



信息集结号

展业聚焦

首届世界木门大会
提升行业资本经营

本报讯 作为2011年中国国际门业展览会的重要活动,首届(2011)世界木门大会将于3月8日在北京国际会议中心举办,本次大会的口号是“不同的木门,共同的世界。”

据中国林产工业协会秘书长石峰介绍,“十一五”期间,中国已成为世界林产品生产和贸易大国,其中人造板、木竹藤家具、木地板及木门产量居世界第一。

未来5年至10年,中国木门产业将呈现多元化的发展格局,规模化、标准化、品牌化将成为产业的主流发展趋势。越来越多的企业将借助政策推力和多元资本渠道,通过并购整合、扩张规模、延长产业链,从单一产品生产向家居一体化发展,企业管理将从产品经营上升到资产经营和资本经营的层面。

首届(2011)世界木门大会是由中国林业产业协会、中国林产工业协会、中国建筑装饰协会指导,中国产业报协会、中国产业媒体联盟、第十届中国国际门业展览会筹委会等多家机构联合发起的一项活动。

中国国际门业展览会创立于2002年,至今已在北京举办了9届。2011年中国国际门业展览会将于3月9日至12日在北京中国国际展览中心(新馆)举办。

(陈进文)

国际医疗仪器设备展
3月在京举办

本报讯 3月25日至27日,第23届国际医疗仪器设备展览会(CHINA MED 2011)将在北京国家会议中心举办。

预计本届展会展览面积将达3万平方米,展商约550家,其中包括来自军队和各地方医院的院长和设备科主任,且观众中还有采购额500万元以上的经销商和代理商。

展会同期还将举办医学影像、医疗卫生、临床技术及招标采购四大类20多个现场活动。其中,在院长高峰论坛上,医院专家、国家财政部政府采购处领导将对医院经济效益管理各方面相关问题展开讨论,并现场观摩医院招标采购活动。为配合中国医药卫生事业“战略前移,重心下移”总指导思想和方针,主办方还将举办个人、家庭及社区健康信息网络系统研讨会,并专门邀请航空医学研究所、解放军总医院、第四军医大学以及来自上海、沈阳、无锡等地远程信息中心的专家与行业人士进行探讨与交流。

(王玉婷)

中国车企踊跃参加
开罗国际汽车展

本报讯 第18届开罗国际汽车展近日在埃及开罗会展中心开幕。多家中国汽车制造企业参加了这一展会,力求以此为平台,进一步开拓北非和中东市场。

每年一届的开罗国际汽车展是北非和中东地区最大的国际专业汽车及配件展会,本届车展吸引了来自全世界20多个国家的近40家整车制造商和近百家相关产业的厂商参展,包括各大国际知名汽车品牌,展览面积约4万平方米。

参展的中国自主品牌汽车企业达到将近10家,其中多家企业如奇瑞、一汽、比亚迪和力帆等都在主要展馆的显著位置布置展台。据悉,中国车企在展会上普遍推出针对埃及市场的主打车型,有的企业还带来在中国国内畅销的拳头产品,而进入埃及较早的企业则发布了在本地设计制造的新车型。

比亚迪是较早进入埃及市场的中国车品牌之一,已有多款产品在埃及的合资工厂组装生产。其销售经理艾哈卜介绍说,比亚迪在本届展会的主打产品是在中国市场销售名列前茅的F3车型,其自动挡型号也即将实现本地化生产,价格仅为6.4万英镑(1美元约合5.8英镑),中等收入的埃及消费者都能接受。

(冯康 朱俊清)

走时尚平民路线 裘皮制品扩展市场空间



本报记者 兰馨 摄

■ 本报记者 叶灵燕

“虽然中国裘皮产业在发展道路上遇到了很多困难,但发展趋势是向上的。中国国际裘皮革皮制品交易会就要做品质和品牌,只有这样才能成为行业检验中国裘皮产业的试金石和风向标。”中国国际裘皮革皮制品交易会秘书长王烨在接受记者采访时说,裘皮交易会坚持裘皮产业链定位,坚持发挥“树形象、创品牌、建网络、做生意”功能,坚持探索符合行业交易需求的会展模式,通过展馆交易、流行趋势发布、设计大赛、专业论坛、时尚杂志等立体服务模式,成为值得各方信赖的交易平台及当下全球裘皮产品贸易链条不可或缺的重要一环。

近日,在北京国家会议中心举办的第37届中国国际裘皮革皮制品交易会吸引了来自中国、美国、加拿大、英国、挪威、丹麦、芬兰、俄罗斯、韩国、意大利、土耳其、希腊等国家和地区的近300家国内外知名裘皮企业积极参展。同时,还吸引了国际裘皮协会、哥本哈根皮草拍卖行、北美裘皮协会、俄罗斯联合皮草拍卖行等国际知名裘皮组织和机构纷至沓来。

中国成重要的裘皮制品消费市场

“中国市场在整个国际裘皮市场中占70%的份额。”东北虎时装有限公司董事长张志峰向记者表示:“不敢想象,如果没有中国的参与,国际裘皮市场会怎么样。”

在以往,世界裘皮产品的主要消费市场是美国、德国、法国、日本等发达国家,但近些年来,欧美市场每况愈下,俄罗斯、中国等新兴市场迅速崛起。目前,俄罗斯已经成为裘皮第一消费大国。随着中国经济的快速发展,以及人们对裘皮产品的需求增加,中国已成为一个非常重要的消费市场。

与此同时,在国际裘皮生产加工领域,中国已经超越其他的竞争对手,成为国际裘皮产业链中最大的加工贸易国。国际上几家大的裘皮拍卖行中,有些拍卖行超过50%的产品被中国商人采购,然后进行加工,出口欧美市场。

近年来,中国裘皮市场不仅消费需求强劲,而且增速惊人。在此次交易会上,作为世界知名的皮草拍卖行,哥本哈根皮草拍卖行副总裁兼销售总监肯尼斯·罗贝格给出了该机构的详细调研报告,过去中国裘皮消费年增长为

15%,未来10年预计年增长10%左右。

据中国皮革协会的数据显示,全球裘皮服装年产量在250万件左右,中国消费者买走了其中的150万件。全球裘皮总产量已经进入了对稳定的时期,而中国裘皮消费则进入了快速的上升通道,因而占全球的比重还将进一步提升。估算下来,目前中国每百人有能力拥有裘皮服饰数量是三到四件,裘皮消费刚好进入“井喷期”。与国外“贵族化”不一样,裘皮服饰在中国走的是时尚化、平民化路线,估计中国有裘皮消费能力的人不少于3.4亿,市场潜力大。

张志峰指出,中国裘皮产业的现状是“皮价高、卖价低、利润低、存货多”,应警惕“泡沫”出现。

“贵族”时尚平民化

记者在展会现场注意到,素有“软黄金”之称的裘皮在过去属于“贵族”所享受的奢侈品,但是现在走起了时尚化、平民化路线。

“近年来,裘皮制品很受欢迎,很大程度上和它的设计越来越时尚化、越来越年轻化、越来越平民化有很大关系。”来自浙江桐乡的参展商王女士告诉记者,富有创意和想象力的设计师们运用各种流行元素,赋予了裘皮时尚、动感与热情,掳获了许多“既爱温度又爱风度”的爱美一族的芳心。

走马观花

北美车展:全球汽车市场复苏的报春鸟

作为全球五大车展之一的北美车展,因金融危机沉寂一段时间后,再度集聚了全球各大厂家的目光,纷纷推出重磅车型。可以说,以美国为代表的传统汽车市场,经历了两年的低沉,开始走上了复苏之路,而“电”也成为复苏之后的关键词。

2008年全球金融危机爆发后,美国汽车工业就陷入了萧条期,而通用汽车与克莱斯勒汽车相继破产,让美国汽车产业,乃至全球汽车产业的衰退达到了谷底。在此背景下,去年底特律车展惨淡异常,汽车巨头的缺席,展厅内昏暗的灯光,让美国汽车市场的窘境一览无遗。

与之成形鲜明对比的是,经过了一年的恢复,今年的北美车展可谓热闹非凡。车展新闻发言人表示,由于公众对经济前景信心增加以及汽车市场环境不断向好,今年车展的参观人数将继续较往年有所增加。

从车企参展车型来看,通用、福特以及克莱斯勒本土三巨头都投入了重兵,并主动调整了策略,迎合汽车工业未来发展之路,推出多款小排量节能环保车型以及新能源车型。其中,通用带来别克新Verano、雪佛兰2012款SONIC等车型;福特更是发布10款“绿色”车型,包括3款全球首发的新能源车等等。

而欧洲各大传统劲旅也不敢有丝毫怠慢,投入多款重磅车型。其中,在美国市场较为弱势的大众汽车集团,为了叫板丰田,带来了大众新帕萨特、奥

迪新A6等战略性车型,以继续加强美国市场的影响力。保时捷在阔别北美车展3年后,再度回归,带来保时捷918RSR等新车。保时捷相关负责人表示,回归车展不但表现出美国市场的重要性,也证明车展是车企在北美市场宣传的重要途径。

此外,美国汽车市场传统实力派日系车,也继续演绎在新能源领域的实力。丰田推出普锐斯V,本田带来了思域两款概念车型等等。

无疑,一个车展可以看出整个汽车市场信心。两年间,北美车展一冷一热,也证明了以美国为代表的全球传统汽车市场已经复苏,开始了新征程。相关数据显示,去年12月份,美国轿车及卡车的销售量达到114万辆,同比增长11%。而2010年全年的销售量为1160万辆,也较2009年增长了11%。

北美国际汽车展的前身是底特律汽车展。1907年,底特律汽车经销商协会主办了首届车展,当时有17家厂商和33辆汽车参展。1989年,底特律汽车展更名为北美国际汽车展。从1995年起,来自美国和加拿大的约50位专业汽车行业记者组成独立评审团,每年一次评选并颁发北美年度轿车奖和卡车奖。他们从设计、安全、操作、创意、驾驶舒适度和性价比等方面对汽车进行评估。年度轿车和卡车奖项均在北美国际汽车展的媒体开放日首日公布。

在100余年的时间里,世界汽车工业突飞猛进,北美车展也从最初的地区性车展演变成成为展示世界汽车工业发展水平和潮流的重要窗口。(钟欣)

天津首届梨园迎春花卉节开幕



本报讯 近日,中国·天津首届梨园迎春花卉节开幕,标志着天津市春节花卉市场迎春旅游与销售的全面启动。

为使本届花卉节更有新意、有特色、有亮点,主办方以“百花齐争妍,春色满梨园”为主题,推出了六大时尚主题文化活动,分别是首届梨园迎春花卉节开幕式文艺汇演、首届梨园迎春花卉精品花卉展、首届梨园花卉杯摄影大赛、首届梨园花卉杯插花大赛、梨园工艺品鉴宝大会和观赏鱼展示活动,丰富了市民的春节文化活动。

(唐树燕)

节庆快递