



## 信息集结号

香港秋季成衣展  
强调可持续发展

本报讯 2012香港国际秋季成衣及时装材料展览会将于10月3日至5日在香港会议展览中心举办。据悉,可持续发展是本届展会的核心主题,此次展会将首度举办2012纺织业可持续发展会议。

组织方旨在推行全面可持续的商业实践,会议内容包括在投资财务上的创新发展、产业与环境协调、社会影响及其解决方案等。2011年,香港服装出口增长2%,表明香港将继续保持亚洲采购中心地位。此次会议将为整个产业推行可持续的商业实践带来积极的影响。

本届展会为期3天,规模为9000平方米,将展示时尚服装及具有功能性和环保性的纺织面料及辅料,令买家了解国际面料市场的最新潮流与新技术。

(陆唯伊)

2013德国科隆牙科展  
将展示全新清洁方案

本报讯 2013年3月12日至16日,科隆国际牙科展览会将在德国科隆举办,该展会将向观众展示牙科领域的最新成果,包括:器械和表面的消毒和清理,治疗装置中的水质测试,医疗用品消毒,手部消毒等。

牙科器械直接和病人接触,需要彻底清洁。而微生物不仅会污染牙钻和抽吸装置,也会污染其他的设备。这就需要特定清洁方案,以保证快速、安全消毒。

德国牙科工业协会执行总裁Markus Heibach博士表示:“科隆的国际牙科展是世界最大的牙科药物与技术贸易展,该展会对各位来自诊所和实验室的参观者是个特别的机会。届时,我们将与专业的参展商和资深使用者展开讨论,全面了解防止感染和快速达到法律要求的最新办法,尤其是质量管理,并不只是繁琐的例行公事,而是一个机会,来稳步提高牙科手术日常操作各环节的质量。”

(王哲)

北京现代农业展  
展示农业新技术

本报讯 2012第三届北京国际现代农业展览会(CIMAE 2012)将于6月28日至30日在北京中国国际展览中心举办,预计展出面积1.5万平方米,将汇聚超过500家国内外农业相关展商,展示现代农业产业新产品与新技术,并举办多项行业活动。

展会将突出国际化和专业化,同时也将邀请更多的国际参观团到会参观、采购与交流,使该展会在促进国际交流、合作与贸易、推动我国农业现代化健康快速发展方面发挥更积极的作用。

(静安)

## 节庆快递

第三届中国翠玉文化节  
为展商提供便捷销售平台

本报讯 2012第三届中国翠玉文化节将于7月26日至29日在澳门威尼斯人酒店金光会展首层A馆举办。

本届文化节得到了多个不同地区行业商会和珠宝交易中心的鼎力支持。届时将有香港展团、云南展团、深圳三联展团、水贝展团和广州华林寺展团等参展。此外,澳门贸促局将协助组织工商界人士进行参观,主办方将在各关口、旅游景点和巴士站设工作人员免费派发礼品,吸引港澳旅客参观。主办方希望利用澳门地区优势为玉器商家建立安全、便捷的销售平台。

(贺发)

## 净水器市场有“钱”途

## 智能化、人性化将成趋势

■ 本报记者 范丽敏

“2011年,中国生产净水器约3000万台,销售总额300多亿元。与之前每年40%左右的增速相比,2011年增速明显减缓。”近日,在上海国际水展期间举办的第五届中国净水行业市场营销发展论坛上,中国净水行业协会秘书长顾久传表示,虽然中国净水器行业存在鱼龙混杂、产品良莠不齐等问题,但总的来说,前景喜人。

## 飞速发展

如今,净水器等水电正以从未有过的受关注姿态登上市场舞台,其中,饮水机市场更是得到了井喷式的增长。有关数据显示,2004年,饮水机的销售量仅有1100万台,2005年就达到了3300万台。2006年与2005年相比,零售量又增长了33%,零售额增长了51%。到了2010年,饮水机的市场容量达4000万台。

上海国际水展的盛况,更是全面印证了中国水家电市场的繁荣。在此次展会上,国外展商的比例达到50%,美国赛莱默(原ITT)、滨特尔、德国西门子、艾岑、韩国熊津化学,新加坡凯发集团等全球“水巨头”纷纷参展。

国内展商亦不甘示弱。中国绿水、北京安控、江苏华大等来自全国各地的净水及污水领域领军企业也都集结亮相。

## 鱼龙混杂

“目前,中国生产家用净水器的企业约有3000余

家。”顾久传告诉记者,在这些企业中,大企业、知名企业较少,小企业则特别多;在众多品牌中,驰名商标、名牌产品较少,而杂牌商品多,“山寨净水器”和假冒伪劣产品也不少。

顾久传表示,除此之外,中国净水器行业还存在诸多问题,如市场竞争激烈,行业利润低等。净水器标准虽多,但由于各部门各自为政,没有公认适用的、权威的净水器国家标准或行业标准,更没有净水器生产标准或规范,这些都限制了净水器行业发展。目前,与美国、日本等发达国家相比,中国净水器使用普及率较低,上海、北京、广州等大城市普及率较高,达15%,而一般中小城市则为2%至5%,农村市场基本空白。与此同时,多数消费者对净水器还一无所知,对净水功能持不信任态度。

顾久传说,目前,净水器行业还处于“消费对象的启蒙期、销售市场的培育期、生产企业的高速发展期”。

## 前景喜人

数据显示,全国共有4000余家自来水厂,为4亿多县级以上城市居民,每天供应6000万吨自来水。然而,据2009年住建部水质中心的普查,有1000家以上城市自来水厂出厂水质不合格。尽管相关部委已经明确表态,根据2011年最新的抽样检测,中国自来水合格率为83%,但仍有不少公众半信半疑。另有业内人士表示,国内自来水合格率仅为50%,几乎没有城市的自来水能直接饮用。

为了提高饮用水质量,卫生部宣布从2012年7月1日起,《生活饮用水卫生标准》将在全国强制实施,饮用水监

测指标将从目前的35项提高到106项。

虽然新标准出台,但由于自来水厂技术落后、运输管道存在二次污染等问题,居民要喝上直饮水尚待时日。

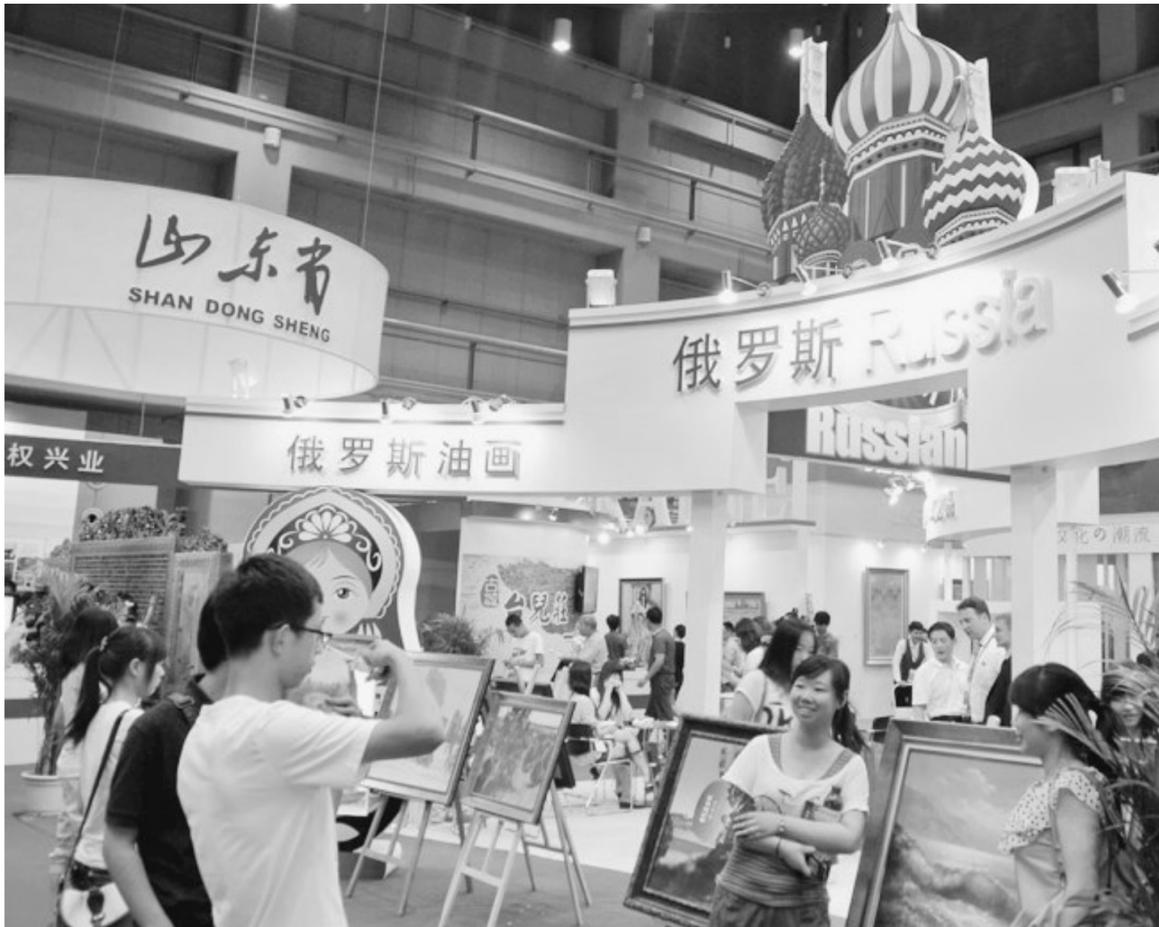
“中国现阶段的生活饮用水市场,实质上是瓶(罐)装饮用水、自来水终端制水(包括净水器净化水)、管道直饮水三分天下的格局。”前瞻产业研究院研究员吴朝瑜表示,其市场份额为:桶装水约占75%至80%,净水器净化水约占20%至25%,管道直饮水约占0.2%。由于桶装水和管道直饮水仍存在二次污染的问题,未来将逐渐被净水器净化水所替代。

吴朝瑜预计,二三十年后,净水器将成为饮用水深度净化中应用最广泛、最有发展前途的处理方式。净水器净化水或将占中国饮用水深度净化市场份额的75%至80%,而桶装水将降至20%至25%,管道直饮水约占0.3%。

顾久传建议,要加强行业管理、加速行业发展、提高产品质量、调整产业结构和产品结构、研制生产群众急需的净水机,推动中国净水行业健康发展。

顾久传表示,未来的净水器将是自动制水、自动清洗、人性化、专业化、高可靠性、节能为一体的净水器,将受到越来越多家庭的青睐。

## 展业聚焦



近日,第四届中国国际版权博览会在中国国际贸易中心闭幕。此次博览会共吸引了185个国家和地区的行业协会、企业代表参展,设世界知识产权组织展区、国家版权局展区、主宾国及国际展区、数字城市版权展区、设计艺术版权展区、影视(音乐)版权展区等。博览会采用举办版权主题展览、文化演出与论坛、主题活动等方式,针对版权保护与版权贸易进行规模化、专业化、国际化的交流,以此提升全社会的版权保护意识,共享版权智慧创作成果。图为展会现场。

张琳 摄

## 中国红酒买家越来越专业



■ 本报记者 邢梦宇

“这些年,中国葡萄酒市场越来越火。我也是刚刚接触葡萄酒,这次来参加展会就是来了解一下市场情况、丰富红酒知识。”在第三届中国北京国际葡萄酒博览会(以下简称TOPWINE CHINA)上一位观众对记者说,“过一会儿在品酒室里,还有品酒师现场传授红酒鉴赏知识。展会的其他配套活动也非常多。”

记者从TOPWINE CHINA中国主办方之一的北京

世联新睿国际展览有限公司工作人员处了解到,本次博览会除国内知名的各大进口葡萄酒代理商悉数参展外,更吸引了来自中国、阿根廷、澳大利亚、智利、法国、新西兰、意大利、西班牙、葡萄牙等国家和地区共600多个展商参与。

## 红酒文化在华迅速普及

中国葡萄酒市场的火爆不仅在于逐年递增的销售额,更在于红酒文化的普及培育出数量十分可观的潜在消费群体。

意法酒业的展台上摆放着10多款酒,这吸引了许多经销商前来询价,也有很多观众到这里来品酒。

作为意大利起酒进口运营商,意法酒业此次推出了一款以世界名画“星夜”命名的起泡酒。在现场,意法酒业董事长陈坚向记者倒上了一杯,“你可以品尝一下。这款酒融合了蜂蜜的味道,喝起来微甜。因为气泡的作用,让人有一种坐过山车的感觉。”

这是陈坚第一次来到TOPWINE CHINA,他还带上了自己意大利的合作伙伴一起来参加。他热情地为展台前的观众讲解每款酒的特点,邀请他们品酒。

“实际上,当我们的年龄逐渐增长、消费能力不断提升的时候,通过各种社交活动,就会有更多的机会接触到葡萄酒,这是一个非常自然的过程。进入红酒的世界是一件

非常幸福的事情。每个人通过不断的尝试,最终会找到一款适合自己的酒。”陈坚对记者说。

## 展会观众质量高

根据国际葡萄酒及烈酒博览会的一项调查显示,目前中国每个成年人每年平均消费1.1L葡萄酒,到2015年将提高至2L。与法国的50L和美国的13L相比,这一数字并不高。但中国人口众多,葡萄酒潜在消费能力巨大。

在现场的随机采访中,记者发现到场的观众都有一定的红酒鉴赏知识,他们都用较为专业的眼光来品评展商带来的产品。

在博览会期间,参展商之一智利葡萄酒庄Valdivieso亚洲区经理Christian Sotomayor告诉记者,这是他第一次参加TOPWINE CHINA,对于展会的专业性以及参观者的质量表示惊讶:“如今的中国葡萄酒市场上充斥着各种各样的葡萄酒展,但是TOPWINE CHINA对专业质量的把控良好。我向更多的智力同行推荐博览会,让他们也来参加。”

法国驻华大使馆商务处的项目经理Herve Henrotte先生也表示,继上一年的TOPWINE CHINA之后他就与之结下了深厚的缘分。他说:“我看到了观众质量的显著提升。”

## 走马观花