



信息集结号

香港国际印刷及包装展4月举办

本报讯 由香港贸发局和华港国际展览有限公司合办的2011第六届香港国际印刷及包装展,将于4月27日至30日在香港亚洲国际博览馆举办。截至目前,来自德国、韩国及印尼的企业已报名参展。

在本届展会上,将特设环保印刷及包装方案、食品及饮料包装方案。其中,环保印刷及包装方案不但将网罗一批取得相关国际认证的印刷及包装企业,还将陈列一系列环保物料,而新增的食品及饮料包装方案则将介绍不同的包装物料、方法和容器。

展会期间,还将举办香港礼品及赠品展。届时,免费穿梭巴士将来往两地,一方面让买家采购特色礼品及赠品,另一方面饱览各种产品的最新包装及印刷技术。(郭 玫 张双文)

纺织面料及辅料展处处体现融合

本报讯 将于3月30日至4月1日在北京中国国际展览中心举办的第十七届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会,将处处体现着融合,包括趋势与产品的融合、技术与创新的融合、本土与国际的融合等。设计师和采购商在这里,将体验到最新的纺织技术、最前沿的潮流趋势、最“国际化”的本土设计。

近年来,流行面料趋势展示区已成为展会的标志性展区。对于纺织潮流前沿的设计师和采购商来讲,展会现场的趋势发布不但越来越能体现本土流行和国际潮流的结合与变化,而且已经成为国内展示最好面料的窗口。(焦克然)

移动安全成世界通信展焦点

本报讯 日前,2011世界移动通信展(MWC)在西班牙巴塞罗那举办。来自全球的行业顶尖专家云集展会,就3G技术及应用、3G产业的走势等进行了深入的研讨。

伴随移动互联网的高速增长,一系列移动安全隐患也在威胁着全球52.8亿手机用户信息(国际电信联盟数据)的安全。移动安全行业越来越成为整个移动互联网产业链的重要组成部分,是本届世界通信展关注的焦点。

作为唯一应邀出席的中国移动安全服务企业,北京网秦首席执行官林宇指出,如何确保手机中的信息得到有效保护,一直是用户最为关心的热点。鉴于此,他们派出了强大的阵容,向全球展示移动安全的技术创新。(谢 月)

广州影剧院设施进出口交易会3月举办

本报讯 由亚洲影剧院联盟协会等联合主办的2011第二届广州国际影剧院设施进出口交易会,将于3月3日至5日在中国进出口商品交易会展览馆举办。

据悉,中国电影票房正以每年25%的速度增长,各类剧场也呈爆发式增长,中国已成为世界上最大的影剧院设施生产和出口国。

据了解,本届交易会展示的范围包括影剧院播放设备、灯光音响、影剧院家具、装饰材料及电影制作及拍摄等相关设备。目前,交易会已吸引了众多企业报名参展,包括大丰、鸿基、名人椅业、星光大道、恒润、影达等。(谭 雪)

■ 本报记者 周春雨

“我已经12年没有与家人一起过除夕了。”沈阳杰仕工艺品有限公司一位不愿具名的负责人坦陈,因为每年都要参加德国法兰克福国际圣诞礼品世界展览会(Christmas World,以下简称圣诞礼品展),2011年的春节,她还是和往年一样,与同事在法兰克福的圣诞礼品展上忙着撤展中度过的。当她回到家时,已经是大年初三了。

虽然法兰克福圣诞礼品展闭幕的时间是2月1日(中国农历腊月二十九),但由于部分中国参展商的参展规模大、展示产品多、撤展时间较长,所以他们不得不放弃春节与家人的团聚。这样一来,来自中国的参展商在展会现场多了相互间的沟通和了解,少了激烈的竞争。

多家参展商表示,此次参展,只为探路今年圣诞礼品市场。

新品才是“利器”

“每年参展必须要展示新品,否则没有意义。”杰仕的负责人向记者透露,今年租赁的展台只有60平方米,比往年100平方米的规模少了2/5。记者看到,他们的展位是封闭的,有意向的客商进入展位后才有机会看到最新的产品。如果客商只是随意看看,只能看到挂在展台外侧的少部分展品。即便如此,该负责人还是和同事分别

坐在展台的两侧,以防同行拍照。

事实上,法兰克福展馆现场张贴有醒目的严禁拍照的标识,但和杰仕一样,仍有部分中国企业特别警惕偷拍。据杰仕的负责人介绍,近年来,每年到法兰克福圣诞礼品展参展,几乎都可以拿到全年的订单。如果企业没有展示新产品,即便是长期的合作伙伴也不买账。鉴于此,他们每年都会展示最新的设计和产品,否则,参展没有任何意义。

记者在展会现场采访发现,尽管很多来自浙江、福建等地的参展商只是租了一个标准摊位,但他们同样都是以展示新产品为主。在现场还不难发现,有的企业虽然在展位上只是简单地展示几款产品,但一旦客户有意向,他们便会从行李箱里拿出不同的产品来,与客户洽谈。据介绍,这是参展商为了防止产品被拷贝所经常采用的手法。

的确如此,新产品是参展商吸引客商的最好“武器”。只是圣诞节年年过,但每年都出新产品却不是一件容易的事。对此,有参展企业表示,产品不仅要新,而且还要符合当下欧洲年龄偏小的消费者的心理,这是更费心思的事情。

展位布置缺特色

“这些产品都是为此次展会准备的。”辽宁辽阳宏宏成工艺品厂参展人

员告诉记者,此前,都是欧洲代理商或经销商展示他们的产品。今年,他们首次到法兰克福参展,直接了解欧洲客户对产品的需求。

据该工作人员介绍,宏宏成的海外客户一般都是通过广交会结识的。因此,他们一直都是通过客户对产品的选择,来猜测欧洲市场消费者的喜好。这次参加圣诞礼品展,就是想面对面了解欧洲市场的情况。

或许是首次参展的缘故,宏宏成展示的产品都被简单地悬挂在展板上,缺少立体感。而欧洲展商的展位布置得很温馨,非常有亲和力。记者发现,相比欧洲展区的客商如织,中国展区则显得有些冷清。对此,参展商表示,由于有的企业是第一次参展,因此缺少布展经验,也不了解往届圣诞礼品展现场的情况。

针对这一现象,有业内人士表示,缺少对展台的精心设计和布置,造成了中国参展商在展会现场没有竞争优势。事实上,有些欧洲参展商其实只是经销商,所展示的产品也都是“中国制造”。然而,尽管是同样产品在同一个展会上参展,可欧洲展台颇具特色,吸引了众多眼球,这是中国企业要学习的地方。

记者在展会现场看到,相比欧洲参展商将展台布置得很具“圣诞味”,来自中国浙江、福建、广东等地的参展商的展台布置的确少了圣诞节的气氛,难免有点冷清了。

市场变化快

“这是我们连续第5年参加圣诞礼品展,效

展业聚焦

果还可以。”青岛美泉工贸有限公司杨莉莉一边向记者介绍参展的情况,一边整理人造花束,试图将他们放在一个合适的位置。

杨莉莉介绍说,以前参加广交会时发现欧洲圣诞礼品市场还有空间,因此,他们每年2月到法兰克福参加国际圣诞礼品世界展,4月和10月参加广交会,实现了国际国内两个市场一起抓。

杨莉莉表示,外贸出口型企业是哪里有什么市场就去哪里参展,哪里有市场就关注哪里。多年来,这是一个行之有效的模式。她坦陈,礼品虽然是小产品,但也需要高科技,如不与高新技术同步,只能是被淘汰出局。

业内权威人士表示,近年来,随着互联网技术的发展,礼品市场也日新月异,竞争不可谓不激烈。2008年底的全球金融危机,致使亏损严重的出口商们纷纷转向内销,将目光放在国内市场上。但随着国内通胀趋势的加重,中国市场行情依旧不容乐观。因为在收入增长速度远落后于物价上涨时,人们会首先选择减少不必要的开支,将钱用在购买生活必需品上,而礼品工艺品往往成为被节流的“炮灰”。

不可否认的是,欧洲仍是欧洲出口商品的重要销售地之一。

杨莉莉表示,产品除出口欧洲外,还有美国、澳大利亚、中东等国家和地区。她相信,随着全球经济的复苏,礼品市场会逐步繁荣的。

市场风向

兰花产业化才能走进千家万户

■ 张 蕾

“我们公司最贵的兰花是5000元一株的如意素荷,至于点苍梅、黄金海岸、小雪素等品种,也就是每盆100元至300元。”在第21届中国(昆明泛亚)兰花博览会(以下简称兰博会)兰花产业化论坛上,大理兰园花业的负责人李光宏介绍说,实现国兰精品品种的产业化发展是公司的发展目标和任务。而笔者也从本届兰博会上发现,大部分兰花品种放下了高高在上的身价,走上精品培养与产业化并举的道路。

可能很多人对2006年火爆的兰花市场仍记忆犹新,80多万元的海螺、200多万元的大唐凤羽、几百万元的大唐盛世。兰花被疯狂炒作过后,人们对兰花的认识回归理性,目前全国市场的兰花价格已归于平稳,甚至有人用低谷来形容。在兰花产业化论坛上,昆明市林业局副局长刘德钦分析,当前兰花市场的春天已经来临,这是兰花产业崛起的最好机会。但是,只有形成高、中、低端不同的产品系列,使兰花走向民生、走向大众,兰花产业才有希望。来自全国各地的兰花专家、企业家、官员认为,兰

花产业化是兰花健康发展的必然途径,是兰花走进千家万户最好的路径,是实现国兰出口的唯一办法。

在谈到如何实现兰花产业化时,中国花卉协会兰花分会副会长陈栋告诉笔者,首先要拥有别人不能替代的品种资源,掌握大规模、低成本的繁育栽培技术,并且还要支持发展一批从事规模生产的产业组织、龙头企业。而品种方面则不能一窝蜂似的全部上市,要有策略、有步骤地推出新品种,不断储备高中低端品种,形成不同区域各具特色的商业化兰花。各地兰花协会更应该把评选重点放在实现了规模生产的兰花名品上,依据年产量、年销售量、审美价值等内容确定参选资格,引导企业走兰花产业化道路。

云南兰花产业化已经破冰、起步,“十二五”兰花产业化的目标为产值600亿元,政府扶持资金将达6000万元。目前,云南有3个企业正在研制如何萃取兰花香精,并计划和中科院合作,建成世界最大、最好的香水生产企业。昆明市也将在距离新机场3公里的地方建设5000亩的昆明泛亚兰花产业园,打造第二个斗南,让兰花成为花卉里的精品。

节庆快递

3D为柏林电影节带来阳光

本报讯 第61届柏林电影节近日举办,共有来自58个国家和地区的近400部电影参展、参赛。漫步欧洲电影市场,人们能感受到3D技术对电影产业的冲击和拯救力。

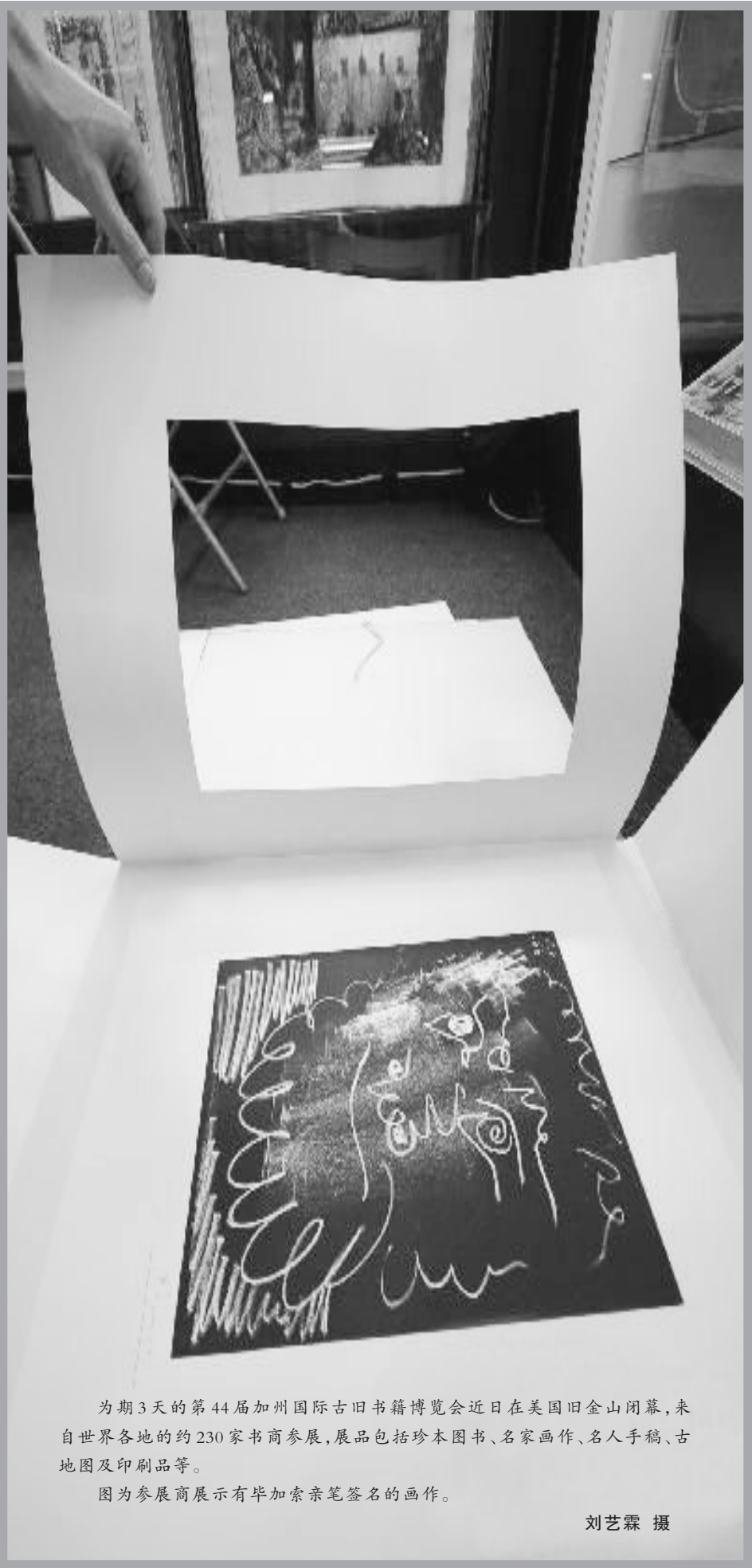
欧洲电影市场是柏林电影节的重要组成部分,也是与戛纳电影市场和北美电影市场并驾齐驱的国际性电影市场。

柏林电影节期间展映的《夜的故事》、《皮娜》和《被遗忘的梦的洞穴》3部3D影片,受到热烈追捧。业界认为,3D热很可能对柏林电影节的交易产生积极影响。据悉,今年柏林电影节总共为购片商、制片商和发行商放映了约30部3D

影片,而去年只有11部。

但也并不是所有业界人士都如此看好3D的未来。德国制片人格哈茨·菲莱这次来柏林电影节是为了销售其2D影片。他说:“我本人并不痴迷3D,我觉得它不是必需的。”但是,在回答如果他带来的影片一开始就用3D技术制作,销售情况是否会好一些时,他的回答又是肯定的:“我想会的,因为现在人人都想看3D。”

“本性使然,人不能总是呆在黑暗里,每人都需要一点阳光,电影也一样。”欧洲电影市场女主管贝姬·普罗布斯特如是说。(特蕾西·古德温)



为期3天的第44届加州国际古旧书籍博览会近日在美国旧金山闭幕,来自世界各地的约230家书商参展,展品包括珍本图书、名家画作、名人手稿、古地图及印刷品等。

图为参展商展示有毕加索亲笔签名的画作。

刘艺霖 摄