

食品安全技术展：市场看好食检设备

■ 本报记者 周春雨

“食品安全是个大问题，也是个大话题。”上海林默精密仪器有限公司(以下简称上海林默)总经理赖智勇近日在参加2013中国国际食品安全与创新技术展览会(以下简称食品安全技术展)期间，接受《中国贸易报》记者采访时如是说。

当今世界，无论是发达国家还是发展中国家，都面临着食品安全问题的挑战。为贯彻《食品安全法》，积极实施《国家食品安全监管体系“十二五”规划》，由中国经济网与中国国际展览中心集团联合举办了食品安全技术展。该展会既不是单纯的食品展，也不是单独的技术展，而是重点展示“从田间到餐桌”食品产业链安全管理流程，以及为这个安全管理流程所提供的技术检测、可追溯等安全技术检验、监督、管理手段，突出“科技创新、管理创新、技术创新”。

作为2013年全国食品安全宣传周的重点活动，食品安全技术展以“全面展示食品安全技术与装备，精心打造安全食品的绿色长城”为定位，以“社会责任推动食品安全产业实现科技创新”为主题，展示了食品安全技术创新成果。

食品安全概念不可被混淆

“此前同类展会都是展示安全食品的，缺少食品安全检测新技术的展示，食品安全技术展为检测技术创新搭建了一个平台。”业界一位不愿具名的资深人士表示，安全食品和食品安全是两个完全不同的概念，前者是经过检测后进入市场的食品，而后者则是为前者的安全把关。

本次食品安全技术展上，有很多本土参展企业展示的都是自主创新的产品，为食品安全检测提供更多的选择。

“多年来，食品检测技术的发展，严重滞后于国家标准。”赖智勇介绍说。

由国家标准化委员会、卫生部发布的《蔬菜中有机磷和氨基甲酸酯类农药残留量的快速检测》标准于2003年8月实施，距今已经快10年了，其中对检测技术的要求，近一两年才被实现。

据赖智勇介绍，此次上海林默展示的SN-V生物传感器型农药残留检测仪，设计原理是基于生物传感器在农药残留快速检测技术上的创新性应用，是农产品安全领域首个产业化的实用型生物传感器类产品。

食检投入逐年增长

“近年来，中国在食品检测上投入越来越大。”步琦实验室设备贸易(上海)有限公司(以下简称步琦实验)产品专家董二会向记者透露。

董二会表示，步琦实验的检测设备价位偏高，但在华的销售并没有因为价高而受到影响。目前，步琦实验已进军中国的西北地区，每年在华的销售总额增长率为10%。

与外来品牌企业同样看好市场前景的还有北京普析通用仪器有限公司(以下简称普析通用)，尽管其市场部经理姜鲲鹏不愿透露2013年度的预期销售目标，但他表示，普析通用今年的市场销售出现增长将是毋庸置疑的。

姜鲲鹏表示，随着生产企业社会责任意识的提升，完善品牌建设已成为一种发展趋势。电子商务物联网追溯信息的应用，将加快食品安全检测设备需求的增长。

消费者安全意识提升

“食品安全检测已逐渐从实验室进入到终端消费者家中。”上海矽感信息科技有限公司(以下简称上海矽感)销售经理范恩辰介绍说。

据范恩辰介绍，上海矽感具有自主知识产权

产权的离子迁移谱技术及二维条码技术，应用于食品安全检测及追溯。随着大众消费理念的转变，食品安全将成为日常生活关注的重点。未来5至10年，食品安全感知查询终端设备有望进入社区。

范恩辰告诉记者，根据相关统计数据显示，2012年，上海78%的消费者愿意自费2元至5元，对购买的食品进行质量检测。预计，2013年上海矽感的销售额将达到2亿元人民币。

据记者了解，食品安全技术展期间，由赞比亚商贸及工业部司长带队专业买家团现场与普析通用、上海矽感进行了洽谈。普析通用市场负责人表示，展会为中方企业进入国际市场提供了一个很好的平台。赞方表示已经看好这些企业生产的食品检测设备，希望能进一步洽谈。

参加2013年全国食品安全宣传周的沃尔玛(中国)投资有限公司首席合规官骆启德认为，“食品安全不仅仅在中国是一个大问题，在其他的国家，它同样是一个非常复杂，且难以解决的问题。”



中外会展业动态 评估报告发布

本报讯 近日，上海会展研究院发布了中外会展业动态评估年度报告，在对全球场馆50强、世界商展百强、国际组展商27强进行对比的基础上，提出了会展国力的四梯度分布，进而对全球范围内，各国会展业的总体格局和发展趋势作出预测：未来3至5年内，中国会展国力将出现突破性进展。

报告称，中国、俄罗斯和泰国的会展业近年来快速崛起，成为世界会展业大格局中的新兴力量。在展馆指标上，中国和俄罗斯分别拥有6座和2座全球最具竞争力的场馆，拥有数位列第四和第七位。在展会指标上，中国和俄罗斯分别有14个和1个展会入选国际商展百强，排名世界第三和第八。尽管中国和俄罗斯在展馆和展会两项指标上获得了较好的位次，而在经营效益上表现不够完美。这说明，尽管中国会展业发展势头强劲，但规模效益有待提升，国际竞争优势尚未充分表现出来。

此外，报告对全球各国会展国力未来走向作出的预测显示，随着会展业对国民经济的拉动效应日益显著，其对全球各国综合国力竞争的影响也愈发重要，世界范围内的会展业竞争未来将日趋激烈；竞争首先反映在展馆展能方面，未来会展产业的国际竞争将在世界上最具影响力的会展城市和最具规模经济效应的大型会展设施之间展开。

(钟 静)

贵阳出台 会展业发展规划

本报讯 近日，贵州省贵阳市出台《贵阳市会展业发展规划(2012—2015)》(以下简称《规划》)，称将构建“一主四副五环绕”的会展业空间布局，改变区(县、市)以零散中小型会展活动为主的局面，优化结构，培育会展经济发展的新增长极。

近年来，贵阳对会展业发展的支持力度持续加大，2012以来全市会展业呈现爆发式增长态势。数据显示，2012年，贵阳市共举办各类大型会展活动243个，比上年上升42.15%，观展参会人数352万人，同比增长78.25%。全年全市平均每3天有一场大型会议，每两周有一个展览，每月有6个节赛活动，实现综合经济效益上百亿元。今年，已经确认在贵阳举办且展出面积超过1万平方米的展览就达到43场。

但综观整个贵阳会展业发展过程，成规模、上档次、影响力较大的展会多集中在观山湖区举办，其他区(县、市)只承办零散的小展会，没有形成规模和品牌。市会展办副主任邓召云表示，要真正把贵阳建设成为名副其实的“夏季会展名城”，需对全市会展业发展空间重新布局，培育会展经济新的增长极。

(刘 和)

山东济南打造会展名城

本报讯 山东济南市商务局的数据显示，上半年该市举办展会共83场次，其中展览面积达136万平方米，参观观众达456万人次，同比分别增长18.2%和8.5%。展会交易额达659亿元，拉动相关行业增收91亿元，同比分别增长7.6%和10.1%。会展业直接营业收入1.99亿元，同比增长6.9%。

济南市商务局相关负责人介绍，2013年围绕全面提高会展业发展水平，以优化发展结构，培育壮大自主品牌展会，申办引进国字号展会为重点，市商务局将努力提高展会档次和国际化水平，推动整个会展业平稳健康发展。“十二五”期间，济南将以打造区域性会展名城为目标，同时打造联结华北与华东地区、环渤海大经济圈的会展中心城市。

现阶段，济南市正在政府导向、市场主体、会展门类、基础建设、监督考评等方面制定一系列切实可行的政策措施，加大国字号展会的申办引进力度。

依据《济南市品牌展会评比管理办法》，济南市商务局对该市内现有130多个会展项目进行分类精简，从中筛选出20个产业特点优势明显、具有很强带动力的龙头展会，扩大提高这些展会规模和档次，形成与产业发展比翼齐飞的局面。同时，引导企业采取有力措施，走出去招商招展，引进一批档次高、规模大的国际性展会。

(潘庆熙)

6月21日，北京园博园迎来第100万名游客，来自美国的Anina成为“幸运儿”。据了解，作为继奥运会之后，历时最长、规模最大的国家级、国际性盛会，北京园博会开幕一个多月以来，参观人次屡创新高。统计数据显示，仅端午小长假期间，园博园游客就突破7.5万人，不仅创开园以来的新高，也超过同期故宫的游客数量。

本报记者 季春红 摄



MICE 无视新媒体技术会怎样？



爱迪生曾经说过：“好动与不满足是进步的第一必需品。”对于当下高速发展的MICE行业来说，尤其如此。2013春季中国MICE产业年会主题为“2013，中国MICE产业综合水平提升年”，不仅给MICE行业提出了新要求，对MICE服务更是提出了新挑战。

对于MICE行业而言，无论是传统活动中征服现场观众的悠扬音乐的响起，还是华丽舞台上每一处灯光韵律变幻的调整，或是千人会议上新媒体技术手段带来的前所未有的科技时尚，都触动着每一个MICE从业者的神经：每一点改变都令人惊喜，每一次进步都弥足珍贵。

在这里，我想说一说MICE行业新媒体技术的运用。不管是从2012年的中国MICE产业的微博营销与传播的高峰之年，还是到2013年的微信、APP技术的大行其道，可以看出，在这个新的发展时期，不论是MICE行业的相关各方，包括城市政府部门、会奖旅游企业、会议中心与会议酒店、会议主办方等，谁能及时抓住新技术新媒体带来的新机遇，谁就能在未来MICE市场竞争的格局中占据有利位置。那么，新媒体技术如今在会务活动中到底表现出什么样的特点？结合我们在会务活动中的实际经验，在这里和大家分享一下：

首先，新媒体技术的出现，是人类文明进步的一种体现。当下市场热衷的二维码签到技术和会议APP软件的使用，摆脱了沉

闷的会场氛围、简化了繁琐的会务流程、节约了会议成本，极大地提高了会议组织方的效率，将会议搬到了每一个参会嘉宾的手机上，随时随地了解会议议程、提问和参与话题讨论。改变了个体与行业的关联方式，丰富和拓展了参会者资讯时时更新的体验。

其次，新媒体技术的出现，是传媒手段优胜劣汰，是自由竞争的一种结果。每当一种新兴的传播手段出现时，总会引发不小的追捧热潮。当新媒体的传播状态由一点对多点，到多点对多点，从传统的传授性向交互性过渡的过程中，人们的选择也是显而易见的。微博的受追捧程度，就是一个很好的范例。微博大屏幕和基于会议APP的微博互动被广泛热用，也是不足为奇的。

再次，新媒体技术的出现，是政府鼓励和引导的结果。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》明确指出，要大力发展文化创意、数字内容和动漫等重点文化产业，重视互联网等新兴媒体的建设、运用和管理。奥运会、世博会的举办，微博、微电影、微信等新媒体手段在传播领域的不断衍生和发展，就是中国大力发展文化产业最

好的印证。

总体来说，新媒体技术，呈现出网络化、全球化、全民化、移动化、融合化、社会化的发展趋势。MICE从业者需注意的是，在日常会务活动中新媒体技术应用，不宜将其功能过分放大，更不能工具化地刻板运用，因地制宜、为客户量身定做专属于他的一场“MICE视觉、听觉、触觉，互动盛宴”，才是新媒体技术应用的根本价值所在，活动的设计安排不在于大而全，而在于巧而精。

据美国专家预测，2014年移动友好型网站的使用量将超过目前普遍使用的桌面网站。2012年美国的会议策划人提出，如果没有在会议各环节中纳入微博或其他新媒体技术，办会者就会被认为是落伍了。那么在今天，作为MICE行业的服务商，如果还不会使用微信、APP手机应用软件的话，是不是也意味着已经“OUT”了呢？

(作者系恒瑞行集团总裁)



会展大咖秀