



信息集结号

法国乐器将齐聚
中国(上海)国际乐器展

本报讯 10月10日,2013中国(上海)国际乐器展将在上海新国际博览中心开幕。对于法国的乐器商来说,这是一个重要的国际活动。今年,法国企业国际发展局(UBIFRANCE)仍将组织法国乐团参加该展会。

法国的乐器制造商之所以坚持来中国发展业务,也许是因为他们与中国有着共同的音乐灵感,而中国的音乐界尤其赏识有着几百年历史的法国乐器行业。法国在这一领域的企业通过不断创新,使优秀的制作技艺得以传承和发展。

法国有近700家乐器制造商,其特点是技术尖端、产品高档、服务品质优秀,在国外极受好评。而中国(上海)国际乐器展日益成为乐器行业不可或缺的国际活动。上届展会有1606家厂商参展,来自30多个国家和地区的60172名观众前来参观。因此,对于法国乐器企业来说,来上海向中国和世界展示自我是一种必然选择。

(尹华)

亚洲国际动力传动展
延伸展会平台价值

本报讯 10月28日至31日,由汉诺威米兰展览(上海)有限公司主办的亚洲国际动力传动与控制技术展览会、亚洲国际物流技术与运输系统展览会将在上海新国际博览中心举办。据悉,该展会将吸引近40个国家和地区的2000多家企业参展,展览面积达14万平方米。

其中,亚洲国际动力传动展将以空前规模亮相,展览面积超过10万平方米。亚洲国际动力传动展的参展阵容堪称豪华,行业巨头悉数参展。届时,众多以高效节能为核心理念的产品和技术将成为最大亮点,其中不乏全球首发新品。

另外,2013亚洲物流展电葫芦展区的面积进一步扩大;AGV展区、电商解决方案展区、冷链专区也将全新规划。今年展会电梯专区将首次亮相。

本届亚洲国际动力传动展、亚洲物流展同期还将举办上海国际压缩机及设备展览会、上海国际工业零部件及分承包展览会、上海电池展览会、亚洲国际冷链设备与技术展览会等全新展会。此外,一系列基于应用行业的团体参观、技术论坛、采购会等活动也将进一步延伸展会价值。

(王婷 海蓉)

2013中国(北京)国际家庭服
务业博览会11月举办

本报讯 为了进一步促进家庭服务业的发展,经商务部正式批准,中国家庭服务业协会与通用国际广告展览有限公司定于11月8日至10日在北京展览馆举办2013中国(北京)国际家庭服务业博览会(以下简称家博会)。

本届家博会将设八大展区,展区覆盖家庭服务业全产业链,参展企业包括国内家庭服务行业龙头企业及美国、瑞士、日本、韩国等家庭服务业发达国家的知名品牌;现场还将举办多场职业技能展示大赛,以期展示行业精英风采。家博会同期将举办高级别的高峰论坛,国家多部门主管领导、专家学者、业内人士将共话行业热点,共商行业发展大计。

(郝昱)

专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对“可控吸声装置(ZL201220260459.1)”的专利权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。

本专利可在吸声与声扩散之间交替控制,装饰和声学效果均好,安装、操作、维护简单、方便,可用于剧场、多功能厅、演播厅、多媒体教室、家庭影院、视听室、录音室等各种声学厅堂。该专利彻底解决了上述声学厅堂多功能使用的声环境问题,市场前景广阔,生产工艺成熟,已在国内大剧院工程、视听室中实际使用,性价比极高。

详情可查阅我公司网站 www.jbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

2013 家纺展聚拢人气:行业复苏回暖



2013中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会现场

■ 本报记者 周春雨

目前,整体家居概念的兴起正在引发家纺企业战略上的改变。

近日,在上海新国际博览中心举办的2013中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会(以下简称家纺展)上,本土家纺品牌企业均以整体家装形象示人,就连现场展台搭建也不遗余力地展示着设计的超前和时尚。这场中国家纺行业每年最重要的展会,吸引了几乎所有国内主流家纺企业的积极参与。

随着“轻装修、重装饰”理念的转变,消费者对家纺产品的实用性和美观度的要求在提升,于是,高端家纺产品成为家纺企业竞争的重点。

中国家用纺织品行业协会会长杨兆华在接受记者采访时表示:“家纺行业出现了

向多元化品类发展的趋势。同时,行业明显的复苏还吸引了新的竞争者加入。”

业界人士认为,家纺展正在以行业盛会的实力引领中国家纺企业筑梦、逐梦,温暖前行。

中国市场复苏

“今年上半年,德国合作方酷特包的高层频繁到访中国,至少有5次,而过去每年只来中国1次。此次他们还从德国赶来上海参加家纺展,这表明其对中国市场非常重视。”广东美梦思床具有限公司(以下简称美梦思)总经理助理兼营销二部总监王勇介绍说,近几年来,其公司产品在中国市场的销售量每年都翻番增长。

《中国贸易报》记者在展会现场采访了解到,部分本土家纺企业对于上半年10%的增长并不满意,因很多企业预估的增长为30%至40%。

目前,中国家纺行业总体运行良好,增长平稳。一方面,国际市场多元化趋势加快,出口增长势头强劲;另一方面,内销保持较好增长,成为行业发展支柱。

王勇表示,随着中国家纺市场的慢慢成熟,消费者对高端产品的需求加大。据其透露,由于看到未来家装市场的巨大空间,美梦思将成立独立的家装部门,并开发家装业务。

一位新财富纺织服装行业分析师认为,可以预期,受新房销售回暖和二手房销量暴增影响,2013下半年的家纺市场需求将明显回升。

品牌趋势明显

据了解,本届家纺展规模再次升级,有31个国家和地区的1322家展商参展。其中,国内展商977家,海外展商345家。

家纺产业正面临着市场细分,品牌产品成为消费的主流趋势。随着中国传统文化的风靡,中西方文化在高端时尚品牌设计师们的笔下正逐步融合,并趋于一致。因此,对于海外家纺企业而言,中国已成为非常有潜力并具备高端品牌增长空间的市场。

记者在展会现场看到,来自海外的家纺品牌在觊觎中国市场的同时,还试图将其家装饰理念传导给中国消费者。德国雅昂安纤集团公司高级副总裁李峥在接受记者采访时表示,在全球其他区域市场,没有整体家装的概念。由于欧美国家的消费者更乐于自己设计房间及家居空间,他们的房子有70%至80%的装修工作都是由自己设计并完成的。而中国的消费者则愿意将家庭装修工作完全交给专业公司来完成,使得中国家纺行业整体家装的概念很盛行。

展会上,中外高端品牌的竞争不可避免,尽管中国家纺品牌的发展史比较短,但经过市场的竞争与历练,已经掌握并了解

了中国消费者对品牌需求的偏好,并对不同的区域市场推出了不同品牌的设计。

国内家纺行业的领头企业目前均将研发创新作为重要的核心竞争力,而坚持自主创新才是家纺品牌尤其是中高端品牌生存的关键。

转型关乎存活

对行业现状与发展趋势进行分析后,杨兆华提出了2013年家纺行业的三大发力点:扩内需、稳出口、促创新。

而这也与浙江桐乡纺织产业内外兼修的发展战略一致。在本届家纺展上,桐乡首次以展馆的形式参展,设立了桐乡家纺企业展馆。桐乡家纺企业发展模式各异,既有偏重外贸的,又有注重内销的。当下,在以品牌比高下而不再以产能论英雄的转型关口,创新转型将是桐乡家纺产业必须要面对的挑战,同时也关系着其家纺产业的发展前途。

据统计数据显示,2012年,桐乡家纺实现工业总产值100多亿元,实现利税3亿多元。桐乡家纺年产各类装饰布3亿多米,约占全国产量的10%;年产各类丝绵被、丝毛被3000多万条,约占全国产量的10%;年产真丝缕30多万条,约占全国产量的50%;出口蚕丝被约占全国的70%。

桐乡市商务局局长金声扬表示,组团参展有助于桐乡家纺企业立足国际大舞台,在对桐乡家纺产品展出的同时,整体宣传桐乡的投资环境和特色产业,让更多客商认识桐乡、投资桐乡,能够拓展招商引资途径,最大限度地利用好展会资源。据悉,桐乡传统纺织产业正在蜕变,倡导企业关注产品研发,鼓励家纺行业设计创新。

展业聚焦

科技企业打出健康牌 下注“可穿戴设备”

■ 本报记者 范丽敏 通讯员 陈丹丹

时下,电子消费品界最重要的概念产品,无疑是可穿戴设备。

记者在近日举办的Macworld Asia2013数字世界亚洲博览会(以下简称数字世界亚洲博览会)上看到,智能腕表、智能手环、激光键盘、智能健身追踪器等产品大放异彩,成为展会焦点。

“在高端智能手机市场已经接近饱和的情况下,可穿戴设备将成为下一颗‘新星’。”接受记者采访的多位业内人士表示,科技界、企业界纷纷开始行动,下注可穿戴设备。

大放异彩

在硅谷iHealth公司展台,一款与智能手环十分相似的腕表吸引了众多“果粉”。记者也挤进人群“凑热闹”,一探究竟。这款腕表名为iHealth AM3,分为黑色和蓝色两种,拥有一块LED显示屏,可以让使用者一目了然地了解到当前的运动情况及身体数据。

“iHealth AM3是一款可穿戴式智能腕表。只要下载一个APP手机应用程序后,iHealth AM3通过蓝牙就可以实现与iPhone、iPad移动设备的连接,智能手表的一些数据就能自动传输到手机上。”硅谷iHealth公司展台一位刘姓先生向本报记者介绍说,由于有一个APP手机应用程序,使用者可以将身体健康数据保存在程序中,形成一个长期跟踪的运动曲线。

刘先生称,iHealth AM3除了能够记录使用者的运动数据外,还支持睡眠数据记录、运动提醒等功能。对长期伏案工作、运动较少的人士来说,iHealth AM3将提醒他们适当地动动腿、伸伸腰,动静结合,这样既有益于身体健康,又能提高工作效率。

据刘先生介绍,通过蓝牙与iPhone、iPad移动设备连接,使用者也可以把iHealth AM3所记录的数据追踪、管理,通过邮件、微信等方式,将运动健康信息家人和朋友分享。

记者在2013数字世界亚洲博览会展会现场发现,风靡全场的可穿戴设备不仅仅是iHealth AM3,还包括骨传导耳机、激光键盘、随身WiFi、智能健身追踪器等。参展企业纷纷打出健康牌,下注可穿戴设备。

据了解,2013数字世界亚洲博览会涉

及移动互联网、互动娱乐、苹果产品与服务近500余家企业,首发新品近百件。展会由美国国际数据集团(IDG)创办,是专门面向苹果Macintosh(麦金塔电脑)平台的行业展会。

下一个颠覆者?

可穿戴设备究竟是什么?

有定义认为,可穿戴设备是指能直接穿在人身或能被整合进衣服、配件并记录人体数据的移动智能设备。

对于可穿戴设备,三星首席战略官孙英权在今年7月初在旧金山举行的Mobile Beat大会上描述道:“最终你甚至不会意识到你正佩戴着计算设备,计算设备可以与服装、眼镜或手表集成。它可以监视你的健康,连接云计算,确认你的身份、支付,替代信用卡。”

还可以列举一些更不可思议的产品。除了智能腕表、智能手环、激光键盘、随身WiFi、智能健身追踪器等频繁出现在新闻中的产品外,还有更新奇的可穿戴设备:能当键盘的鞋子、会说话的鞋子、能打电话的手套……

可穿戴设备成为热门话题,始于2012年4月谷歌公司宣布其Google Project Glass的未来眼镜研发项目。这款眼镜集智能手机、GPS、相机功能于一身,使用者只要眨眨眼,就能完成拍照上传、收发短信、查询天气和路况等操作。

一石激起千层浪。苹果、三星等IT巨头也都“坐不住”了,纷纷抢滩可穿戴设备市场。今年,苹果密集曝光了iWatch的一系列新功能;索尼于8月底推出了Smart Watch的第二代产品;三星则宣布将于9月初推出智能手表产品Galaxy Gear。

看到可穿戴设备在国外市场如此大放异彩,国内无论互联网公司还是传统硬件企业、创业者都开始摩拳擦掌。有些科技企业在近两三个月内还密集地推出了可穿戴设备新品,诸如盛大旗下果壳电子的智能戒指GEAK魔戒与智能手表GEAK Watch,搭载百度云技术的咕咚手环、映趣科技inWatch等。此外,包括小米在内的几十家企业也在研发生产各种可穿戴设备。

俨然,一场关于可穿戴设备的竞赛已经拉开序幕。

为什么如此多的巨头纷纷下注可穿戴



一女子佩戴谷歌眼镜,酷劲十足。资料图片

设备?

“在iPhone和iPad成功改变了我们的生活之后,科技界一直在苦苦追寻下一个产品,其目光逐渐集中到了可穿戴设备上。”在2013数字世界亚洲博览会上,一位观众表达了其对可穿戴设备的良好预期。

中国电子学会物联网专家委员会秘书长王新霞同样认为,高端智能手机市场已经接近饱和,可穿戴设备将成为下一颗“新星”,带动整条产业链的发展,重建互联网行业的生态体系。

更有一家市场机构预测称,具备无线连接功能的可穿戴设备市场规模将在2014年达到15亿美元,年销量近1500万部,2017年更是将达到7000万部。

突破

虽然各大巨头纷纷下注可穿戴设备,但也有业内人士相对悲观。

“很多产品只是‘徒有虚名’,或早已有技术雏形,或只是将智能设备上的部分功能剥离而成。”一位不愿具名的业内人士告诉本报记者,如智能腕表的通话记录、来电显示、来电震动提示、短信阅读、手机遗忘提醒、遥控拍照、运动监测、音乐控制、环境温

度显示灯、天气预报显示等功能与智能手机都是异曲同工。

此外,也有一些人在微博上抱怨智能腕表“守旧”、“老土”的外观:“自己戴了一块智能腕表在外边转了一天,都没有一个人注意到,自己偶尔看一眼,觉得也没什么特别值得‘骄傲’的地方。”

“目前,可穿戴设备还没有一款可以称之为‘领导者’的产品,尚未真正跨越市场鸿沟。”业内人士说。

对此,博通CEO(首席执行官)斯科特·麦克格雷格(cott mcgregor)认为,在可穿戴设备真正腾飞之前,仍需克服三大挑战:首先,外形要足够紧凑;其次,还必须具备与现有的便携设备不同的特点,以便吸引消费者购买;最后,可穿戴技术需要着眼于新的竞争点和供应链。

“目前,尽管存在产品性能、商业模式等诸多方面的问题,但是可穿戴设备未来发展趋势明确。一旦突破,可穿戴设备业将进入快速成长期。”斯科特·麦克格雷格说。

市场风向