



## 信息集结号

## 深圳礼品展家纺品牌云集

**本报讯** 第二十届中国(深圳)国际礼品、工艺品、钟表及家庭用品展览会(以下简称深圳礼品展)将于4月25日在深圳会展中心举办。据主办方励展华博集团介绍,本届展会特设家纺展厅,汇集了众多国内知名品牌,像南京泰誓、依格玛、北京怡莲、洁丽雅、山东金号、恒源祥、堂皇集团等。

中国家纺行业协会调查显示,预计未来10年,家纺市场年增长率将达15%以上。尤其在家纺礼品化后,凭借其创新发展,将引领礼品市场的发展潮流。(邢宇宇)

## 广州玩具展 国内外企业瞄准中国市场

**本报讯** 第二十四届广州国际玩具及模型展(以下简称广州玩具展)将于4月8日至10日在广州琶洲保利世贸博览馆举办。据悉,今年展会面积将达4.72万平方米,展位2300多个,规模再创新高。

资深玩具专家、广东省玩具协会常务副会长李卓明表示,2011年对于以出口为导向的中国玩具产业来说,是“内外交困”的一年,但出口仍见增长。从今年企业参展情况可以看出,面对国内快速发展的消费需求,在玩具行业中,很多做出口贸易的企业已把目光瞄准国内市场,许多国际品牌也希望拓展中国市场。(谭雪)

## 寿光蔬菜博览会 主展区面积将达35万平方米

**本报讯** 4月20日至5月20日,被誉为中国蔬菜之乡的寿光市将迎来第十三届中国(寿光)国际蔬菜科技博览会(以下简称蔬菜博览会)。据悉,本届蔬菜博览会共设1个主展区和13个分展区,主展区总面积35万平方米,设有8个展馆(厅)和4个高标准规模化种植展厅。

据寿光市市长朱兰玺介绍,博览会期间还将展示多项种植新技术。与往届展会相比,本届博览会在展览规模、展示布局、科技含量、商业氛围、文化内涵等方面都有进一步的创新和突破。参展范围涉及种子种苗、肥料农药、农膜农机、高新技术成果项目和其他相关行业产品。届时,将有国内外3000多家企业参展。(季春红)

## 第二十三届哈洽会 已有30多个国家报名参展

**本报讯** 第二十三届中国哈尔滨国际经济贸易洽谈会(以下简称哈洽会),将于6月15日至19日在哈尔滨国际会展中心举行。日前,黑龙江省政府在京召开新闻发布会,对外宣布洽谈会日程。本届哈洽会共设有3000个国际标准展位,室内外展览总面积达12.8万平方米,远远超出先前计划的8.6万平方米。预计将有1万多名境外客商以及10多万名国内客商参会参展。

发布会上,黑龙江省副省长孙尧介绍说,目前哈洽会筹备工作进展良好,国内外企业报名参会参展踊跃,展位已供不应求。截至目前已有30多个国家报名参展,国外企业确定展位数量近千个,较上届增加了一倍。(季春红)

## 节庆快递

## 第八届动漫节 内容包括四大板块

**本报讯** 4月28日至5月3日,以“动漫我的城市、动漫我的生活”为主题的第八届中国国际动漫节将移师中国杭州市动漫产业重镇——滨江区白马湖生态创意城举办。内容包括会展、论坛、大赛、活动,四大板块。2011年第七届中国国际动漫节共吸引54个国家和地区的展商参展,观众202万人次,签约金额达128亿元。(静安)

## 家博会:2012年家居市场变革多

■ 本报记者 郝昱

3月25日,第八届中国家居装饰建材博览会在北京全国农业展览馆闭幕。本届展会由中国建筑装饰协会住宅装饰装修委员会、中国木业流通协会地板流通委员会、德纳展览集团等共同主办。展会汇集了鸣仁、今朝、实创等京城主流装饰公司,还有欧派、顾家家居、索菲亚衣柜、金牌厨柜等众多一线品牌。

## 地板业困难重重 举步维艰

在本届展会上,记者了解到,面对严峻的市场环境,今年的家居建材价格依旧“涨势凶猛”,国内整个木地板行业困难重重。但一些木地板企业依旧看好该行业,希望尽力一搏。北京豪迈世家地板有限公司的陈先生对记者说:“受国际经济不景气的影响,木地板出口量严重萎缩,现在做这行很难,由于我们的木地板价格相比国外产品要低,很多国家就认为我们是‘倾销’,再加上欧美经济不景气,所以我们‘转战’国内市场。而在中国国内,由于大批企业转做内销,加剧了国内地板行业的竞争。现在又出台了房屋限购政策,木地板的销量直线下降。我们不得不在紧盯一线城市市场的同时瞄准二三线城市市场。整个行业可谓困难重重,举步维艰。”

谈到价格,陈先生表示:“原材料、劳动力价格在涨,但木地板价格不敢高,各企业基本都在压价销售,形成恶性竞争。木地板利润低了,服务等各环节质量难以保证,技术水平无从提高,很多企业被迫退出市场,或者采用偷工减料的当手法,欺骗消费者。”

陈先生说:“木地板因为环保、耐用,是很多人装修时的首选。企业发展到现在不容易,我个人依旧看好这个市场。”

## “明码实价”静待市场反应

“买的不如卖的精”,这在家居市场上是显而易见的。一些有过装修经历的人甚至将装修、买家具比作一场价格比较战。

很多消费者在选购家具时不得不在各大卖场徘徊、货比三家。展会上,一位张先生回忆说,他在家具卖场时,穿梭于各大卖场之间,精挑细选,讨价还价,耗神费力,最后买完,却发现还是比有些卖场同款家具价格高出很多,非常无奈。



3月10日,由居然之家首次倡导的“明码实价”活动正式启动,这真的意味着消费者和商家之间“唇枪舌战”的结束吗?

展会上某家居公司一位不愿具名的经理表示:“一些消费者可能认为不用砍价很省事,直接就接受了这一改变。但由于中国国内家居市场鱼龙混杂,诚信已经成为一大问题。不少消费者都在怀疑这一方法是否真的让他们得到了实惠,所以还在观望。更有一些消费者本就以砍价为乐趣,从10000元砍到3000元才能得到心理的满足。所以这一方法还得让人们适应一段时间,毕竟事实胜于雄辩,‘明码实价’还需市场的检验,我们静待市场反应。”

## “厨房革命”急需拓宽视野

众所周知,厨房是家庭的主要污染源,包括油烟污

染、噪声污染、电磁辐射等。而如今,开放式厨房又成为年青一代的“新宠”。因此解决厨房污染刻不容缓。

据了解,现在很多厨电企业推出了“集成厨电”,即从产品构思阶段,就把整个厨房作为一体来进行设计和思考,将橱柜及电器“集合为一”。但是,其视野有待进一步拓展,理念有待进一步改进。厦门市金牌橱柜股份有限公司直营管理部副总监、北京市分公司总经理陆继毅指出:“‘集成厨电’是对厨房整体的有益补充,但适用于小厨房,并不适合开放式厨房。橱柜及厨电厂家应当将视野拓展到整个厨房及厨房和客厅的交接处,切实解决厨房污染问题、能对橱柜及电器进行合理配置才是最重要的。”

## 展业聚焦



3月23日,第二十届中国国际广播电视信息网络展览会(CCBN2012,以下简称广电展)在北京中国国际展览中心闭幕。本届展会有来自全球30多个国家和地区的1000余家企业和机构参展。图为犹如飞碟一般的视频航拍飞行器首次亮相广电展,引来众多专业人士观看。

本报记者 季春红摄

## 医疗设备软件博弈拼“算数”

■ 本报记者 兰馨

医疗设备行业进入了新一轮的博弈阶段。3月23日,在北京国家会议中心举办的第二十四届国际医疗器械设备展览会(China Med 2012,以下简称国际医疗器械展)上,记者发现,参展企业间的竞争核心已聚焦在CT影像处理设备速度能否达到MS(毫秒)上。在西门子(中国)有限公司医疗业务领域影像和知识管理产品经理茅海萼看来,医疗设备行业进入了“算数”竞争时代。

甘肃某军区医院一名不愿具名的采购商表示,随着技术的更新,当下软件是否可以升级,售后服务体系是否完善,已成为大型三甲医院采购医疗设备首要考虑的问题。

## 国际品牌仍是霸主

在本届国际医疗器械展上,海外品牌仍备受关注。其中,西门子展出的一款双源CT设备的软件已经升级到云处理层面,原来需要30分钟处理的CT影像,现在只需要80MS即可完成。据其参展人员介绍,这是目前国际上最快的CT影像处理设备。为了适应当下肥胖患者增多的情况,西门子对这款双源CT设备进行了加宽设计,同时也对其硬件和软件进行了同步升级。但由于价格高昂,目前,仅北京和上海的个别医院有能

力采用该款设备。

此次展会上,西门子首次在市场上公布了另一项技术——Syngo Via,被定位为“会思考、会操作”的影像高级处理平台。

与西门子同台竞争的是飞利浦。此次飞利浦展示的是第二代网络后处理平台——星云太空站 Intelli Space Portal,据其参展人员介绍,Intelli Space Portal秉承“Imaging 2.0分享愿景,引领创新”的理念,发挥飞利浦在CT领域丰富的临床应用功能和多项独创技术,开启了云端后处理新时代。

业内人士表示,随着医疗技术的不断升级,通过计算机辅助手段,大型CT影像后处理设备,方便了专家异地会诊。

## 中国市场增长超过20%

市场被海外品牌独霸的现实使中国本土企业的竞争意识增强。杭州美美科技有限公司今年已是第3次参加国际医疗器械展。据其参展人员邹成荣介绍,作为一家专注于消毒供应中心、内镜中心整体解决方案领域的本土企业,虽然参展的面积没有知名品牌的那样大,但在展会上展出的也是国际最新技术。

邹成荣介绍说,目前,医疗行业的竞争,实际上就是软件的竞争。但前提是,软件需具有自主知识产权,只

有这样才能具有竞争实力。他表示,随着智能设备升级换代频率的加快,医疗行业售后服务的核心,还是软件方面的服务。

据记者了解,本届国际医疗器械展的关键词是:“国际化、专业化、高品质、高技术”,组织方以此为基础为业内打造医疗器械行业的高端商务交流平台。

近两年,中国医疗器械市场出现利好的趋势。西门子的一位相关负责人介绍,西门子2011年的财报显示,西门子医疗设备产品在中国的销量居全球首位。

中国商务研究网发布的《2012年中国医疗器械市场趋势观察研究报告》数据显示,全球医疗器械市场规模已占据国际医药市场总规模的42%,并有扩大之势。未来几年,全球医疗器械市场将会以4%至6%的速度增长。中国医疗器械工业总产值在2010年首次突破1000亿元大关,很多医疗器械产品的生产规模位列世界首位。中国医疗器械行业复合增长率将维持在20%至30%左右。

## 市场风向