技创新等发表了讲话。此外,湖州等城市还获得了论坛组委会颁发的“2009中国魅力城市奖”。

据了解,以“开展交流、增进了解、发展友谊、推动合作”为宗旨的“外交官之春”联谊活动由中国前外交官联谊会创办,自2001年以来已成功举办了七届。

本报记者 傅立刚 摄

图片新闻

上海车展:挽救全球行业信心

□ 本报记者 毛雯

对于2009上海国际车展的盛况,美国通用汽车公司总裁韩德胜早已通过各种途径了解了。他在上海车展开幕前夕才不得不发表声明取消中国行程。据媒体报道称,他的发言人表示,尽管最终未能成行,韩德胜一直到最后一分钟仍想亲赴上海,“因为他清楚亚洲和中国市场的重要”。

通用总裁对上海车展不同寻常的看重,来自于一串具有说服力的数字。统计显示,今年第一季度,北美汽车市场销售下跌38%,日本市场下跌30%,欧洲、东南亚、南美都出现了大幅下滑,可以说这是全球汽车工业“最糟糕的时刻”。

而由于受到经济危机影响,去年以来,底特律车展等国际车展的参展企业和面积均大幅缩水,情景萧条。东京车展更传出缩水一半的坏消息,而仍被看重的法兰克福车展,也已开始有知名车厂退展。

与此形成鲜明对比的是,我国汽车销售一季度增长3.88%,而且在3月更创出了汽车月销量111万辆的历史纪录,一季度总销量近268万辆,首度超过美国,成为全球最大汽车消费市场,逆市飞扬之姿态令全球瞩目。

业内人士指出,2009上海车展是在全球金融危机持续蔓延,特别是悲观情绪笼罩全球这样一个背景下举行的。这次车展见证了历史,同时也将创造历史。

车企对车市有信心

大众中国执行副总裁苏伟铭接受媒体专访时表示,大众根据一季度的良好表现,已将今年的产能提高了5万

辆。他说,目前大众的库存处于历史低点,厂家、经销商和在路上运输的车加起来也不足一个月的销量,远低于正常水平。

他表示,虽然享受不到购置税减半政策,但大众的荣威550月销量已经超过5000辆,生产线上的工人不得不一周工作6天,每天工作9小时,处于超负荷状态。”上汽乘用车公司副总经理蒋峻预计,今年车市会有10%的增幅。

广汽丰田副总胡苏也认为,中国消费者的刚性需求仍在,国家又有刺激的决心,还有地方政府的支持,车市应该会向好的方面发展。不过,他也表示,目前判断经济反转还尚早,金融危机的源头——欧美是否真的走出低谷很关键。

中国汽车工业协会首席分析师贾新光向记者表示,“从去年北京车展大家雄心勃勃到去年底广州车展的人心惶惶,在今年的上海车展上,车企普遍表现出对车市的信心”,车展现场本届车展各大车企的参展积极性和参展规格之高,表明了大家对中国市场充满期待,而一季度中国车市销量增长也说明了这一点。

外企开始发力中国

首次面向中国媒体的克莱斯勒新任亚太业务首席执行官柯安哲表示,中国对克莱斯勒乃至全球车企都很重要,他透露,虽然克莱斯勒在中国只卖进口车,但仍实现盈利。

令人关注的是,虽然去年9月大排量车消费税调高导致销量略有下降,但中国仍是克莱斯勒的沃土。车展期

间,宾利汽车中国公司总经理郑随宣布,2008年宾利在华销量已经超过日本,中国成为其全球第四大市场,而今年一季度,宾利在华的销量已经达到97辆。

戴姆勒首席执行官蔡澈更是宣称,2至3年后其在华销量要超过宝马。据悉,目前奔驰在华的销量为3.8万辆,宝马在华销量为6.58万辆。

对中国市场的信心,让多位跨国车企的掌门人亲临上海车展。据了解,展会期间,德国大众董事长文德恩、戴姆勒首席执行官蔡澈、丰田社长渡边捷昭、标致汽车总裁菲利普·柯澜、起亚汽车社长郑义宣、法拉利全球首席执行官费立萨、三菱汽车社长益子修等都在各自的展台“鼓舞士气”。

益子修表示,从今年1月开始中国已经成为世界第一大市场,并且继续保持着快速增长势头。三菱汽车将继续把中国市场定位为最重要的市场,三菱汽车将从扩大国产、扩大进口车的销售等多个方面着手做大中国市场。

中国贸促会汽车行业分会副会长王侠指出,“从参展商的踊跃程度来看,上海车展已然成为世界瞩目的重要车展,甚至超过了国外一些著名车展。”

据组委会有关负责人透露,全球汽车制造商不得不削减所有的费用,但在中国上海却是例外。如果预算只够参加一个车展,那也是2009年的上海,这一切都因为中国是世界上仅存的快速增长市场。

展会扫描

外展播报

2009年信用卡与身份识别 展览会意在创新

本报讯 “商务、创新、探索”是第二十四届信用卡与身份识别展览会(以下简称巴黎卡展)的主题。该展会将于11月17日至19日在巴黎举办,预计将有2万名参观者和1500名大会代表参加此次活动。

2009年巴黎卡展的一个重要主题是当前不可回避的课题:网络犯罪。反对网络犯罪的斗争也是展会的一个重要主题。

身份识别展览会于2007年首次举办,如今已经成为想了解各种身份认证技术发展的一个必然场所。这一展会以安全技术和生物测量技术为主题,与信用卡展览会同时举办,参加展会的有提供与生物测量、交易和文件安全、认证、物理或者逻辑门禁、安全编码、无线射频识别和电子政务程序等有关技术的公司。

上一届展会的佳宾国是美国,2009年的展会佳宾国是俄罗斯。几年来,俄罗斯信用卡的使用越来越普遍,销售点设备的发展越来越快。很多俄罗斯厂商来参加展览,说明俄罗斯在这一领域的活跃程度。

近年来,人们对近距离无线通讯(NFC)技术的关注和热情转而面向将信用卡或者借记卡与移动电话联合使用,以实行无接触式的支付。然而,建立标准化和安全化的“近距离无线通讯”(NFC)支付系统是一项复杂的系统工程,与此相关的各个不同方面(运营商、发卡方、协会,等等)必须对服务模式达成一致,所以法国的无接触支付迟迟无法实行。

家乐福超市于2009年2月推出无接触式的银行卡,从而使无接触式的支付得以具体化。在今年3月份,第一批超级市场将可以消费者通过在付款机上轻轻扫过自己的银行卡来付款。在零售业迈出的这一步,已经为大规模的发展发出了信号。

巴黎卡展负责人表示,愿意为可持续发展做出贡献,自从去年以来便采取了一些行动,以尽可能减少展会对环境的影响。这些措施包括:参会者的胸牌用可循环使用的PVC制作,参观口袋采用环境友好型的材料,宣传材料由获得“绿色印刷”标签的印刷厂印制,对垃圾进行分类处理,对某些宣传材料进行回收再利用等等。(晓璇文)

伦敦书展 危机时期书市未降温

本报讯 深受经济危机打击的英国近日迎来了为期3天的第38届伦敦书展,虽然参展商数量变化不大,但书展上的各种变化让人看到了危机给出版业带来的影响。

美国哈珀柯林斯出版社虽然展出面积依然不小,但展位工作人员说,为降低成本,该出版社大大压缩了参展图书数量,工作人员也由去年的150人减到100人。

今年书展上,诸如英国企鹅出版集团等大出版社在气势上有所收敛,不少原来名不见经传的中小出版商纷纷登台亮相,似乎凸显了小规模企业在危机面前的优势。

书展负责人阿利斯特·伯顿肖说:“此次书展参展商比去年减少大约2%,但总体而言,人们对图书市场的热情不减。”

一位参加书展的公关人员说,考虑到目前全球经济形势依然严峻,而参展商数量才减少约2%,这表现危机当前人们读书的热情反而提高了,不然,跌幅至少应该在10%以上。另外,英镑对主要货币贬值也使英国图书贸易和会展成本相对降低。

主办方把印度作为今年书展的焦点,开辟了有80多家出版社、50多名作者参与的印度展区,中国和俄罗斯的展台也热闹非凡。中国新闻出版署组织了一个由来自北京等10个省市区的27家出版社组成的参展团与世界同行交流。

为了活跃书展气氛,为书商、作者和书迷提供更多交流的机会,主办方在展会上开设了数字区,作者专区则是作家们休息和与出版商深入交谈的场所。

与主展区相对平淡的场面相比,二楼的版权交易区比往年红火很多——大约560家公司进驻那里,进行版权交易谈判。清一色不足1平方米的桌子,每个租金不到400英镑,低廉的租价显然很有吸引力。(钟欣)

2009年俄罗斯国际房展 “冷清”落幕

本报讯 为期4天的2009年俄罗斯房地产展近日在莫斯科克洛库斯展览中心落幕。受金融危机的影响,尽管参展的开发商纷纷打出优惠牌,但前来参观和洽谈的人并不多。

来自美国、英国、法国、西班牙、日本以及独联体等近30个国家和地区的120多家房地产开发商和投资银行参加了本届房展。开发商们纷纷打出“大优惠”和“超低折扣”的牌子,有的房产项目折扣甚至低至五折,不过投资者的反应均较为冷淡。

展览主办方说,参加本次房展的都是较为高端的住宅类项目。现阶段金融危机形势严峻,房地产需求骤减,而那些收入未受影响的潜在买主仍然持观望态度。

主办方强调,举办此次房展的主要目的并不是要获得很大的成交量,而是为了给各国投资者和房地产开发商提供一个交流平台,让开发商能够从从中寻找尽快摆脱危机的出路,同时也刺激各国政府尽快制定和实施积极有效的振兴房地产业的政策。

参展商们表示,尽管现在房地产业略显萧条,但危机下仍然存在不少商机,他们对未来抱有信心。希腊房地产商泽娜说:“目前银行仍在持续放贷,这对房地产价格能起到稳定作用,防止房地产价格下降过快。”

首届俄罗斯国际房展于2007年举办,今年是第三届。该房展是俄罗斯规模最大、知名度最高的国际性房地产展。(张亚晨 姜琛)