



信息集结号

应急救援装备技术展
促进国际间技术交流

本报讯 近日,2012北京国际应急救援装备技术展览会在北京全国农业展览馆闭幕。本届展会集中展示了包括人工影响天气等技术成果和产品,国内相关企业也带来了医疗器械、应急照明等与百姓生活紧密相关的产品和技术。

本届展会室内规模达3000平方米,室外规模达1000平方米,参展展商80余家,来自43个国家的70名驻华使馆武官出席了开幕式。

(兰 馨)

400家国际名企
齐聚淮北煤博会

本报讯 日前,记者从淮北市政府获悉,2012中国(淮北)煤矿机械博览会将于10月16日在该市举办。目前,已有近400家企业报名参展,包括IMM国际煤机集团、中煤张家口煤矿机械有限公司、沈阳北方交通重工集团等国内知名企业,以及波兰、巴西等国家和地区的企业参展。

据介绍,博览会自2006年举办以来,有效地促进了淮北煤矿机械产业的集聚发展,山河智能等一批战略投资者先后落户淮北市,煤机产业以每年50%以上的速度递增。

(季春红)

第三届鸡西煤博会
助力鸡西打造“煤机之城”

本报讯 第三届中国·鸡西国际煤炭工业博览会在鸡西市煤机产业园隆重召开。该博览会每两年举办一届,自2008年以来已成功举办了两届,在国内外煤炭行业具有较强的影响力。被誉为“中国采煤机摇篮”的鸡西,立足煤机装备制造产业的雄厚基础和产业优势,全力打造“煤机之城”。

据统计,本届博览会上,鸡西市共签约20个经贸合作项目,签约额达17.2亿元。其中,经济技术合作项目18个,签约额13.7亿元;贸易项目2个,签约额3.5亿元。

(施春莉 谭庆丽)

第六届广州国际模具展
吸引400多家展商报名参展

本报讯 第六届广州国际模具展览会(Asiamold)将于9月19日至21日在广州保利世贸博览馆举办。据主办方透露,目前,本届展会已吸引了来自15个国家和地区的400多家参展商相继报名参展。展会场地面积达2万平方米,横跨两个展馆,将展示与制模及模具应用相关的各类产品服务以及高端技术等。

本届展会将展示世界上最重要的专门模具及模具技术,并设立4个主题展区。

(谭 雪)

2012年中国信息通信展
将启用8个展馆

本报讯 由中国国际贸易促进委员会等机构主办的2012年中国国际信息通信展览会将于9月18日至22日在北京中国国际展览中心举行,同期将举办ICT中国·2012高层论坛。

本届展会将启用北京中国国际展览中心8个展馆共11个展厅和部分室外展位,总展出面积超过4.5万平方米,是本年度亚洲乃至全球规模最大、最具影响力的国际信息通信类展览会,将有来自加拿大、芬兰、法国、德国等16个国家和地区的近500家企业、机构和展馆参展。

同期,作为“ICT中国体验周”系列活动之一的“ICT中国·2012高层论坛”——中国ICT领域的“达沃斯”将举办。

本届论坛的主题为“智变中的ICT产业:开创应用和服务新时代”。包含主论坛(ICT企业峰会、ICT产业研讨会)、“云计算与服务创新”和“车联网与位置服务”等专题论坛、“2012移动互联网高峰论坛”和“2012宽带中国高峰论坛”等平行峰会。届时,将有来自世界各地的信息通信领域专家齐聚展会现场,各种设计新颖的新产品、科技领先的新技术、全新的解决方案和紧跟世界潮流的应用技术将登台亮相。同时,众多的投资、贸易商也将进场观展、参会,为先进的科学技术转换成现实生产力铺平道路。

(田 敏)

■ 肖 欢

今年上半年,中国摩托车行业产销摩托车1162.91万辆和1173.81万辆,同比下降11.41%和10.82%,创6年来同期最低……低迷的行业形势,让摩企们备受煎熬,纷纷谋求“突围”。

10月11日至14日,第十一届中国国际摩托车博览会(以下简称摩博会)为全面提升展会交易功能,经销商组织以及终端用户邀请成为重中之重。本届展会覆盖全国10余省市,以中西部为重点的大市场买家组织工作已有条不紊地全线铺开;而摩托车销售专区汇聚的10余个整车品牌,更成为行业用户集中采购的目标。

大市场买家人数翻倍

“去年摩博会,我邀约了100多户经销商到会,感觉非常不错,代表了整个行业的发展,是行业的风向标。”昆明新亚洲康盛贸易城的胡老板谈到在上届展会上的收

获,仍记忆深刻。胡老板眼中的摩博会,不仅成为市场品牌塑造的重要平台,更为摩配大市场搭建了一个知名摩托车品牌及零部件企业集中招商的商务平台。

中国摩博会交易功能大幅提升

据统计,上届展会,摩托车零配件参展企业达368家,参展的零配件展品门类齐全,覆盖了摩托车配套和后市场的重要零配件种类;摩托车、电动车整车参展企业达50家,中国重要摩托车品牌豪爵、宗申、隆鑫、嘉陵等悉数参展。

本届摩博会上,大市场买家组织范围进一步扩大,重点包括广州、广西、云南、贵州、浙江、江苏等10余个省市,同时,今年除了会邀请全部省级一级代理商商户以外,组委会与区县的二三级经销商也建立了联系。从售后市场反馈来看,主机厂也愿意在二三级市场设总代理,减少中间环节,下级区域市场也会出现新的增长点。

目前,新亚洲康盛贸易城、昆明大金马摩配物流中心等已初步确定大规模组织商户亮相展会。预计到会零部件售后

市场买家及经销商将突破万人——摩博会已成为广大零部件等企业拓展经销渠道的重要平台。

值得一提的是,为开拓国内摩托车配套市场,组委会通过整车厂邀请、媒体邀请等方式着力增强摩托车经销商邀请力度。邀请经销商时,将重点通过电话及信函寄送等途径加强对贵州、湖北、湖南、广西、四川、云南、重庆共计1.4191万家经销商的邀请。

开辟摩托车销售专区
着力提升摩博会交易功能

“中国摩博会正由以品牌展示为主的平台转变为以品牌展示、产品销售、文化传播为一体的综合展示平台。摩博会对售后市场、配套市场、国外市场三大市场的全覆盖格局已全面确立。”摩博会交易功能的显著增强,让组委会负责人王伟格外欣喜。

本届摩博会,室外广场开辟了上千平方米的摩托车销售专区,豪爵、春风、宗申、南摩等10多个摩托车品牌总经销商齐聚

一堂,向广大行业用户推出一对一现场销售及团购服务。届时,观众可以在现场销售区以特惠价格买到各种品牌的摩托车,实现摩托车生产厂、经销商和终端用户充分联动。

终端用户组织颇为关键,本届展会观众邀请将延伸至各类摩托车的细分领域,在强化中国摩博会新产品、新技术展示功能的同时,进一步拓展摩博会的交易功能。组委会终端用户邀请并锁定了石油行业、电力行业、勘探行业、防灾系统等特种摩托车行业用户,邮政快递、报刊发行、桶装水配送交通工具摩托车行业用户,各整车厂销售集中的乡镇用户的交通工具摩托车个人用户和以摩托车俱乐部及摩托车运动爱好者为主的休闲娱乐摩托车个人用户。

展业聚焦

近日,第八届中国(南京)国际软件产品和服务博览会在南京国际博览中心闭幕。本届博览会以“融合,智能,创新”为主题,来自30多个国家和地区的相关机构及1000多家软件企业参展。展览内容和专场活动紧跟云计算、物联网、大数据、移动互联网、智慧城市等领域发展趋势,集中展现软件和信息服务业的最新成果。图为展会现场。

孙 参 摄



办公家具展开辟“办公加油站”

本报讯 第十八届中国国际办公家具展览会(以下简称中国办公家具展)今日在上海新国际博览中心举办。为打造更加优质贴心的服务,展会将设立办公加油站。办公加油站共分为4个站点,其中,有为展商提供服务的展商服务站、为观众提供服务的观众咨询站,以及为媒体提供服务的媒体采访站。而最重要的服务站点——设计奖活动站,是专为2012年中国家具设计奖办公家具板块评选特别设立的,该站点将汇集并展示各路品牌,为2012年中国家具设计奖赚足人气。目前,设计奖活动站正在登记接收办公家具参

赛设计作品。

据了解,作为家具设计界的“奥斯卡”——中国家具设计奖是业界知名的奖项评选活动之一,旨在引起广大消费者和家具业内人士对家具设计的关注和重视,鼓励中国家具设计师的成长,提高中国家具设计水平。该奖项有12年的历史,享有很高的威望,影响力巨大。作为2012年中国家具设计奖的两个重要评选奖项——办公空间和办公椅大奖更是代表了办公家具领域最高设计水平的评选项目。截至目前,已有超过120家展商报名参加奖项评选。来自中国家具协会、各

大家具设计研究机构的专家们将决定大奖的归属。

另外,为更好地服务于相关行业公司、团体及个人,办公家具展VIP征集活动正在进行,征集对象包括室内或工装设计师、装潢公司、办公家具经销商/代理商/批发商或分销商、世界500强企业/中国500强企业/外商驻沪机构/各机关采购部门等。办公家具展VIP将享有展会优先服务、定期收到主办单位关于展会的最新资讯、免费赠送展会会刊及相关展会资料、展会现场同期活动尊贵席位等尊享礼遇和服务,成为VIP还能提前获取观众

胸卡,无需费用、无需现场排队便能快速进馆参观。

该活动是办公家具领域的一个“双赢”营销战略。通过VIP征集,中国办公家具展可以吸引专业观众,从而助力展商发掘更多商机。同时,展会还能针对专业观众提供相对应的服务,帮助他们做出满意决断,避免盲目选择及效率浪费。归根结底,就是让展商及专业观众实现双赢。

通过对上述活动的服务与支持,不难看出,中国办公家具展为打造完美的家具展会,其行动何其用心,其服务无微不至,让人对展会充满了期待。

(毛 雯)

中国皮革展:探寻行业机遇 凝聚坚守与希望

中国皮革业经过30多年的粗放式快速发展,目前已进入了转型期,这种转型既是自身发展使然,也有不得已的外因影响。金融危机尚未平息,欧债危机又来侵袭,全球实体经济持续疲软,欧美日等发达经济体难脱低迷,中国出口导向型的皮革行业受到极大冲击。

面对内忧外患的形势,企业转型已迫在眉睫。产业如何承接转移,到哪里发现新的市场与机遇?

面对疑问,中国国际皮革展、中国国际鞋类展与中国国际箱包、裘革服装及服饰展(以下简称中国皮革展,ACLE/CIFF/MODA SHANGHAI2012)向行业释放出积极信号,传递出强有力的声音。作为行业发展趋势的风向标,该展会历经20年的发展,8万平方米展览面积、逾10万人的专业观众、20余个国家和地区的展商及上千家企业参与其中,让该展会成长为品牌推广、市场开拓、创新展现及国际交流的最佳平台,更是拥有时尚、艺术、商贸、科技等资源聚合的能量场。

产品升级

在中国皮革协会对上半年行业运行的

调研中发现,做出口型企业比内销型企业难,中小企业有关停倒闭的状况,为国外大品牌加工的企业订单缩水严重,议价能力较弱。

本届展会上,东明实业、兴业皮革、开元皮革等知名生态皮革企业悉数登场,与真皮标志企业联袂展出。“真皮标志·生态皮革”以专门展区亮相,以便突出国内皮革行业“生态皮革”群体“天然、环保、健康”的内涵。

产业转移

从地域来看,中国皮革、毛皮制品和制鞋行业在东南沿海的企业面临压力较大,而内地企业相对平稳;从企业布局来看,在特色区域的企业,比分散布局的企业抗风险能力大。不断发展的产业集群是中国鞋业持续发展和产业升级的主战场,是中国鞋业发展重要的承载者。在展会上,皮革生产基地的企业抱团参展,突出宣传区域品牌,打造集群形象,以产业基地的资源聚集效应和成本优势吸引了大量国内品牌企业及世界知名采购商的订单,成为中国国际鞋类展独具的竞争优势之一。

“往中西部走”是制鞋业内多年来的热

门话题。随着产业梯度转移涌向中西部地区,安徽、湖南、江西等资源和劳动力大省都在抢食“东鞋中移”这块蛋糕。

时尚创意

作为中国国际鞋类展最大亮点之一的“D-together”区域成为每年展览人气最旺的部分。该区域每年汇集本年度国际鞋类设计大赛(IFDC)、国内“真皮标志杯”鞋类、皮衣设计大赛的获奖作品及效果图,选取百丽、达芙妮、千百度等各类鞋的最新流行款式,搭配保兰德、红谷等国内知名皮具进行展示,意在提升中国国际鞋类展的时尚度,丰富展馆的展示内容,除吸引企业管理者、设计人员、国内外采购人员以及普通消费者前来观展外,长三角地区很多院校的老师也组织学生集体参观,从中观摩设计构思。既有静态展示,也有动态发布,模特表演主要以皮革/裘皮服装、鞋类、皮具、箱包为主的时尚表演,配合箱包、皮革服装等产品,由专业模特公司操刀,为观众带来一场视觉盛宴。

发现机遇

在印度大幅提高了对鞋机的进口关税

后,中国鞋机出口转向土耳其、伊朗等周边国家。同时,印度、巴基斯坦和孟加拉国低廉的成品皮革大量涌入当地市场,土耳其制革厂商对此十分担忧。作为今年国际展区的主题国,土耳其的参展面积较去年增加了25%,期待扩大销往中国的高品质产品份额,满足中国高端消费者的需求。本届展会吸引了20余个国家和地区的参展团,近400家展商,展会的国际馆总展出面积也随之增加了10%。海外商家对中国市场依然充满信心。

穷则变,变则通,通则久。在世界经济的调整期,低速增长是皮革行业对外贸易的一种“自动防护”。在展商最多、人气最旺、服务最优等因素的带动下,中国皮革展以积极的正能量引领行业发展,展现转型升级的成绩与潜力,带动展商内销、外贸全面发展,实现买家与展商的合作共赢,引导企业把握市场发展方向,正确规划投资和生产,形成更加均衡、更富效率、更具活力的发展格局。

(静 安)

市场风向