

法国时尚类展会谋划中国市场胃口大

■ 本报记者 周春雨

10月下旬,北京和上海交替上演着纺织服装类的时尚盛宴。

第八届上海国际时尚内衣展览会(以下简称上海时尚内衣展)刚在上海引爆了2013年时尚潮流,余热尚未褪去,其组织方便赶赴北京的中国国际时装周(以下简称国际时装周)推介其内衣展。尽管中国国际时装周还未跻身国际四大时装周之列,但已经嗅出时尚味道的法国服装类展会组织者们,早在几年前就已经提前进入中国市场了。

国际时装周期间,巴黎大区经济发展局(PREDA)与中国服装设计师协会组织了中法服装和家居时尚创新趋势研讨会(以下简称中法时尚研讨会),与会的中法人士对服装和家居时尚创新大趋势进行了观点上的交锋。同时,还对加强北京和巴黎的合作进行了深入探讨。

中法时尚研讨会期间,娜丽罗狄设计事务所时尚业务总经理娜达丽发布称,该机构通过对中国、法国、美国、日本和巴西5国的消费者开展的、以“未来与你”为题的大趋势调查显示,现代消费者将更为主动,有一种积极的创新精神。

据娜达丽预测,“讲故事”、“感觉”、“有趣”、“新酷”和“关联”五大趋势将占据未来时尚发展的主导地位,引领全球未来的消费方向。

巴黎内衣展中国布局

在本次中法时尚研讨会上,从巴黎专程来到北京的巴黎创意之都展览联盟理事、欧罗维特集团(以下简称欧罗维特)总裁玛丽劳尔介绍了由欧罗维特主办的巴黎国际女内衣展览会、巴黎国际内衣面料辅料展览会、巴黎国际内衣泳装展览会。

据了解,由欧罗维特于8年前在上海创办的上海时尚内衣展,是亚洲唯一的时尚内衣展。由欧罗维特主办的另外3个内衣展分别在巴黎、纽约、拉斯维加斯举办。今年4月,欧罗维特收购了北美唯一的专业内衣展Curvexpo,这也意味着其在全球最重要的三大洲都拥有了内衣展。

有业内人士指出,这表明了欧罗维特集团实施全球战略的坚定决心和实力,从中也可以看出其对中国市场的用心,以及对上海国际时尚内衣展的前景非常看好。与此同时,随着内衣行业的强势发展,寻常的展会已不能表现出内衣品牌企业所具备的内涵。这对欧罗维特来说,更是机遇。

欧罗维特方面也表示,愿意利用50年积累的经验及人脉,为中国企业及国际品牌搭建一个专业、高端的国际交流平台,提供品牌在不同时期所需的服务及帮助,并致力打造一个专属全球内衣产业的交际圈。

上述人士表示,上海时尚内衣展依托欧罗维特在全球成熟的办展经验与丰富资源,在国际上的影响力不断扩大。对于一个成

熟、专业、有深度的专业内衣展来说,如何让品牌商、原料商及各类渠道商紧密结合,进而促进整个行业良性发展,这是一个基本又深远的使命。

基于对此的思考,综合中国及亚洲内衣行业的实际情况与巴黎、纽约等较成熟展览的办展经验。2011年,欧罗维特首次提出了“同宴两展”的全新理念,同时同地举行品牌展与原料展,既息息相关又相对独立,显现出其更细分、更专业的特性。同时还将主题、论坛、秀场活动贯穿于这两个展会中。

该人士称,在亚洲,也只有10月份上海国际时尚内衣展可以一览欧洲顶级品牌“围攻”中国市场的浩荡声势。

中法的合作机遇

中国时尚消费市场正吸引着国际高端卖场的注意力。在本届中法时尚研讨会上,巴黎老佛爷百货公司国际推广总监瓦尼耶的出现令业界人士意识到,继成为全球奢侈品最大消费国之后,中国将迈进时尚圈,并将成为全球最大的时尚消费市场之一。

中法时尚研讨会期间,巴黎大区经济发展局高级副局长杜克罗指出,巴黎大区是欧洲经济第一大区。对于中国企业来讲,它是进入法国和欧洲市场的理想之选。他还指出,中国和法国市场为两国的企业提供了大量的贸易机遇,应该进一步加强和开发。巴黎大区有悠久的历史,在创意产业领域内有提供40万个就业机会的潜力,是生活艺术

和创意之都,在这个领域内每年举办32个展会和50多个大型活动。许多专业互补的展会在同期举办,为专业人士出访和开展国际交流创造了极佳的条件。

玛丽劳尔指出,目前巴黎的服装和家居时尚类展会的影响力居全球之首。凭借服装和家居时尚类展会的知名度和影响力,巴黎毫无疑问已成为广义创意产业不可或缺的贸易平台、宣传平台和国际舞台。巴黎作为创意之都,是国际交流的中心,也是创意天才的诞生之都和回归之地。

“北京文化创意产业已发展成为首都经济发展的重要支撑,在全国处领先地位。”北京市经济信息委员会副主任张兰青表示,北京市从八个方面支持文化创意产业的发展:一是调查、研究、制定、发布产业发展规划;二是建设产业聚集区;三是建立专项资金支持重点项目平台;四是保护传承文化,将旧工业资源厂房改造成创意新型态的创意园区;五是培养专业人才;六是培养、吸引品牌企业促进产业升级。七是支持中介机构发展会展经济;八是支持组织、推动新产品开发。

据记者了解,除在上海每年举办时尚内衣展之外,欧罗维特还将于明年3月下旬在香港国际会展中心举办香港国际时尚内衣展,这是欧罗维特在全球的四大时尚内衣展之一。

本版话题

10月29日,为期4天的2012中国柯桥国际纺织品牌博览会(秋季)在浙江柯桥·中国轻纺城国际会展中心闭幕。本届纺博会共有567家境内外企业参展,其中来自意大利、韩国、德国等国家和地区的境外企业42家。本届纺博会的展位数和参展企业数均创下历届秋季纺博会之最。

创意、创新是本届纺博会的最大亮点。特别是在今年纺织行业整体形势低迷的情况下,众多纺企更希望借助本届纺博会的大平台拓展销售渠道。

为了突出“时尚、品质、绿色”的展会主题,组委会还在本届纺博会中划定“创意展区”,把纺织创意类公司的展位集中到同一区域,形成集聚效应,纺织时尚创意得到了充分展示。

(柯桥)



“逢展必涨”非正道

■ 叶子 曾志杨

10月18日至21日,第87届全国糖酒商品交易会(以下简称糖酒会)在福州海峡国际会展中心举办。据统计,本届糖酒会近3000家企业集中亮相,商品成交总额为199.59亿元,累计入场人数达20万人次。

福州市有关负责人在糖酒会总结会上说,此次糖酒会无论是展览规模还是来宾数量,都创下了福建会展业之最,成为福建省迄今为止举办的最大展会。

“糖酒会10多万客商的到来,检阅了福州承办全国大型展会的能力,考验了福州交通运输、住宿接待、城市管理和综合服务水平。”福州市政府副市长陈晖说,通过举办糖酒会,福州将提升知名度和影响力。

蜂拥而至的客商直接带动了福州市的餐饮、住宿、交通、旅游、贸易、广告传播、文化娱乐等产业的强劲增长。

然而,风光背后却隐藏着相关行业的乱象。糖酒会期间,出租车司机乱宰客、餐饮业大捞一把、“会外展”遍地开花、酒店业狂

涨一气……

特别是在福州酒店业窃喜之际,随之而来的却是“限价令”的无比尴尬及客商的万般无奈。

曾有媒体报道说,糖酒会期间,福州酒店客房普遍提价,有的甚至比平时要高数倍,这让来自全国各地的客商苦不堪言。有的客商拉着行李箱到处找住处,发现一家比一家贵。客商无奈地说:“价格即使高得离谱,也要入住,总不能露宿街头吧!”

鉴于此,福州市物价局出台了“糖酒会期间酒店客房临时限价措施”,以制止这场借机生财的闹剧。按照规定,10月12日至22日,福州市饭店客房价格实行最高限价管理。其中,五星级饭店标准房每天每间最高1300元,快捷酒店标房最高300元。

据有关知情人士反映,糖酒会期间,福州酒店业客房价格上演激情时速,不仅经济型酒店无视限价,就连诸多五星级酒店也大幅超限。福州物价部门虽然深入对一些酒店查客房价格的超限问题,但酒店客房价格并没有最终限制下来。

举办商业展会是为了促进商品交易,这既对活跃市场有利,也对当地经济发展有利,然而一些商家却目光短浅,借举办会展之机乱涨价,损害的不仅是外地的来客,就是对当地的百姓来说也是个烦恼。

去年福州举办全国医药交易会期间,笔者当地的一个朋友就吃了苦头。朋友的儿子结婚,有外地亲朋好友来参加婚礼,需要安排住宿,可正逢展会举办期间,平常只需百余元的标间,居然涨到了500元,朋友感叹其儿子真是“婚不逢时”!

“逢展必涨”,这是个悲哀,悲就悲在商家杀鸡取卵式的经营。如今,各地都热衷于举办可以给举办城市带来机遇和商机的展会,但这种机遇和商机需要社会的扶持与培育,而不是急功近利的巧取豪夺。有些商家将展会视为“唐僧肉”,伺机涨价,借机宰客,却不知一叶障目的短视行为会坏了城市名声,歪了城市形象,毁了城市财路,这样的会展环境还怎能迎来今后的四方客?

近年来,福州会展业表现不俗。有统计数据显示,截至2011年年底,福州市共成功举办

各类展会1000多个,其中全国性大型展会40多个,累计接待境内外参展参会代表近3000万人次,实现内外贸易成交额700多亿元,直接拉动了20多个服务行业的市场消费。

目前,福州海峡国际会展中心的硬件设施已经具备承接大型展会的条件,随着配套服务的跟上,未来福州将会吸引到更多的大型展会。

按照福州会展业的远景规划:到2012年,福州将基本落实会展业发展政策,完善服务体系,规范市场运作;到2015年,福州将实现向全国较强的二级会展城市的跨越,成为东南沿海地区有较强影响力的会展中心。

随着福州步入会展经济快车道,福州市的餐饮、住宿、交通等产业也将继续受益。

笔者认为,为了让会展业更好地发挥其应有的作用,需要会展从业者的齐心协力,需要政府的监督引导,更需要相关行业商家的诚信经营和精心呵护。

谈经论道

业内通告

海口会展业出新政 大展落户最高补贴300万元

本报讯 近日,海口市政府审议并原则通过了《海口市鼓励会展业发展专项资金使用管理暂行办法(修正案草案)》,在补贴标准上予以了明确界定。补贴方式分为两种:

在培育本地展览项目方面,海口市的补贴对象为在本市举办的国际性、全国性或区域性的展览项目,对新创办的展会,按照展会实际销售的标准展位数量进行补贴,最高不超过6届,每届补贴总额最高可达30万元;对现有展会已达6届以上的,为鼓励其继续做大做强,以上一年(届)展览实际销售的标准展位为基数,对超出的增加展位进行补贴,每届最高可达20万元。同时,为引导专业相近的中小专业展会走“联合办展、共创品牌”的路子,海口市对整合资源后的展览规模达到500个标准展位以上的,视作新办展会予以补贴,每届补贴总额最高可达20万元。

在鼓励国内外知名大型展览项目举办方面,新《暂行办法》规定,在海口市举办国内外流行性展览的举办方,或承接上述展会的专业展馆,其申办费或补贴的标准是:符合海口市产业发展的展览项目原则上按1.5万平方米起予以补贴,补贴金额为100万元,每增加1.5万平方米补贴100万元,最高可达300万元。

(王存福)

外展推荐

2013年巴西圣保罗国际牙科展

展会时间:2013年1月31日至2月3日

展会地点:安年比展览中心

主办单位:圣保罗牙科协会

展品范围:牙科医疗材料、工具、颌面外科专用器械、牙科贵金属及非贵金属合金、牙科诊室家具、牙科药物、清洁产品、口腔医院管理设备、口腔保健用品等。

展会概况:一年一度的巴西圣保罗国际牙科展(ciosp)创办于1960年,现已发展成为巴西和拉美地区规模最大、最具权威性的医疗用品展之一。

往届回顾:据有关统计资料显示,2012年巴西圣保罗国际牙科展吸引了20个国家和地区的近500家参展企业,展出面积超过2.1万平方米。

前景分析:巴西的经济实力居拉美地区首位。近些年来,巴西政府继续执行稳定的经济政策并不断深化改革,加速了宏观经济结构的调整 and 私有化进程,并取得了积极成效。

最近几年,越来越多的巴西人开始关注口腔健康,促使牙科行业比过去发展得更快。最重要的是,先进的电子技术为牙冠、牙桥及移植技术的诊断和治疗为巴西牙科医疗市场提供了全新的契机。

业内人士预测,随着巴西人越来越重视口腔健康、牙科行业科学技术的进步和工艺装备的改进,潜力巨大的牙科医疗大市场将为广大牙科工具生产企业带来新的机遇。

(方凡)

微话题

展装市场混乱 搭建商处境艰难

◎沈阳会展:长期以来,展装市场如何规范一直是会展业的焦点话题。但由于缺少统一的行业标准,导致每个城市、每个展馆甚至是每个展览项目的搭建标准都不同,大有各自为政的架势。这令提供服务的展览公司处境艰难。

会展物流高利润 或引无数企业竞折腰

◎中国会展门户:随着我国经济的发展和第三产业的兴起,政府和企业界越来越重视会展业,由会展业衍生出的会展物流也得到了强大的市场支撑。作为一种高端的专业物流形式,相对一般的物流业10%的利润来说,会展物流有着高达30%至40%的利润空间。