



## 第二十届音响·灯光·乐器及技术展即将启幕

本报讯 5月26日至29日,第二十届中国国际专业音响·灯光·乐器及技术展览会(PALM EXPO 2011)将在北京中国国际展览中心和全国农业展览馆举办。本届展会由中国演艺设备技术协会牵头,并联合中国技术市场管理促进中心和新加坡国研会展私人有限公司共同主办。

据中国演艺设备技术协会副秘书长兼展览部部长陈正钢介绍,本届展会展位数量将达1200多个,参展企业数量近1700家,展览面积为8.5万平方米。本届展会还将继续设置有关特色展区:2010年度行业优质产品展区将集中展示2010年度演艺设备产品中的杰出代表,INSTALL CHINA音视频集成特色展区将重点展示演出音视频、网络视频会议系统等。与往年一样,展会期间还将举办一系列活动、赛事。

陈正钢表示,各项活动的筹备准备工作已经就绪,报名参加的单位和个人与2010年相比,分别增加了50%和100%以上。(静安)

## 首届新材料产业博览会9月哈尔滨举办

本报讯 记者近日获悉,由工信部与黑龙江省政府共同主办的首届中国国际新材料产业博览会,将于9月6日至8日在黑龙江哈尔滨举办。本届展会以“新材料、新机遇、新发展”为主题,旨在落实《国务院关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定》,展示中国新材料产业发展水平,促进企业沟通信息,推动行业技术合作。

据记者了解,本届展会将设置1200个国际标准展位及公共区域,按照国际展区、行业展区、企业(院校)展区和综合展区4个分区设置。此外,展会期间还将举办新材料产业发展院士报告会、政策解读、科技成果发布、经贸洽谈等一系列活动。

黑龙江省副省长徐广国认为,在黑龙江省举办新材料产业博览会,具有地缘、资源、产业和科技优势,必将为国内外新材料产业发展搭建一个理想的合作交流平台。(叶子)

## 小种红茶 闪耀茶展

本报讯 在2011中国(北京)国际茶叶及茶艺博览会上,记者了解到,随着人们生活水平的不断提高,对茶叶品质的要求也不断提高,高价的正山小种红茶日益受到追捧。

“正山小种红茶是茶中精品,应走‘以质取胜’的道路。”国家茶叶质检中心主任骆少君说:“为什么质量上乘的中国红茶在国际市场上不占优势?一个重要因素就是市场运作还处于起步阶段,正山小种红茶同样存在这个问题。所以,让消费者认识、让市场认识正山小种红茶是当务之急。”

据了解,正山小种红茶是世界上最早出现的红茶,距今有400多年的历史,产自江西进入福建的关口——桐木关(即武夷山市星村镇桐木关)。据传,明末清初时局动荡,有一支军队占领茶厂,特制的茶叶无法及时烘干。茶农为挽回损失,采取松木加温烘干,使茶叶特含一股浓郁的松香味,得到消费者喜爱,由此产生了正山小种红茶。

在茶叶市场推广方面,观众黄思忠建议,茶产商可以和企业相互合作,将茶叶做成礼品茶,包装上写上企业的名字,这样对茶商、对企业都是双赢的。

在记者采访的过程中,有很多人前来咨询商谈合作,其中有位姓刘的女士给记者留下了深刻的印象。她向记者表示,只要能找到真正的好茶,跑多远她都不在乎。(王柯)

# 中外企业“深耕”按摩健身器材市场

■ 本报记者 叶灵燕

“参展前两天,我们便收集到600多张观众名片,其中近400张为潜在代理商的名片。”谈及参加2011中国国际体育用品博览会(以下简称2011体博会)的感受,首次参展的健身运动器材生产商厦门钢宇工业有限公司相关负责人如此表示。

这正印证了“人们对按摩器材需求不断增加,中国按摩健身器材市场容量惊人”的说法。国家体育总局器材装备中心主任马继龙在接受记者采访时介绍说,占据了4个展厅的健身康复器材展区俨然被打成了2011体博会的“展中展”,规模为所有展区之最。可就是这样的规模还是无法满足健身器材企业的参展需求。为了维持行业平衡,让更多企业得到参展机会,组委会不得不限定每个企业的参展面积不能超过400平方米。

记者注意到,由好家庭、澳瑞特、英派斯、乔山、舒华、BH(必艾奇)等知名品牌“捧场”的健身康复器材展区,因占据4个展厅成为本届体博会的最大看点。而作为健身康复器材展区的重要组成部分,按摩器材企业展区则由以往的半个展厅增至一整个展厅,成为本届展会一大亮点。

据记者观察,在本届体博会上,中国健身器材品牌稳步前行,积极“深耕”按摩

健身器材市场。

## 国际巨头抢夺市场

“按摩器材商的参展热情,反映了跑步机经过几年的‘狂奔’后,市场已经形成了焦灼的竞争局面,中国健身器材行业需要一个新强势品类作为支点,支撑行业未来十年发展。”与记者聊及按摩器材商的参展情况时,来自上海的采购商周先生认为。

记者从本届体博会上了解到,目前,国际市场按摩产品的销售已达100多亿美元,每年的增长速度达30%。伴随着城市人口的持续递增,中国按摩健身器材市场在未来两三年内将迎来井喷。

“未来5年,将是中国家用健身产品高速发展的5年,复合增长率可能达40%以上。预计到2015年,中国按摩健身器材将达到500亿元人民币以上的市场量。中国会成为继美欧市场之后的最大家用健身器材市场。”全球家用健身器材巨头——BH亚太区总裁林福海预测。

记者通过采访参展企业BH和JOHNSON(乔山)后得知,随着美国顶级家用健身器材品牌sole(速尔)的加入,包括欧洲最大健身器材商BH、美国最大健身器材商ICON(爱康)、亚洲最大健身器材品牌JOHNSON在内的全球最具影响力的

家用健身器材四巨头已经齐聚中国,并开始全力开发、抢夺中国按摩健身器材市场。

正是看到了这一机遇,中国健身器材企业也纷纷开始涉足按摩器材领域。在本届体博会上,澳瑞特推出了最新研发的精准力量训练智能测试系统;英派斯精心打造了以运动干预为核心,以膳食营养干预、生活习惯调整为辅助,以健康秘书及能耗仪为指导的监测介质,全方位、全过程实施个性化健康管理的爱动健康管理服务;舒华大手笔呈现,不仅展示了舒华跑步机、舒华训练器等经典产品,同时还强势推介其新出的中高端产品——舒华欧塔库按摩椅系列……记者在展会现场看到,来自全国各地的买家纷纷驻足看产品,听讲解,表现出浓厚的兴趣。

## 民族企业打造品牌

2011年,中国健身器材行业成为业界关注的焦点。在过去10年间,中国健身器材品牌经历了创牌、立牌的艰难萌芽期之后,借由奥运会等大型赛事带来的全民健身热潮,进入高速发展的扩张期。未来10年,中国健身器材企业将如何完成品牌的升级蜕变,借助产品创新突围?

“当竞争异常激烈时,企业必须打造自己的品牌,提高产品附加值,否则有可能被市场淘汰。这也有可能促使市场重

新洗牌,关键是看谁有能力抓住机会。”青岛英派斯健康发展有限公司华北区销售总监韩万里告诉记者:“目前,健身器材行业遇到了发展瓶颈:市场大但利润小。只有坚守质量、不断创新、积累品牌,健身器材企业才能真正改变经营现状。”

厦门钢宇也意识到品牌对提高市场竞争力中的作用。“未来,我们将继续携手体博会,让新推出的自有品牌在全国打响。”厦门钢宇工业有限公司相关负责人对体博会和自己品牌的信心十足。

“经过多年的产品创新和品牌积累,舒华已成为中国健身器材市场的领军品牌。在本届体博会上,舒华高调推出舒华按摩椅系列,是不断完善舒华运动健身器材产品线、真正打造中国体育健身产业航母的必经之路。我们相信,舒华的加盟商、代理商和合作伙伴将成为其中的受益者。”舒华(中国)有限公司副总裁、营销事业中心总经理曾水治表示。

面对激烈竞争,一些优秀民族企业的积极参与态度让人们看到本是微利的健身器材行业新的发展曙光。



展业聚焦

## 第二届海峡两岸优良农产品洽商大会精彩可期

■ 本报记者 方凡

“7月14日至17日,第二届海峡两岸优良农产品洽商大会暨海峡两岸农产品贸易洽商会将在北京中国国际展览中心举办。”5月20日,中国台湾优良农产品发展协会(简称CAS协会)董事长张晃祥向大陆媒体介绍说,该协会去年在台湾举办了第一届洽商大会,并邀请大陆近400位专业买主赴台湾进行洽谈。为了让更多大陆消费者认识CAS标准,今年,CAS协会将第二届洽商大会移师北京举办。届时,将有近80位台湾CAS业者参展,展示并营销500多项CAS产品,并与大陆专业买主进行贸易洽谈,以期能够拓展营销通路。

CAS协会执行长沈永铭在接受记者采访时说,大陆买主在第一届洽商大会上签下了2000多万美元的订单,第二届洽商会保守的订单额估计在1亿元人民币。

中国贸促会副会长于平指出,海峡两岸台湾优良农产品洽商大会不仅可以扩大两岸在农产品领域的贸易与投资合作、搭建优质台湾农产品的交易平台,而且还可以为两岸农业的技术和资讯交流搭建桥梁。

2010年,ECFA(《海峡两岸经济合作框架协议》)拉近了台湾农产品与大陆消费者的距离。今年1月,大陆方面核准了CAS台湾优良农产品的注册证,使大陆消费者可以明确地辨认台

湾优良农产品,安心地选用优质、安全的台湾农产品。

据张晃祥介绍,CAS是台湾优良农产品证明标准的简称,是台湾方面以“优质农业”及“安全农业”为理念,推动具备“原料来自台湾,制程严格把关”特性的产品,并授予产品证明标准。该标准制度在台湾已推行20多年,凭借严格的章管理制度,严把农产品质量。CAS产品均以台湾生产的农林渔畜产品为主要制成原料,其产品类别、质量规格、标准及标示内容均符合明确规范,其生产加工及厂房设施、制程、质量管理均定期接受查验,并通过产品抽检、业者追踪及辅导管理等制度加以严格把关。

“CAS台湾优良农产品涵盖肉品、冷冻食品、果蔬汁、食米、林产品及乳品等15大类别,通过验证厂商数达334家,产品数6271项。”张晃祥称,虽然目前部分产品尚未正式进入大陆市场,但相信通过两岸紧密的协商交流,未来将可逐步推进与大陆消费者见面。

沈永铭告诉记者,在第二届洽商大会结束后,北京的一些大型超市将会出现具有CAS认证的台湾优良农产品。除了北京,上海也是首批推广CAS台湾优良农产品的一线城市。

“两岸农业优势互补,两岸农产品的良性互动将为两岸的消费者提供更加廉价物美、新颖多样的农产品,也将丰富和拓展大陆的消费市场,推动两岸农业的共同发展。”于平表示。

## 推动东北亚交流 加快区域间合作

# 东北亚博览会新挑战前再出发

■ 本报记者 范丽敏

“9月6日至11日,第七届中国吉林·东北亚投资贸易博览会(以下简称东北亚博览会)将在吉林长春举办。”吉林省副省长陈伟根近日在京举办的第七届东北亚博览会新闻发布会上表示,当前全球经济复苏缓慢、各国通胀压力增强,经济结构性矛盾凸显、发展不平衡性突出、地区热点问题此起彼伏,特别是今年3月11日日本特大地震,给东北亚区域经贸交流合作带来了一定影响,也给第七届东北亚博览会带来新的挑战。但同时,在经历国际金融危机冲击后,东北亚区域各国寻求双边和多边经贸合作的愿望愈发强烈,日本灾后重建和产业布局调整也为区域合作提供了更为广阔的空间。

## 拓展展示空间

“今年是‘十二五’规划开局之年,国

家发改委正在组织力量编制东北地区‘十二五’振兴规划。”国家发改委东北振兴司副司长王化江介绍说,第七届东北亚博览会将专门设置中国东北地区“十二五”振兴规划展示馆,展示中国东北地区“十二五”规划中重点发展的支柱和优势产业,并同期举办东北地区“十二五”振兴规划解读暨项目发布会。

陈伟根表示,除了中国东北地区“十二五”振兴规划展示馆外,本届东北亚博览会还将设六大展示馆:一是香港商品馆,展示中国香港的高科技电子、食品、玩具、家居用品、时尚用品、化妆品等特色商品;二是台湾商品馆,展示中国台湾地区的食品、电子、轻工、文化创意等特色商品;三是东北亚国家商品馆,主要展示朝鲜、日本、韩国、蒙古国、俄罗斯的特色商品;四是食品医药馆,展示欧美、东南亚国家以及国内相关省市区市的食品、医药等商品;五是科技电子信息馆,展示欧美国

家国内相关省市区市的高科技电子信息商品;六是吉林投资合作馆,展示吉林省国家级开发区、省级开发区、特色园区的投资环境及投资项目和吉林省重点产业的代表性企业形象。“其中,食品医药和科技电子信息两个专业商品馆是本届展会新增设的展馆。”他说。

东北亚博览会期间,还将举办第五届东北亚经贸合作高层论坛、第十六届东北亚地区地方政府首脑会议等多个高规格、高层次的会议论坛。

## 促进东北亚交流合作

“举办东北亚博览会是中国政府为了推动中国与东北亚各国在经贸、投资、文化、科技等领域的交流和加快推进区域合作进程而采取的一项战略举措。”商务部副部长陈健表示,东北亚地区是世界上经济发展最有活力的地区之一。东北亚6国有17亿人口,GDP占

全球总量的20%。这个地区的经济发展潜力很大。他希望东北亚各国充分利用东北亚博览会的平台,共享发展机遇、增进友好往来。

据记者了解,中国吉林·东北亚投资贸易博览会是由商务部、国家发改委、吉林省政府共同主办的国家级展会,是世界上唯一由东北亚各国共同参与并面向全球开放的国际性区域综合博览会。2005年至今,东北亚博览会已连续举办6届,吸引了来自世界117个国家和地区的27万专业客商参会。各国副部(省)级以上政要535位,世界500强企业超过300家;商品贸易成交额累计达27亿美元;签订投资合作项目1278个,签约投资总额超过6200亿元人民币。

6年来,东北亚博览会已发展成为东北亚各国企业走向世界的重要窗口,为促进东北亚区域和平、和谐、合作、发展发挥了积极作用。



日前,2011年国际现代工厂/过程自动化与装备展(FA/PA)在北京国家会议中心举办。本届展会一大创新是首次开辟了自动化服务和OPC两大全新展区,各大展商也倾情演绎自动化服务解决方案、XML领域的技术革新和应用。

同时,展会加强了对轨道交通、智能电网、风电、汽车制造等自动化应用行业的关注,同期举办了绿色节能技术与可持续发展论坛、再制造产业大会及汽车零部件再制造论坛等多项会议,专业性强,实用性突出。(许峰 应川)