



信息集结号

二连浩特将扩大中蒙俄经贸洽谈会规模

本报讯 日前,记者从内蒙古自治区商务厅和内蒙古二连浩特市政府获悉,“2012·中国二连中蒙俄经贸合作洽谈会”将于9月10日至12日举办。

据二连浩特市政府相关负责人介绍,本届洽谈会由开幕式、商品展洽、经贸论坛、项目推介和大型明星演唱会五大板块组成。洽谈会期间,将围绕中蒙俄通关便利化、文化旅游合作、矿产资源合作开发、基础设施建设等三方共同关注的问题展开研讨,同时还将安排中蒙、中俄圆桌论坛。此外,项目推介活动将分别安排蒙方专场、俄方专场和中方专场。

为扩大洽谈会的规模,本届会议主办方拟邀请中国企业270家、蒙方企业60家、俄方企业30家。室内展览面积约7000平方米,预设展位350个,计划分配给蒙方60个展位、俄方30个展位。室外展览面积约2万平方米,包括室外汽模馆4800平方米。

(季春红)

第十七届大连国际汽车展参展品牌档次创新高

本报讯 记者近日获悉,由中国贸促会、中国贸促会汽车行业分会、中国汽车工业协会、中国汽车工程学会、中国汽车工业进出口总公司和大连市人民政府共同主办,中国贸促会大连市分会、中国国际商会大连商会和大连保税区管理委员会承办的2012(第十七届)大连国际汽车展览会将于8月22日至8月26日在大连星海会展中心和大连世界博览广场举行。

本届展会将有来自美国、德国、英国、法国、意大利、日本、韩国等12个国家和地区的汽车品牌参展,展会规模超过12万平方米,参展车辆超过1200辆。

今年大连车展首次让顶级豪车、房车、改装车、游艇同台亮相,开创了中国车展先河。

本届展会的国内汽车参展品牌档次为历届之最。国内最知名的汽车集团上汽、一汽、东风、广汽等都将携旗下品牌全面参展。

组委会联合参展厂家、经销商将推出一系列车展专享优惠,部分车商还将推出车展限量特价车,除了平常的价格优惠外,还将有额外的车展现金优惠和大礼包赠送。

本届汽车展以展会为平台,弘扬汽车文化;以汽车文化为载体,推广展会。展会期间,还将重点推出汽车摄影大赛、十佳车模评选活动等系列文化活动,展示汽车精品,传播汽车文化,引导汽车消费。

(马希明 潘家传)

节庆快递

国庆期间柳州节庆活动异彩纷呈

本报讯 记者近日从有关方面获悉,国庆期间,广西柳州节庆活动异彩纷呈,包括柳州国际水上狂欢节、柳州国际奇石节、中国侗族多耶节、中国芦笙斗马在内的独具柳州特色的节庆活动将逐一亮相。

其中,柳州国际水上狂欢节紧扣“狂、动、水”三大主线,突出“新、奇、特”三个亮点,极具国际性、创意性、参与性、趣味性及互动性。此外,柳州开元寺的佛教文化节、中德啤酒摇滚音乐节、“让我们走吧”大型运动时尚模特秀等都将成为亮点活动,让游客领略狂欢节的柳州风情、柳州韵味。

据介绍,以“壮歌、瑶舞、苗节、侗楼”为特色的少数民族风情是风情柳州的独特魅力所在。

(龙文)

礼品行业面临大洗牌



资料图片

■ 本报记者 范丽敏

“在欧债危机蔓延、中国经济增速放缓的趋势下,拥有千亿元市场份额的礼品行业,已不可避免地将面临全行业洗牌。”在日前举办的第二十六届北京国际礼品、赠品及家庭用品展览会上,来自中国礼仪休闲用品工业协会的李先生向记者表示。

礼品市场是个大市场

“近年来,在 market 需求的推动下,礼品行业正以超乎想象的速度扩张。”泰誓集团北京办事处业务主管沈庆武告诉记者,有多少中国人过生日,有多少节假日,有多少商务机遇,就有多大的礼品市场。

中国礼品产业研究院应用国家统计局、商务部、行业数据对礼品行业进行了个体与团体分类统计测算,数据显示:个体的年礼品需求在5055亿元,团体的年礼品需求在2629亿元,相加得出

目前国内礼品市场的年需求总额在7684亿元左右。

更有前瞻产业研究院发布的《2012-2016年中国礼品行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》显示,截至2011年年底,全国礼品市场的年销售额预计将达到13000亿元。全国现有近1万家礼品生产企业,10万家礼品公司,每年生产和销售近1万种不同门类的产品,如果算上每年生产的各种收藏品或相关产品,礼品品种超过10万种。

据沈庆武介绍,不仅国内礼品市场庞大,国外主要礼品消费国的礼品也有70%至80%来自中国。其中,美国、德国、日本等国家和地区近一半的礼品都从中国进口,特别是刺绣、中国画、首饰、漆器、陶瓷刀、茶具、数码相框等产品尤为畅销。

“随着礼品市场的发展,如今礼品已经不是以往呆板的点心、烟酒、水果这‘老三

样’了,取而代之的则是健康、时尚、个性的产品。”沈庆武对记者说。

“礼品的演变是老百姓生活水平飞速提高的鲜明写照,从烟酒到保健品,再到当下个性飞扬的时尚品,礼品被贴上了时尚、乐活、环保的标签。在礼尚往来的背后,更包含着送创意、送品位的心意。”展会主办方励展华群总经理杨光远如是说。

记者在展会上看到,时尚、乐活、环保的礼品可谓比比皆是。比如德国米技炉带来了多款最新产品。

“很多购房者在装修中都会考虑使用开放式厨房,这对厨具的要求是非常高的。但是,很多抽油烟机无法很好地控制油烟。”德国米技炉北京地区的销售负责人王强表示,德国米技炉采用的是德国最新的智能精确控温技术,保障加热器皿均匀受热,减少因加热器皿的热量聚集而产生的油烟。

电商纷纷介入

2009年,全球金融危机影响了传统礼品市场的发展,一批传统礼品企业开始采取集约型经营模式,进军电子商务领域。

据相关机构统计,2009年,中国就冒出了近4000家垂直的B2C网站,预计2012年还会有上万家电子商务新生力量加入。

记者了解到,国内一线电子商务网站淘宝、当当、京东等也有意拓展个人礼品业务。

针对这种新兴的商业营销模式,易观国际一位不愿具名的分析人士认为:“礼品网购的商业模式在本质上是B2B模式,即满足的是企业的客户维系的需求,但是它与一般的‘企业对企业’的服

北京礼品展散发浓浓艺术气息



资料图片

■ 本报记者 舒畅

8月14日至17日,在第二十六届北京国际礼品、赠品及家庭用品展览会(以下简称北京礼品展)上,记者发现,无论是中国的传统工艺品还是日本的家居用品,都散发着浓浓的艺术气息。

据主办方介绍,本次展会展出面积达4.9万平方米,规模超过以往任何一届。在中国国际展览中心8个展馆中,1000余家海内外厂商各秀风采,而1号馆二层首度开辟的“中华礼物精品展示区”尤为引人关注。

中国传统工艺品受热捧

在采访中,开实体店的女士对记者表示,这是她第5次参加北京礼品展了。在看到中国传统工艺品亮相本次展会后,罗女士欣喜地表示,传统工艺品虽不像数

码电子产品那么新鲜有趣,但它们散发出的艺术气息和历史古韵令很多人着迷,尤其这几年怀旧风的兴起,让更多年轻人喜欢上了传统物件。

据主办方励展华群介绍,中华礼物精品展示区展出的传统工艺礼品包括江苏宜兴紫砂、景德镇陶瓷、浙江龙泉刀剑和青瓷、江苏镇湖刺绣以及苏州核雕等几大类别。

宜兴紫砂壶位列茶具之首,因造型典雅而备受追捧。近年来,紫砂壶更是在大师手下多了几抹亮色,不久前与“神九”一同遨游天宫的“国傲”紫砂壶就是代表。如果你在地中海田园风格的居室里摆上一把新派紫砂壶,便会立刻呈现出清新优雅的艺术范儿。

展会相关负责人表示,亮相此次北京礼品展的宜兴紫砂都有“身份证”,通过了当地质检部门的审核,观众可在此

尽情欣赏品鉴,放心收藏,不必为诚信问题而担心。

展会期间,励展华群与中国工艺美术学会共同举办了“中国工艺美术精品大师赛”,邀请到国家级工艺美术大师担任评委,为精品把关。另外,“中华礼物目录”首发仪式、工艺美术精品现场制作表演等活动也都颇具看点。

日本家居用品受关注

今年是中日两国邦交正常化40周年,主办方与日本贸易振兴机构合作,共同组织邀请了约100家的日本优秀礼品生产企业,以展团的形式出席北京国际礼品展,带来了富有显著人文特色的经典工艺、创新科技、新潮设计与环保理念的精品,为中国消费者带来了更多美好的生活选择,进一步促进了中日两国的经济贸易投资交流。

务不同,因为礼品最终被送到了个人手里,是一个B2C的过程,它强调的是顾客体验的附加服务,企业可以根据自已的需求定制个性化礼品册赠送给客户或者员工。”

洗牌已不可避免

“虽然中国礼品市场庞大,但中国礼品经营企业主要以民营企业为主,且普遍处于小作坊经营阶段,无论是生产、经营环节,都缺乏大品牌的规模化经营思路。”李先生认为,长期以来,没有重量级的知名品牌甚至国际品牌,是中国礼品行业的一大遗憾。

李先生认为,在当前经济下滑的形势下,一些大企业利润下降,中小企业惨遭淘汰,行业内部问题逐步凸显,传统经营模式受到挑战,礼品行业改革和创新刻不容缓。

采访中记者发现,令人担忧的是,礼品业到目前为止还没有自己的行业标准,现在仅是按照产品原来所属的行业标准。比如晶体石膏灯,它可以当作礼品,但同时它也是一件家居饰品,而现在只能按照家居饰品的相关标准进行生产。

作为一个独立的行业,礼品行业制定标准是件必然事情。一项调查显示,有57.1%的企业认为礼品业未来最大的障碍是行业标准不规范。

对此,李先生认为,体系化、品牌化是未来礼品行业发展的必然趋势。他建议,礼品业应该开拓细致而多元的营销渠道,更新营销理念,使生产厂家与采购商尽可能优势整合。

展业聚焦



资料图片