

面料展:精准化服务助行业自救

■本报记者 周春雨

在全球经济危机的阴霾下,外贸出口受挫,内需市场不振,展会是救命稻草?

日前,在上海举办的第十八届中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会(intertextile,以下简称面料展),不仅被纺织企业认作是救星,而且也成为纺织行业的引领者。

“面料展始终站在最前方,不仅起着至关重要的引导作用,还与行业和企业共同经历着每一次的逆势增长和强势蜕变。”多数参展商表达了最真诚的肯定。

业界人士认为,作为全球规模最大的专业展会,面料展不仅是生产商、经销商、服装品牌商交流和贸易的平台,而且还引领着面料流行潮流,在为企业提供公平竞争的同时,也为企业调整产品结构指引方向。

近年来,面料展主办方面对纺织行业的困境,针对性地提出了精准化服务,这也是在全球经济危机的阴影下,面料展规模逐年增长的原因所在。

倡导精准服务

2012年,中国纺织服装行业面临的挑战是空前的。

业界人士认为,严峻的形势以不断叠加的压力考验着中国纺织服装行业在困境中的生存智慧。在国内外经济形势并不明朗的当下,企业既要加紧产品创新和结构调整以适应市场变化,又要把握市场契机寻求新的增长点,面料展是企业实现

交流、促进商机的有效平台。

据其组委会相关负责人介绍,为了更好地服务于展商及专业贸易买家,今年除了常规的专业观众组织邀请,同时还利用平面媒体及网络媒体扩大辐射面。

本届面料展设4个面料流行趋势发布区,分别为海外流行趋势发布区、正装面料趋势区、运动休闲趋势发布区、女装面料流行趋势发布区。另外,辅料时尚演绎区集中展示优秀的辅料产品,加强对辅料展商的推广力度。

除了传递最新资讯,面料展组委会还将纺织新技术与企业的新品研发进行有效对接。如举办多场技术推介会,向观众展示最新的和纺织工业相结合的科技创新,促成高新技术与面料研发联姻。

经过18年的发展,本届面料展规模达15万平方米,28个国家和地区的超过3300家参展商携带着最新产品参展。其中,国内参展商超过2300家,海外参展商超过1000家。

海外展团扩容

本届面料展的12个国家和地区的展团包括:日本、韩国、中国台湾、印度、印度尼西亚、巴基斯坦、泰国、德国、葡萄牙、土耳其、英国以及时尚欧洲馆内的意大利Milano Unica展团,且有众多顶级海外纺织企业参展。

其中,全新的时尚欧洲馆面积达1万平方米,云集了来自比利时、法国、德国、意大利、葡萄牙、西班牙、瑞士、土耳其和英国的优质服装面料与辅料生产商。今

后10年,全球时尚及高端产品需求的主要增长将来自中国,因此,拥有悠久历史和优良传统的欧洲供应商加大了拓展中国这个极具潜力的市场的力度。

首次亮相上海面料展时尚欧洲馆内的意大利Milano Unica展团,云集了意大利顶尖供应商。意大利Milano Unica展团主席Silvio Albini表示:“意大利Milano Unica展团在北京面料展搞得非常成功,并且两个目标都已实现。第一,就是要在一个高雅的环境中展出优质的产品,符合我们希望进入的中国市场的部分特质;第二,就是要为意大利参展商提供接触潜在的中国市场的大量商机。企业对展会效果十分满意,此次参上海面料展,也是非常正确的。”

Unica(意大利纺织面料展)是意大利的知名展会,为了更好地服务中国市场,主办方将展会搬到中国,有124家参展商,与春季的北京面料展相比,参展商增加了30%,该展会的展品不仅适用于奢侈纺织品,同样适用于大众纺织品。

下一个新期待

作为本届面料展的重要活动之一,2012年中国国际面料设计大赛的主题为“新期待”,释义为新变化催生新期待,催生对创意设计人才的种种“新期待”。“新期待”作为一种持续动力,意在促进设计手段与方式的多元化探索与创新。

据悉,大赛自3月启动以来,来自国内外的600余家纺织面料企业的5000余份面料参与了评选,涵盖棉、毛、丝、化

纤、针织等诸多品种,应用方向涉及男装、女装、运动休闲、牛仔、衬衫、内衣、辅料等品类。参赛产品在新原料、新技术、新工艺、新功能应用等方面呈现出了诸多新亮点。

中国纺织工业联合会副会长孙瑞哲曾指出,需要具备对行业走势的敏锐触觉,具备对市场需求的精准判断,进一步开辟“创意与生意一个都不能少”的事业领域。这既是产业在实现“华丽转身”的过程之中,对创意设计人才积蓄能量、快速成长的迫切“新期待”,也是创意设计人才对自我角色予以新定位、实现自我价值的“新期待”。

与此同时,作为面料展的议程之一,2012中国纺织市场论坛围绕“生存与发展”这一主题,邀请全球知名企业家、业界专家、行业领导者进行思想碰撞、深刻对话。值得一提的是,今年论坛聚焦针织业和产业用纺织品,特别安排专题环节,针对针织这个从原料纺织、成品制造到品牌营销的完整产业链,以及产业用纺织品这个广阔跨界、产品运用日新月异的行业生力军,展开专业、深入的探讨。

上述业界人士表示,18年来,面料展不仅见证了中国纺织面料的发展历程,而且已经成长为颇具专业性与国际性的品牌展会,并推动着中国面料辅料行业的进步与企业的成长壮大。

会展关注



会展传真

中国国际展览中心新馆 每年高端展会将破百场

本报讯 中国国际展览中心(新馆)二期的规划建设已提上日程,建成后,每年将举办各类展会上百场,更多的世界级商展将在这里落地。这是记者从近日召开的“会展经济与区域经济融合发展”研讨会上了解到的。

据介绍,国展新馆二期落成后,老馆举办的全部展览业务将转移过来,届时,新馆每年将有各类展会上百场,随着展馆规模的扩大,更多的世界级商展大项目将随之催生,而顺义也将着力吸引更多组展公司入驻。

2005年国展新馆正式落户顺义,2008年3月建成并投入使用,规划用地面积270公顷,总建筑面积217万平方米,其中展馆建筑面积40万平方米,配套设施建筑面积177万平方米。国展新馆填补了北京缺少10万平方米以上展馆的空白,成为北京会展业发展的新动力。

随着国展新馆二期的建设和72小时过境免签政策即将实施,北京顺义区进一步吸引高端国际会议的优势将更明显。这对于支撑北京建设世界城市、推动首都实现大会展产业的目标,将起到至关重要的作用。(毛雯)

医博会规模扩容 成都倡导绿色出行

■本报记者 静安

近日,第68届中国国际医疗器械(秋季)博览会、第15届中国国际医疗器械设计与制造技术(秋季)展览会(以下简称医博会)在成都落下帷幕。医博会的规模及其在行业的影响力,令其居于亚太地区首位,被业界誉为医博会。此次医博会与中华医学学会第十九次全国放射学学术年会(19th CCR)同期举办。

本届医博会以“创新科技 智领医疗”为主题,携手来自全球20多个国家和地区的2500多家参展企业的近6000个展位,在11.5万平方米的展场内,展示了医疗科技领域的最新技术成果及创新产品的40多个大类,近万个产品类别。

医博会历经30余年的发展,已经成为医疗行业内最具影响力的综合云平台。

据悉,本届医博会已最大限度地使用了成都世纪城国际会展中心的全部展示空间,包括室外临时展场、馆间连廊等位置,以便让更多的企业有机会参加到医博会这个云平台中。即便如此,本届医博会依然出现了很多企业无法订到展位的情况,一位难求也成为医博会的另一个特色。

展会同期还举办了2012中国医学影像融合战略研究高峰论坛(CSSI 2012),以及20多场围绕医疗领域创新技术和产品展开的高水准专题论坛和学术会议。医博

会面向整个医疗行业,展示内容包括医疗设备及相关服务,涵盖了整条医疗产业链,通过创新、贸易、学习、交流四大功能,汇聚行业智慧,构建起医疗会展云平台。

为了在医博会这个大舞台上向全行业呈现出一场精彩的演出,众多参展商纷纷在展会期间发布新品,如GE医疗首发的GE冠脉能谱CT Discovery CT750 HD等近十款新品、飞利浦公司推出的MX 4000Dual双层螺旋CT、锐珂公司推出的无线DRX家族新产品、华润医疗推出的i_Magenate 1.5T医用超导磁共振成像系统,以及迈瑞公司推出的“绿精灵”DigiEye380医用X射线摄影系统,都代表了国内外在医疗设备领域的最新技术成果。此外,GE、西门子、新华医疗、东软、安科、蓝韵、鱼跃、康达等业内领先企业均有新品在展会期间发布。据主办方统计,共有约600项最新医疗技术或产品在本届展会上发布。

与医博会同期,由中华医学学会和中华医学学会放射学分会主办,四川省医学华西临床医学院/华西医院及国药励展展览有限公司为合作单位,共同筹办的中华医学学会第十九次全国放射学学术年会(19th CCR)在成都世纪城国际会议中心举办。来自海内外放射学领域的300多名知名专家到会,并做精彩的学习



术演讲;同时将有超过3000名从事医学放射影像及相关学科的专业医生代表参会;本届CCR年会堪称近年来国内参与人数最多、学术水平最高的一场放射医学专业顶级盛会。

据记者了解,为了办好医博会这场国际高水平展会,受成都市政府委托,成都市博览局作为成都市会展行业的主管单位,全面配合主办方国药励展,在展前做了大量的策划协调,将各项任务落实到位,高效地保障了展会筹备顺利进行。

为了让参展代表往返驻地与展馆的交通更加便捷,本届医博会倡导乘坐公共交通出行,专门为参展代表发放了地铁乘车券,参展代表可凭该券乘坐抵离成都世纪城国际会展中心的地铁线路。同时,参会代表还可以免费乘坐市区至会展中心的公交车线路,这一举措既方便了众多参展代表到会参观,又减少了展馆区域的非公交车辆流量,避免交通拥堵,还达到了节能减排、绿色出行的目的,可谓是一举三得。

广东阳江市知识产权局 开展会展知识产权保护工作

本报讯 近日,第11届中国(阳江)国际五金刀剪博览会举办期间,为有效打击知识产权侵权行为,努力为客商营造良好的贸易洽谈环境,广东阳江知识产权局联合各县(市、区)知识产权局在刀博会会展中心开展巡查、宣传和接受投诉处理。据统计,展会期间,共发放《中国(阳江)国际刀剪博览会对涉嫌侵犯知识产权的投诉及处理办法》、《专利法》、《专利标识标注办法》、《广东省专利条例》、《广东省展会专利保护条例》等国家、省市有关重点宣传资料1000多份,接受参展商及群众对有关知识产权的咨询100多次。

据悉,展会期间没有发现知识产权的侵权行为。这主要是由于参展客商“质量”有所提高,参展商的知识产权意识普遍增强,运用知识产权制度的能力显著提高。许多参展商建立了自己企业内部的知识产权制度,懂得为自己发明创造的新产品申请专利、注册商标,在生产、销售新产品前又懂得利用网络检索或向中介代理公司咨询这种产品是否已申请专利,自己的行为是否会构成侵权。(洋江)

卢森堡会展业逆市增长

本报讯 近日,卢森堡大公储纪尧姆的新婚吸引了3000多名来自国外的游客,以及近800位外国记者。

实际上,这次本年度欧洲王室的顶级婚庆,也是2012年卢森堡会展产业领域最大的一个亮点项目。卢森堡是一个国土面积很小的国家,无论东西跨度还是南北跨度都不足80公里,很少有游客在这里观光时间超过两天。在很多旅游线路的设计中,卢森堡只是德法之间的中转站,停留时间往往只有4到5个小时。

为了增加旅游收入,近年来,卢森堡把会展产业作为新的经济增长点。通过举办各种会议、培训、展览,以及相关的活动来扩大客源,从而为宾馆、餐饮、交通等行业的创收提供机会。据统计,仅2011年,卢森堡直接通过会展产业就业的人员数量为17500人,占就业总人数的近6%。目前,卢森堡会展产业拥有63座设施、37座宾馆,占地面积达13万平米。今年投入使用的一座大型会议中心,已经承接了5次欧盟27国范围内的部长级会议。在这次大公储婚庆期间,这里是文字、图片、视频记者们工作的新闻中心,接待能力达到800人以上。依靠会展项目的开发,卢森堡旅游业在欧债危机中不但没有衰退,反而在2011年获得了4个百分点以上的增长。(宗赫)

创新展品打动广交会采购商

■本报记者 毛雯

10月27日,第112届广交会第二期闭幕。来自广交会组委会的信息显示,参展企业通过提高产品附加值、加强品牌建设等方式,在复杂多变的国际经济形势中积极谋取外贸发展空间。

据广交会二期的盘点数据显示,在两成多反映订单增长的企业中,得到普遍认同的观点就是:“加大研发力度,设计新奇特的产品能吸引更多客户。”

据中国轻工工艺品进出口商会(以下简称中国轻工商会)介绍,本届参展企业注重在产品中使用新材料、新技术,很大程度上提高了产品附加值,知识产权保护与维权力度也相应加大。

创新的新商机

据轻工工艺馆二期情况综合总结,本期的成交总体情况不容乐观,截至10月25日,成交总额较上届下降了7.67%。另据中国食品土畜商会数据显示,截至10月25日,园林用品展区和土特产品展区成交比第110届下降28.05%,但对大洋洲、南美和非洲市场出口成交呈上升态势。

多数表示订单增加的企业均认为,“由于世界经济面临巨大的下行压力,转变外贸发展方式已经进入攻坚期,只有研发创新,才能为企业增加动力”。

还有参展商表示,企业自身积极创新产品,包括研发了中高端产品赢得订单等。而且各方面的工序都要尽可能做好,包括交货期、客户服务。

订单意外增长

据悉,在欧洲订单下滑的情况下,美国和南美国家的订单出现意外增长,今年全年整体出口好于此前预期。不过,对于2013年的形势,参展商们仍然抱持不乐观的预期。

按照往年惯例,圣诞节商品要在12月之前运抵欧美市场,因此每年3、4月企业就开始接单,到了9、10月企业往往已经完成订单并准备出货。

据杭州参展企业表示,今年圣诞订单增长了10%,增长的原因是下半年来自美国的订单意外增长。此外,还有多家参展企业也表示,情况比预期的好,即使今年圣诞订单没有增长,但也多与去年持平。

外贸企业谋变

据广交会的官方数据显示,本届广交会到会采购商跌至2008年金融危机以来低点,截至10月25日,本届广交会一期、二期累计到会采购商143109人,较上届同期的160908人大幅减少11%。

尽管出口不振,不少外贸企业并没有太过悲观,而是将目前低迷的国际市场看作蕴含机遇的“洗牌期”。

达伦特集团董事长王立新也认为,外贸低迷的现状其实正是“大浪淘沙”的好机会。他表示,达伦特在中国、欧洲、泰国分别设有工厂,应对欧美市场不振的能力明显超过一些小公司。“金融危机对强势企业来说是一种帮助,因为在这个过程中弱势企业会被淘汰”。