



信息集结号

柯桥春季纺博会由高星级酒店提供快餐服务

本报讯 日前,为期3天的2013中国柯桥国际纺织品面辅料博览会(春季)(以下简称春季纺博会)在中国轻纺城国际会展中心举办。本届展会以“时尚、品质、绿色”为主题,吸引了541家国内外知名纺织企业参加,展览面积达2.3万平方米,规模创下历届春季纺博会之最。在此基础上,筹委会还在馆外新设印花工业展区,展示面积达3000平方米。

本届春季纺博会的招商工作成效显著。会前,有来自美国、法国、英国、韩国等70多个国家和地区的3000多名中外客商书面确认到会参观采购。为方便采购商,本届春季纺博会还特地开发了参观证自助打印系统,采购商通过预登记,可以在网上直接打印参观证,免去了现场排队的麻烦。会前,网上预登记采购商已达1000多名,是去年同期的3倍多。

据了解,两大行业专业赛事——中国国际面料创意大赛和中国国际时装创意设计大赛今年将继续落户柯桥,大赛启动仪式已于3月底在北京先后举行。春季纺博会期间,大赛设置了现场报名点,吸引广大参展企业参与赛事,使活动与市场、展会的联系更加紧密,进一步推动了纺博会提档升级。

为了更好地服务广大参展商和采购商,筹委会在展会现场设立餐饮、上网、新闻发布、医疗、保险、商务中心等配套服务区。特别是为进一步保障展会的食品安全,筹委会与四星级酒店金昌开元大酒店签订了供餐协议,由该酒店提供展会期间展馆内的客商快餐服务。由此,纺博会成为国内知名展会中首个由高星级酒店提供场馆快餐服务的展会。(李文)

2013法蓝瓷陶瓷设计大赛新增奖项鼓励创意思维

本报讯 2013法蓝瓷陶瓷设计大赛近日在北京启动,今年新增“概念设计组”及“WOW prize”奖项,为新锐设计师提供展现奇思妙想的舞台。

本届大赛的主题为“瞬(moment)”,意在鼓励参赛者抓住创造过程中灵感迸发的美好时刻,捕捉瞬间以凝固永恒。法蓝瓷股份有限公司总裁、亚太文化创意产业协会理事长陈立恒表示,希望能借设计大赛的平台挖掘人文科技力量的内涵,希望设计师创造出更多影响陶瓷产业、改变现实生活的震撼作品,用产品带动文化,传达品质、品格与品味,将陶瓷文化发扬光大。

为鼓励参赛者们大胆创新,挖掘具有前瞻性和影响力的作品,本届大赛在往届只有一个“陶瓷设计组”奖项的基础上,新增“概念设计组”及“WOW prize”奖项,为新锐设计师提供展现奇思妙想的舞台。

法蓝瓷陶瓷设计大赛创办于2007年,至今已举办6届,规模逐渐拓展至国际,成为一项具有影响力与艺术品质的国际赛事。本届大赛由中国艺术研究院、台湾创意设计中心及亚太文化创意产业协会等两岸单位共同主办,法蓝瓷股份有限公司承办。

2013法蓝瓷陶瓷设计大赛将于7月中旬公布决选入围名单,于11月举行决赛。“陶瓷设计组”、“概念设计组”金奖得主将分别获得人民币10万元和2万元的高额奖金。(吴依芃)

“辽宁四宝”文化艺术品博览会惊艳沈城

本报讯 为促进岫岩玉、阜新玛瑙、本溪辽砚、抚顺琥珀及煤精、朝阳树化玉和喀左紫砂等产业的发展,辽宁省人民政府于2013年5月10日至14日在辽宁工业展览馆组织举办第二届“辽宁四宝”文化艺术品博览会暨辽宁宝玉石、砚石、紫砂博览会。

此次展会展示面积11000平方米,设置标准展位550个,集中展示岫岩玉、阜新玛瑙、本溪辽砚、抚顺琥珀及煤精、朝阳树化玉、喀左紫砂等特种资源的原料、雕刻工艺、创新设计和艺术作品,促进辽宁玉石、砚石及紫砂等文化艺术品行业与国内外的交流与合作,做大做强相关产业。(倪明)

专利拍卖招商公告

受权利所有人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对“自助循环式洗水池节水设备(ZL201220346646.1)”的专利权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。

该专利用于解决自来水厨房浪费水源的问题。同样的一盆水,使用本节水设备,可以有效利用三次。本设备将改变自来水用户现存的用水模式,提高水的利用价值,具有深度节水,有利水源保护的特点。详情可查阅我公司网站 www.jcbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

展业聚焦

餐博会倡导“放心餐桌” 宣扬饮食文化



资料图片

■ 本报记者 范丽敏

吉尼斯大师展现“面吹气球”绝活、百余名中餐大厨共同切磋技艺、百余种老北京小吃任你品尝……5月9日至11日,在北京展览馆举办的第八届中国(北京)餐饮食品博览会(以下简称餐博会)上,琳琅满目的特色展演、美食、农产品及食材,吸引着一批批观众纷至沓来。

民以食为天,食以安为先。尽管如此,接受记者采访的业内人士仍然不担忧地表示,频频发生的病死猪、假羊肉、毒生姜等食品安全事件,已经严重影响了包括餐饮业在内的食品行业的发展,长此以往,不仅威胁到老百姓的饮食健康,也将威胁到餐饮文化的传承。

美味重要 食品安全更重要

金参会双绝、鱼蓉包子、翡翠玉蓉蛋、金钱鱼腐、香薰羊排、马蹄莲鱼翅、御笔海参、银丝鱼球……5月9日至11日,在同期第三届国际中餐青年厨师争霸赛上,各位

厨师一展身手,做出的菜肴犹如一道道艺术品,极富诱惑。

“希望通过国际中餐青年厨师争霸赛的举办,让大家领略中餐近年来在中国发展的创新理念,并使中餐走向世界,让世界美食走进中国。”世界中国烹饪联合会会长杨柳介绍说,本届青年厨师争霸赛云集了来自美国、加拿大、印度、克罗地亚、韩国、日本等国家和地区,以及来自中国22个省区市的100多名青年厨师选手汇聚北京,吸引世界各地中餐观摩团到会学习、交流和助威。

专业厨师做出的菜肴不仅美味难挡,而且花样百出,有些甚至闻所未闻。

金龙鱼展区前,一位厨师将面饼拢在嘴前吹气,面饼立马神奇地鼓起来,不一会儿竟成了一个通透的面气球。这种“玩面”绝活,引来不少观众围观。

原来,这位吹气球的厨师就是面团吹气球的创始人及世界吉尼斯纪录保持者吴斌。他曾以34秒71的成绩吹出5个直径不小于15厘米的面气球,成为该项吉尼斯

世界纪录的保持者。

作为面团吹气球大师,吴斌对面团情有独钟。他告诉记者,目前,很多人为了省事,直接使用拉面剂,这是不健康的做法。“其实,拉面时加少许油和盐,揉到‘三光’,即手光、面光、盆光,再拉成毛线粗细就可以下锅了。”吴斌说,民以食为天,食以安为先。吃,最基本的要求就是健康。

然而,随着近日出现的对问题羊肉卷、毒生姜、病死猪等问题食品的曝光,食品安全问题再次敲打消费者脆弱的神经。

对于如何保障食品安全这一问题,杨柳在接受记者采访时表示,首先,国家监管和执法部门应严格贯彻执行相关法律法规;其次,餐饮食品企业应该从源头把控,从最初的原料到生产、加工环节以及最后的出售环节都应该做到“三证齐全”;最后,从业者还要提高自身素质,不能一味贪图利益。

“现在,消费者对于健康安全非常敏感。即便价格高,消费者也甘愿为安全和品质买单。因此,食品质量安全问题是企业的重中之重。”湖州老恒和酿造有限公司董事长陈卫忠对记者说。

记者从餐博会组委会了解到,本届餐博会紧密围绕从田间到餐桌的全产业链,规模超过1万平方米,展位约350个,吸引了来自意大利、日本、韩国等国家和地区的260多家企业参展,共设计了餐饮、食品、绿色农业、旅游美食、供应商5大板块。

饮食重要 文化价值更高

“这是什么?”一位大学生指着一碗糊糊状的东西问道。

“这是老北京面茶,是用黍子面或者小米面煮成的糊状物,表面再淋上芝麻酱,你要不要尝一尝?”参展商李先生说。出于好

奇,这位大学生买了一碗,津津有味地品尝起来。

上述大学生告诉记者,像他这样的外地人,好多老北京小吃有的听说过,有的则从未听闻,更别说品尝了。今天,他打算在餐博会上敞开肚皮,把知名的北京小吃全尝一遍。

记者在展会现场看到,护国寺小吃、锦芳、红螺食品等知名老字号企业均摆出了展台,带来了自家最拿手的小吃。

“锦芳小吃创建于1926年,目前有200多个小吃品种。”锦芳小吃的销售人员杨女士介绍,由于场地条件限制,他们只带来了最受欢迎的50多个品种。其中,面茶、松肉、切糕等小吃卖得非常火。

杨女士告诉记者,虽然老北京小吃深受老北京人喜爱,但外地人却并不熟悉。更令人担忧的是,由于利润少、传承困难、竞争力不足等原因,老北京小吃品种正以每年20%至30%的速度消失,目前还在经营的老字号不足30家。

“为了进一步保留并传承老北京小吃文化、扩大老北京小吃的影响力,我们正在酝酿打包申请国家级非物质文化遗产工作。”老北京传统小吃协会会长候嘉在接受记者采访时说,事实上,老北京小吃与颐和园、八达岭长城、故宫等一样,都是北京重要的文化符号。希望更多的中外游客在品尝老北京小吃的同时,感受中国的传统文化。

记者了解到,除了在举办餐博会的北京展览馆主会场可以品尝购买百余种地道的传统小吃外,遍布京城的各餐饮小吃店还设立了分会场,将连续展开1个月的让利促销活动,宣传小吃文化。而在6月9日非物质文化遗产日当天,北京烹饪协会还将对一批北京特色小吃揭晓、命名,并发布北京小吃调研报告。



近日,2013上海国际珠宝首饰展览会在上海世博展览馆举行,来自津巴布韦、泰国、斯里兰卡、澳大利亚欧泊、水贝彩色宝石、国际彩色宝石协会等展团22个国家和地区的近1000多家展商齐聚浦东,发布最新的珠宝消费流行趋势。

图为一名泰国珠宝商在同事手语的帮助下整理“鸽血”红宝石展品。

本报记者 季春红 摄

物流园区建设亟待冷思考

■ 本报记者 郝昱

由中国仓储协会主办的2013第六届中国国际物流博览会于近日在北京中国国际展览中心闭幕。本届博览会展出内容包括:仓储与物流服务、仓储地产与物流园区、货代船代与运输服务、冷库技术与冷链物流等。目前,国内大型物流园区及基地如雨后天春笋般涌现,且建设规模不断扩大,空置率较高。在采访中,记者听到了来自物流企业和物流园区的不同看法。

物流企业:

物流园区跟风建设现象严重,空置率高

很多物流企业都表示目前物流园区跟风建设现象严重,只看眼下商机,不考虑市场需求及最终入驻率。浪费人力物力,得不偿失。

某业内人士对《中国贸易报》记者表示,现在国内物流园建设是个新趋势,很多地方就像“刮风”一样,多个物流园区“一夜而起”。一个地方建其他地方也建,跟风现象

很严重,而且规模都是“巨无霸”。

该业内人士建议:“首先,要考虑市场需求和规模。建设物流园区或基地应当考虑市场需求,盲目建设导致较高的空置率,根本就是浪费资源和空间。其次,要考虑商户便利。有的物流园一味要求建设规模,位置比较偏远,给园区的商户带来诸多不便。因此,建设物流园既要考虑市场需求和规模,也要考虑其辐射范围。”

物流园区:商户多不一定好

对于园区入驻率不高的原因,襄阳光彩国际物流产业投资有限公司招商部经理赵冬冬解释说:“原因有以下几方面。首先,物流园区一般要求达到开门率就可以,比如,总共300亩的冷链仓库只有两家大型企业入驻或多家企业入驻就要优胜劣汰,因为商户质量涉及到占地面积和后期运营管理的问题。其次,我们一般扶持大中型的商户,企业越大,仓储量越大,那么厂家的诚信度就越高。中小型的商户,不

但实力达不到,运输过程中的安全性也难以保证。”她还表示,入驻率的确会影响园区运营,但并不是商户越多越好。”

在谈到空置率高的问题时,赵冬冬表示,入驻率不满的话会影响园区后期的运营,因为空置率太高,市场成活率就低。一般每个成熟的园区入驻率都会达到一定标准,因为园区一般会根据当地经济和前期市场调研情况考虑可容纳多少商家并决定建设规模。此外,仓储的配比也是由货物吞吐量和招商情况来判定的。如果一个地区吞吐量20万吨的话,超越它的规模,肯定消化不了,也是不现实的。如果后期市场需求扩大,到时再建园也不迟。”

共同打造美好园区

赵冬冬认为,有一定实力的物流公司,他们有自己的配备好的软硬件设施。剩下的由园区进行运营配套服务,这就是所谓物业管理。园区和厂家是合作的关系,都要具备一定的抗风险能力。厂家进入园区后不可

能完全依赖园区配备所有设备。例如,冷链物流园区不可能给厂家配备冷链车。对园区而言,在后期安全质检方面,会为厂家承担一定的风险,但大部分还是由厂家自己承担。比如襄阳在打造汽车城、建设“一个半小时经济圈”时,就需要园区和地方达成战略联盟,才能保证安全系数最高。

嘉民集团一位不愿透露姓名的工作人员告诉记者,在他们的物流园区,还有这样一种现象,一些业主会利用物流园区圈地,进行土地溢价,以此来支付企业贷款,这是一种自私的行为。一个好的园区只有功能齐全、基础设施完善、服务到位,才能与商户建立长期的合作伙伴关系,才会获得商户的信任。因此,只有商户、业主与园区一起努力,才能营造一个好的运营环境。

市场风向