

## 会展传真

### 西藏会展中心项目 开工奠基

**本报讯** 西藏会展中心项目开工奠基仪式日前在拉萨江苏大道隆重举行。据了解,该项目总投资约5.4亿元人民币,包括2个展馆,1个室外展场,及人工湖和音乐喷泉。建成后,将为西藏提供现代流通业平台,提供展览、会议、经贸、招商引资等服务,并成为拉萨市又一地标性建筑和城市名片。

西藏会展中心功能定位为“展览为主、会议为辅”,将提供产品展示、贸易洽谈、旅游促进、招商引资、经济技术合作等全方位服务。

拉萨市市长多吉次珠在开工奠基仪式上说,该项目是推动拉萨市东城核心商务区建设、培育发展旅游产业的重要支撑项目,将进一步完善拉萨市城市功能,提升对外开放水平,更好地推动拉萨国际旅游城市的建设。

在会展中心的配套设施建设中,还包括投资20亿元的拉萨圣天堂洲际大饭店。

根据中央第五次西藏工作座谈会精神和国务院《关于支持西藏经济社会发展若干政策和重大项目的意见》第三十二条“支持物流业和会展基础设施建设”的精神,西藏会展中心项目被列为自治区“十二五”重点推进项目。(钟欣)

## 会展关注

续受到追捧,部分加大研发投入的企业其产品科技含量较高,较难被复制,从而获得较高的议价权和较多订单。比如奥司朗照明,今年采用新材料和新技术,让生产成本大幅下降,从而让产品价格“瘦身”,同样性能的LED灯管降价幅度达到30%,自然吸引更多客商。温州通用锁具有限公司则展出了带灯装置的锁具产品,企业订单稳步增长。

与往届相比,本届广交会的最大不同在于各个家电品牌,特别是大型白色家电品牌,高端产品占比有所提升。在众多品牌当中,海尔表现最为抢眼。

来自泰国的采购商说,事实也的确如此,相关数据显示,2011年海尔洗衣机在泰国市场实现了60%的增幅。泰国《曼谷邮报》等当地知名媒体对海尔在当地赶超日韩等家电品牌的表现进行了报道,并对泰国市场上海尔的双动力大容量洗衣机、“零水压”全自动洗衣机等高端产品进行了重点介绍。

据世界权威机构欧睿国际发布的数据显示,2011年海尔集团以7.8%的市场份额连续第三年蝉联全球白电第一大品牌。

## 111届广交会一期闭幕 欧美采购商持续观望

企业将目光瞄准到包括“金砖五国”在内的新兴市场上。据知情人士介绍,温州意得洁具有限公司,其一季度来自巴西、印度的订单就占了该企业年总出口额的三成左右。

佛山的照明企业也明显感觉到,来自非洲的客户咨询得比较多。据其相关负责人介绍,本届展会上,非洲一个很有实力的采购商,以前主要做节能灯,现在也想做LED。非洲市场越来越值得企业关注。在过去10年里,全球增长最快的10个国家,有6个在非洲。联塑科技的一位负责人说,在广交会期间,有几位非洲客人反反复复来看了几次,最后当场下了几个上千卷塑管的大订单,这几届广交会上已经很少出现这种情况了。

温州的参展企业也表示,和上届相比,客流量没有明显增加,不过中东、印度等地的客商比以往多了一些。

广东某建材企业的参展人员也表示,近几年非洲市场增长越来越快,由于当地经济发展快,基建项目越来越多,目前非洲市场已经占了公司出口的五到六成。

本届广交会上表现最活跃的依然是南美、非洲、中东、东南亚等新兴市场的采购商。

### 自主品牌产品受青睐

本届广交会,具有研发实力的企业继

### 采购商压价“狠”

在本届广交会上,陶瓷企业遭遇了来自非洲的客商,竟然将展品当做库存积压产品,并以此来压低商品的价格。据参展企业介绍,一开口就压价50%。这令企业非常无奈,目前国内原材料、人力成本都在涨,客商还压低价格,企业已经没有利润空间了。

来自深圳的参展企业也表示,以往家电展区是最忙碌的区域,但今年明显冷清。

据了解,本届广交会,温州企业共有276家参展,展位529个,有电子及家电产品、照明产品、机械设备、五金、工具、机电产品、建筑及装饰材料、卫浴设备等九大类产品参展,与去年基本持平。据温州市商务局的相关人员介绍,这届广交会总体形势比想象中要好一些,不过此次温州企业接到的大多是小单、短单。有些客商采取了订单分拆的方式,这样他们就有更多机会更换供应商,能把市场定价权掌握得更牢。同时,这也意味着,企业的议价能力下降。

此外,由于央行决定外汇市场人民币兑美元汇率浮动幅度由原先的0.5%扩大至1%,有些企业表示,汇率风险加大了,大单更不敢接了。

### 瞄准新兴市场

由于欧美市场的不景气等,更多的外贸

## 111届广交会一期闭幕 欧美采购商持续观望

■ 本报记者 兰馨

日前,第111届中国进出口商品交易会一期落下帷幕,在当前外需持续疲软、我国出口增长幅度连续收窄的背景下,外向型企业就力图通过开拓新兴市场、加速转型升级来实现“突围”。在历来“人满为患”的广交会,今年观众不再拥挤。多数摊位的销售人员表示,客流与往届相比有不同程度的下降,本届广交会现场带给参展商们最大的感觉就是“淡”。

据参展商们反映,国外采购商的观望心态明显,开始把大订单拆分成小单、短单,在当前欧债危机持续的背景下,本届广交会的客商下单比以往更加谨慎了。参展企业的宣传资料发不出去,采购商的名片也收不了几张。

更为明显的是,本届广交会上很难看到欧美采购商,多数外贸型企业只能寄希望于非洲等新兴市场。但也有参展企业认为,整体效果基本和去年持平。有的家电企业则表示收获丰厚,预计全年出口可实现两位数以上增长。

作为有着中国外贸“晴雨表”和“风向标”之称的“中国第一展”,本次广交会吸引了全球200多个国家和地区约20万采购商与会。在全球市场需求相对低迷的情况下,本届展会的意义亦颇重要。

## 北京园博会展园将永久保留

**本报讯** 将于明年4月召开的第九届中国(北京)国际园林博览会的项目建设已经全面开工。日前,北京丰台区副区长张建国介绍,园博会有展园将按照1:1比例建设实体园林。在园博会结束后,这些展园将永久性保留下去,成为北京新的景观。

据介绍,园博园规划是261公顷,再加上246公顷的园博湖,该区域将形成6平方公里的绿色覆盖,将极大改善周边的环境。目前园博园重点工程和展园建设已经全面开工,其三大标志性建筑园林博物馆、主展馆、永定塔,将于今年9月完成主体结构封顶。

园博馆目前正在进行地下结构施工,建成后将成为全面展现中国园林文化的国家级博物馆。主展馆则已实现主体结构封顶,建成后将成为园博会的室内展览中心、会议中心、接待中心、新闻中心。

目前,全国33个省、自治区、直辖市的57个城市选定展园面积约11万平方米,预计投资将超过2亿元,北京园、重庆园、闽南园等7个展园已开工建设。江苏、广东、福建、重庆将以省份为单位建设江南园林、岭南园林、闽南园林和巴蜀园林,港澳台地区也将独立建园。23个国外城市、机构也已确定参展,届时游客还可观赏到欧洲园林、伊斯兰园林、日本园林等国外独具特色的园林。此外,一些企业还将投资8亿元建设古民居展示区、航天主题园、玉石文化园、砚石文化园等风格各异的主题展园。

为配合园博会,北京地铁14号线在园博园南端专门设站,将提前两年于今年年底试运行,园博会期间将承担三分之一的参观客流。为方便游客参观,园区还将开设临时摆渡公交专线。(陈养)



日前,为期3天的中国出境旅游交易会(COTTM)在京落幕。据中国旅游研究院预测,今年中国出境旅游人数有望达到7840万人次,同比增长12%。此外,深度与专题旅游正在成为趋势,近半数游客出境旅游时长为3天至7天,在境外停留7天以上的游

客占比已超过总量的1/4。针对此种情况,今年的COTTM特别邀请了众多新兴目的地展商和资源供应商参展,还推出“高端/奢华旅行”展区,并举办了“中国出境高端/奢华旅行研讨会”等活动,为业界与参观者提供了交流的机会。 郭亮亮 摄影报道

## 山西左权县斥资5000万元 力推文化旅游

**本报讯** 山西左权县以大景点打造、大集团运作、大会展集聚、大项目带动,强力推进文化产业发展战略。今年,该县以纪念左权将军牺牲和辽县易名左权县“双70周年”活动为契机,斥资5000万元实施文化产业重点项目,加快文化强县建设步伐,推动文化旅游产业大发展、大繁荣。

该县今年确定了5个文化产业重点项目,即麻田红色旅游综合开发项目、打造民歌小花戏舞蹈剧《太行奶娘》、西河头一二九师司令部旧址维修及周边环境整治工程、辽县抗战纪念馆项目、左权民俗文化创意实验园。其中,麻田红色旅游综合开发项目中总部纪念馆旧址扩修工程将于8月底竣工,中华新闻烈士纪念馆续建工程将在9月份完成布展并对外开放,十字岭左权将军纪念馆维修和综合整治已于4月份开工建设;民歌小花戏舞蹈剧《太行奶娘》,以抗战时期老区妇女哺育革命后代为题材,总投资1000万元,目前正进行剧本修改和演员招聘,预计8月份首演。(散希)

## 晋江投资80亿元 建国际鞋纺城

**本报讯** 近日,福建晋江市副市长王茂泉透露,晋江将投入80亿元人民币,在鞋业重镇陈埭镇建设“国际鞋纺城”,致力打造中国乃至亚太地区规模最大、品种最全、产品最新的鞋服原辅材料、鞋服机械及与鞋服业相关产业的贸易集散地。

据该官员介绍,晋江国际鞋纺城项目规划建设面积2500亩,预计总投资80亿元,其中一期工程计划用地1000亩,预计投资30亿元,建设周期3年,建成后将成为皮革、布料、化工、机械、五金、模具、印刷、包装、物流、仓储、成品鞋、电子商务、会展中心、写字楼、商场、星级酒店等为一体的鞋业专业交易平台。

该项目将借鉴浙江义乌小商品市场等专业市场的成功经验,将产品展示和交易、信息发布、行业咨询、服务配套、物流配送、会展推广、电子商务7大功能,采取“政府主导、市场运作、企业化管理”的运营方式。

晋江有“中国鞋都”的美誉,制鞋业是该市第一大传统支柱产业,全市拥有制鞋及相关企业3000多家,2011年产鞋10亿多双,鞋业产值720多亿元,其运动鞋、旅游鞋占全国总产量的40%、世界总产量的20%,产品远销163个国家和地区。(宗贺)

## 2012 清真食品展国际化程度提高

### 十余个国家将以“国家馆”形式参展

■ 本报记者 叶灵燕

“7月13日至16日,中国贸促会、青海省人民政府将与陕西省、甘肃省、新疆维吾尔自治区联合举办第六届中国(青海)国际清真食品及用品展览会。”近日,青海省人民政府副秘书长王定邦在北京召开的2012中国(青海)国际清真食品及用品展览会推介及新闻发布会上宣称,他们在突出本届展会的贸易合作特色的同时,还会提高其专业化程度,以推动清真产业发展。

据介绍,本届展会以“绿色、跨越、合作、共赢”为主题,预计展出面积3万平方米,设国际标准展位1200个,参展企业覆盖各类清真食品、清真食品生产设备以及各类穆斯林用品行业。为期4天的展览不仅是展商产品和服务的展示,也将为买家与卖家、生产商和品牌持

有者、技术方和投资者提供交流的平台。展会期间,还将举办第六届中国—穆斯林国家经贸合作论坛、第五届青海清真食品节、多场经贸洽谈会和中外穆斯林民间交流等配套活动。

据中国贸促会副秘书长于晓东介绍,为了把该展会培养成中国清真食品和用品行业的标志性盛会,他们在本届展会的筹备过程中,就具备“推进展会国际化进程、提高展会辐射能力、严格把关展品质量”的意识。

在谈及本届展会的筹备情况时,中国贸促会青海省分会会长王熙惠介绍说,随着国际化、专业化、民族化的办展水平逐步提高和影响力不断扩大,众多国内外优秀清真食品及用品行业日渐关注和积极参加这一展会。截至目前,已有马来西亚、孟加拉、泰国、土耳其、俄罗斯等20多个国家的商协会主动联系他们,了解展会信息。王熙惠在接

受本报记者采访时表示,泰国、阿联酋、马来西亚、土耳其等10多个国家将以“国家馆”形式参展,展会国际化程度进一步提高。

王熙惠指出,自2007年起,该展会已经在青海西宁连续举办了5届。经过5届的精心打造,展会规模由2007年首届的1.8万平方米、248家中外企业参展,发展到2011年第五届的2.7万平方米、722家中外企业参展。王熙惠强调,在认真总结前5届展会经验教训的基础上,2012年第六届展会将借鉴国内外举办展会的先进经验,以企业打造品牌产品为导向,以推动清真产业发展为目标,提高展会服务,力争再上新台阶。

据记者了解,清真食品是信仰伊斯兰教的穆斯林群众民族文化内涵的重要表现,而如今清真食品已形成了较大的覆盖面,并以其独特的风格受到越来越多人的喜爱。目

前,全世界大约有15亿穆斯林人口,其中中国拥有2000万穆斯林人口和1200多年的清真食品生产历史。

据统计,近年来,全球清真食品和用品市场的年贸易额已超过2万亿美元,但中国清真食品和用品企业真正打入国际市场和拥有国际品牌的还不多,多数境外采购商对中国清真食品和用品行业尚不了解,中国清真食品和用品企业很难参与国际市场竞争。

“通过举办该展会,推动了青海乃至中国的清真食品和用品产业的发展,促进了品牌产品的快速成长,加强了青海与穆斯林国家的交流与合作。”王定邦表示,为了进一步促进中外清真食品用品企业之间的交流与合作,中国贸促会与青海省人民政府商定,共同把这一展会培育成品牌活动,并且根据中外清真食品和用品行业的发展,不断注入新内涵。