



■ 本报记者 周春雨

6月1日至3日,在第39个“世界环境日”到来前夕,由中国贸促会与日本经济团体联合会联合主办的2011中日绿色博览会(以下简称中日绿博会)在北京国家会议中心举办,全国政协副主席白立忱出席开幕式并发表演讲。

白立忱在讲话中指出,发展绿色经济成为当今世界的一个重要趋势。中国政府高度重视环境保护和气候变化问题,中国将紧紧抓住推动产业转型升级和发展绿色经济的历史机遇,加快发展节能环保产业,树立生态文明理念,推动经济社会可持续发展。

白立忱表示,2011年中日绿色博览会顺应时代潮流,是中日两国间开展节能环保合作的又一次积极行动。他希望借此良机进一步推进两国绿色经济界的合作与交流,开创中日经贸合作新局面,为促进两国经济发展和本地区繁荣做出新的更大贡献。

中日绿博会得到了中国外交部、环保部、商务部和日本外务省、经济产业省、环境省等中日政府部门的大力支持,中日友好协会名誉顾问唐家璇担任中方组委会名誉主任,中国贸促会会长万季飞担任主任。

推进高效务实合作平台

“本届绿博会具有‘高层、高端、高效’的特点。”万季飞阐释,“高层”是因为中日绿色博览会在中日两国高层会晤达成共识的基础上诞生的;“高端”是因为集结了中日两国绿色环保工业领域知名企业、引领世界生态园区发展趋势的产业园区和在绿色经济建设中取得卓越成就的领军省市;“高效”是因为在绿色环保工业领域搭建中日两国企业与公众间的广泛交流平台,在公众和消费者间传递环保信息,从而促进人类对环境问题的深入思考和提升保护意识,同时在世界舞台逐步培育中日两国的知名环保品牌。

近年来,地球气候正经历一次以全球

中日合力发展低碳产业

变暖为主要特征的显著变化。为加快建设资源节约型、环境友好型社会,促进经济的可持续发展,中国政府不断落实节约资源和保护环境的基本国策,大力倡导生态文明建设,并发布了《中国应对气候变化国家方案》。按照“十二五”规划,中国政府将加大力度,进一步培育绿色产业规模,构建节约环保、经济高效的现代产业体系,力求使环保产业成为中国的朝阳产业和引领绿色经济发展的支柱产业。

中日绿博会规模达2.2万平方米,展馆分为中国馆、日本馆两大部分。其中,中国馆按地方政府、生态园区、环境技术、农业产品、汽车产业以及金融与服务等6个板块布局,呈现中国在推进绿色产业和绿色经济进程中的政策方针、举措和成果。日本馆从电子产业、资源能源领域、重型机械及生产设备、运输行业、制纸及日常用品、社会基础设施以及金融服务等方面,展示日本的尖端技术、优质产品以及先进理念。

日企提供绿色解决方案

在诸多的日本参展企业中,东芝集团以“富足生活 保护环境”为主题,通过影像以及大型立体模型,展示了未来智能社区。同时,通过能源解决方案、楼宇综合解决方案、办公解决方案、区域综合解决方案、住宅解决方案5个展区展示了最新的技术和产品。

据介绍,东芝集团本次参加中日绿博会,在基础建设领域中对区域整体的水、

电、气、交通各种基础设施进行整合的智能社区以及对能源、楼宇、小区、住宅、办公楼中使用的环境技术进行了展示,希望通过绿博会这个平台,为社会基础建设领域的各种问题提出综合解决方案。

据东芝家用电器销售(南海)有限公司北京管理中心区域经理杨军介绍,东芝498升的多门冰箱,其数字变频压缩机使用的是微离子技术,小体积、大容量,全年耗电280千瓦时,市场零售价格略高些,预计两三个月后上市销售。记者注意到,除了有5个门外,该款冰箱储物区域划分更趋合理。

在展会现场记者还发现,一位观众对东芝展示的银离子抗菌洗衣机产生了浓厚兴趣。据杨军介绍,这款洗衣机俗称“变形金刚”,于今年初在中日两国同步上市,尽管近1万元人民币的价格略高,但其静音的设计还是赢得了消费者的青睐,尤其是比普通的洗衣机省电达到30%-40%。上述观众表示,价格还在能承受范围内,节能环保最重要。

另一家来自日本的参展商索尼,作为首家提出环境零负荷目标的跨国公司,展区以“走向零负荷之路”为题,从新能源、储能、节能、新材料、水净化五大方面进行了尖端技术的展示。

索尼的生物电池技术可以通过酶将运动饮料或果汁等含有葡萄糖的水溶解分解,转换为电能。据工作人员介绍,一瓶600ml可乐理论上可以转化出相当与72节5号电池的电量。

中企坚守绿色出行战略

展会期间,白立忱、万季飞还参观了比亚迪的展区,其展示的一款红色纯电动汽车E6不仅内部空间宽敞,外观设计也更具时尚感。据其参展人员介绍,比亚迪纯电动汽车的电磁是自主研发产品。

比亚迪股份有限公司的相关人员孙帅告诉记者,2010年5月17日,全国首批E6纯电动出租车在深圳投放市场,目前已经超过1年,车辆达到50台。据介绍,其中行驶里程最长的一台,已经行驶超过11万公里,相当于私家车6年的行驶里程;车队的累计里程则达到300万公里。通过1年的实际运行,比亚迪已经基本没有了对电池安全、性能的顾虑。据介绍,日前,在荷兰出租车采购招标中,比亚迪E6中标,这是比亚迪自成功打入美国市场后,再度打入欧洲市场。

一位北京的观众告诉记者,当初听说中日绿博会将在北京举办时就兴奋不已,此次他就是奔着电动汽车来的。据其介绍,从家庭使用经济成本核算的角度考虑,纯电动汽车更经济实惠。他认为,节能、低碳环保是未来的发展趋势,购买电动汽车还能获得国家补贴,对消费者来说,既经济又实惠。他表示,他对电动汽车已经关注很久了,只等在北京市场上市就会先行购买。

本报特稿



图片新闻

6月1日至3日,由中国贸促会、商务部、国家质检总局联合主办的中国国际品牌发展论坛在北京举行。作为第三届中国服务贸易大会的重要组成部分,该论坛从中国名牌发展战略,提高企业品牌意识,促进企业从质量控制、信用管理和创意设计等角度探讨路径管理和渠道拓展。

图为论坛期间,中国贸促会副会长张伟(左)亲临服务贸易展会现场进行调研。

本报记者 季春红 摄影报道

尼斯何以成全球知名会奖旅游胜地

■ 本报记者 袁远

在欧洲,像法国尼斯这样被阳光、大海、鲜花、艺术品围绕着的城市,不胜枚举。而尼斯却独树一帜,成了整个欧洲乃至全世界最闻名的会奖旅游城市,每年吸引2000个大型展览和不计其数的会议在此举办。从寒风袭人的2月,到层林浸染的11月,都是尼斯漫长的会议、展览举办期,整整10个月里,各色大型国际会议、展览轮番粉墨登场。就连我国的会展专家们都惊叹:尼斯为什么会如此成功?其散发出的巨大的魅力,令新秀级会奖旅游城市——博鳌都望其项背。近日,本报记者采访了尼斯会展专家科德罗和尼斯旅游局新闻专员伊莎贝拉·比雷,希望从中“探出”尼斯成功的秘密。

尼斯旅游品牌

尼斯是继除巴黎外的法国第一会议之城,拥有一个国际机场,与周边40个国家的90个城市直接通航。

尼斯有几张名片,或者说有几大会奖旅游品牌对全世界的商务游客有着极大的吸引力。第一当属它的历史,在尼斯到处是见证城市

历史变迁的古朴建筑。

尼斯的第二大品牌是其浓厚艺术气息与地中海风光“混搭”出的美景。由于尼斯地处法国南部,常年阳光灿烂,熬熬了终年笼罩在雾霭和阴雨中的北欧人,他们流连于尼斯久久不肯离去,以至于赠给了尼斯——NICE的美名。

其第三大品牌是著名的尼斯狂欢节,是和巴西狂欢节、威尼斯狂欢节、西班牙奔牛节齐名的世界四大狂欢节之一。伊莎贝拉·比雷说,虽然它是在尚存寒意的2月举办,每年却仍然招来了100多万的狂欢者。

卫城会展中心会议设施超前

作为欧洲最好的会展中心之一,卫城会展中心建于1984年,其各项功能、设施至今仍不显落伍。每年卫城会展中心主办近200场活动,迎接来自世界各地约70万名合作与参会者,其国际性的会议、展览和公司奖励旅游已占到70%。

尼斯人对MICE有先见之明。卫城会展中心早在建设之初,设计师就为其配备了完善的会议设施,这是法国第一家设有中央技术管理系统的会议中心,其在20多年间经受住了各种大型国际会议的挑战。伊莎贝拉·比雷介绍,这个会展中心有4.7万平方米的模块式空间,有可容纳250人至2500人的听众席。

据曾任尼斯市卫城会展中心总裁的科德罗介绍,卫城会展中心的业务分两块,一是承接商务性的会议展览,二是承接市政府各层面的会议。卫城通过竞标获得管理权。成功的关键在于其营运理念是免费或优惠承接市政府的各类会议,同时积极招徕商业性会展,以盈利性的会展收入补贴公益型的会议支出,使会展中心的经营维护得以良性运行。

别具匠心的会奖旅游服务

经常往返于尼斯和北京两地的法国旅游发展署新闻主管齐勇,对尼斯的会奖接待能力感同身受。她亲见尼斯著名的王宫酒店里,居然专门设有运送车展用车的专用通道,并且还有大型升降机把展车升高、降低;在尼斯的街头,她也曾见识到专门为会奖团队设计的“老爷车城市游”。占地35公顷的尼斯天文台也被设计开发成为中小型会议活动、晚会、鸡尾酒会的特别举办场地。这个蔚蓝色海岸著名的历史古迹,曾经代表着天文台建筑的辉煌和19世纪最高水平的天文观测。天文台巨大的屋顶也是世界罕见的,其直径达24米,是利用浮力原理,把一块重约92吨的大石头,建成了一个可移动的屋顶,这是欧洲最大的可移动石制屋顶,而天文台里的观测设备,至今仍是世界最先进的。

伊莎贝拉·比雷还提到了科瑞马酒庄,在这里举办的时装发布会、IT新品发布会、婚礼和庆

祝晚宴、舞会、鸡尾酒会等,都令人终身难忘。

生态园里的绿色会议

而在有“地中海花神”之称的帕洛菲尼斯生态园,有7公顷可以用来举办特别会议活动的场地。欧洲最大的温室“绿钻石”里有各类房间可供举办会议和餐宴,并可让客人从7种不同风格的热带和亚热带植被中感受绿色。水族馆、昆虫馆等也会给活动参加者带来独特的感受。内部有一个会议大厅,拥有大舞台和大屏幕,很多环保会议、生物研究课题会议等,都会选择在这个具有生态意义的场地来进行。此外,600平方米的生态大厅,可用来举办午宴、晚宴、鸡尾酒会或者主题活动等;室外4000平方米的中央草坪,也可举办大型的户外展览或者花园派对。

博鳌作为一个会展城市的发展让我们思考,将现代意义上的旅游资源整合起来进行营销,形成一个全新的旅游文化体系,是新兴会奖城市发展的必由之路。而尼斯正是将商务、会议、休闲、节庆、娱乐与传统的自然旅游资源和文化旅游资源成功整合营销的最佳范例,也正因此,尼斯成为湛蓝地中海上最惹人注目的世界级会奖城市。

会奖城市