



信息集结号

2014香港玩具、婴童用品展等多展联动共创商机

本报讯 2014香港国际玩具展览会于1月6日至1月9日在香港会议展览中心举办。该展览由香港贸发局主办。于2014年踏入的第三十九届展会,展出面积达5.558万平方米。

上届展会吸引了来自125个国家及地区的买家到场参观。共有2000多家企业参展,包括中国内地、意大利、韩国、巴基斯坦、西班牙、中国台湾及泰国在内的多个国家和地区设置了地区展馆,成绩值得彪炳。

同期还举办了香港国际文具展览会、香港婴儿用品展览会,及香港国际专利授权展览会,多展联动,必将带来更大的商机。

(静安)

新十年新机遇新发展高峰论坛得到多个商会大力支持

本报讯 新十年、新机遇、新发展高峰论坛暨全国城市建设发展联合会成立大会日前在北京举办。

此次大会由北京青年商会、全国城市建设发展联合会、慈孝老人特困救助办联合主办。会上,与会嘉宾对未来5至10年的新型城镇化与智慧城市化发展即将对社会产生的重大、深远影响进行了深入探讨。本次会议得到了中创科技发展有限公司、北京清丰商会、亚欧城市论坛和各大企业、商会联合会的大力支持。会上,波黑共和国特命全权大使针对波黑共和国的优势资源做了全面推介。

(陈灿)

徐州首届新春年货会 顺应市场需求

本报讯 新春将至,按中国人的习俗,正是各家庭、单位大量采购春节用品之时。此时的消费资金充足,消费预算庞大,而且是打工族衣锦还乡的时候。孝敬父母,送给亲人、朋友的特产、美食、衣服、日用礼品一样不能少。春节前夕,是众多单位和广大市民忙碌了一年后消费量最大、消费最为集中的时节。

顺应市场需求,2014中国徐州首届新春年货会将于1月8日至14日在徐州市国际会展中心举办。为办好本届年货会,组委会做了大量宣传、组织、策划工作。为参展企业取得更好的社会效益和经济效益提供便利、提供商机。

(毛雯)

广州工艺品博览会 为展商提供商机

本报讯 春节是中华民族最喜庆的节日,是众多单位和广大市民消费量最大、消费最为集中的时节。让广大消费者喜于购物、快乐过年。2014第五届中国广州国际工艺品、艺术品、收藏品、红木文化博览会在春节前举办,为展商提供了商机。

广州人口近1500万,社会消费零售总额和居民储蓄存款额均居中国内地首位,2013年人均社会消费品零售总额将超越京沪,广州奢侈品年消费额接近100亿元。广东、香港、澳门是中国最发达的前沿地区,中国富人集群地之一。粤港澳大经济圈凭借千年特色的岭南文化及领先全国的经济消费,打造出中国最大的艺术收藏红木家具市场。

展会真正实现全面化、立体化广告宣传,包括大众媒体、电视广播、市区繁华路段广告牌、电梯广告、户外立体广告、行业网站、网络推广、资讯杂志、市内会展信息派发、面对面邀请展商观众等。

展会同期将举办第二届中国·金艺奖国际工艺美术创新设计大奖活动,由大师、专家、教授等组成评审委员会,从现场展品中评出中国·金艺奖金、银、铜、最佳创意奖、最佳工艺奖等;展会将展览、销售、评比融为一体,大力提升艺术品的文化和商业价值。

(贺发)

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下述专利权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅我公司网站www.jcbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

- 1.救生篮(ZL201220289252.7)
- 2.一种带防盗报警装置的密封推拉窗(ZL201320085588.6)
- 3.双层汽车(ZL201220580446.2)
- 4.手表(ZL201220303909.0)
- 5.艾灸器(ZL201220153837.6)
- 6.一种吸风梳(ZL201320112178.6)

上海会奖旅游遭遇“成长的烦恼”

■ 本报记者 范丽敏

上海是中国最大的经济中心,重要的科技中心、贸易中心、金融和信息中心。

而从会奖旅游角度来看,上海还是一座年轻的目的地城市,会奖旅游业发展至今不过10余年。

年轻,意味着活力,同时必然存在着不成熟的一面。上海对于其作为会奖旅游目的地的宣传力度仍然不够,综合形象及软性服务仍有待提高。

对此,接受《中国贸易报》记者采访的业内人士建议,政府应加大扶持力度和政策支持,营造良好的软硬件环境,使来上海的旅游者“近悦远来、满意而归”。

预计今年会奖旅游项目将减半

2012年,备受关注的葛兰素史克(GSK)中国公司行贿事件不仅牵出了众多国际知名医药企业和国内医药公司,而且不少旅游社也未能幸免。

“我们的大客户团队专门通过会议等形式,向全国数百家医院的主管副院长、药剂科主任大肆行贿。”部分GSK中国高管承认,除了正常的会议费用,此外还专门花费100万元用于制作小礼品及高价礼品,组织旅游。

“葛兰素史克也是我们的客户,由于受此次‘行贿门’事件的影响,合作也被搁置。”上海某集团一位不愿具名的相关负责人向记者透露,葛兰素史克“行贿门”事发后,医药类企业、各大旅游社犹如惊弓之鸟,将医药类会奖旅游项目“束之高阁”。

该负责人说,上海作为此次“行贿门”事件的发生地,再加上是跨国药企在中国设立总部最集中地区,因此会奖旅游“受灾”严重。

受到影响的不仅是医药行业,影响上海奖励旅游发展的也不仅限于“行贿门”事件。据本报记者了解,自2012年年底中央“八项规定”、“六项禁令”出台以来,上海其他行业的奖励旅游、商务旅游项目相比上一年,预计至少减少了50%。

屋漏偏逢连夜雨

受金融危机和人民币升值等因素影响,上海入境会奖旅游市场同样出现萎缩。

“对于我们公司来说,这两年接待的一些国外政府类的活动,包括国外代表团以及考察团等活动,数量下降幅度较大。”上海国旅入境中心副总经理彭海民向记者表示,这与国外经济情势尚未完全回温有很大关系。

彭海民说,具体而言,许多国家都进行了预算控制与删减,而会奖旅游活动数量的缩减幅度相较传统旅游高许多。此外,这两年人民币持续强劲升值,尤其相对欧元及美元

汇率降低幅度较大,价格成本提高许多,而国内物价成本亦持续攀升。对会奖旅游团来说,组织到中国的团队旅游或会议活动的成本自然提高。

“因此,这两年上海的国际会议及展览数量虽然呈现持续上升趋势,但国外到访的参展团及与会代表的人数并未同比上升。”彭海民说。

综合形象及软性服务仍有待提高

当然,上海会奖旅游遭遇成长的“烦恼”仅仅是表面现象,还有更深层次的问题。

“与巴黎、巴塞罗那等国际大都市相比,上海会奖旅游资源的硬件设施完全不输于他们,但在‘软件’方面却还有很大的提升空间。”一位不愿具名的业内人士在接受《中国贸易报》记者采访时表示,上海在国际上作为东方经济中心的形象已根深蒂固,但作为会奖旅游目的地的宣传力度仍然不够,综合形象及软性服务仍有待提高。此外,上海在政府扶持力度、工作模式等方面,也应吸取发达国家一些成功的经验。

恒瑞行集团上海客户总监徐亮告诉本报记者,一些上海酒店仍然存在被动服务、配套不完善、创新乏力等问题,与国际大都市相比有不小差距。

而MPI(国际会议专家联盟)的一位负责人则认为,上海在会奖专业人才及服务方面还有待提升,尤其缺乏拥有CMP(会议管理资格证书)等国际专业资格认证的专业人士。

政府“该出手时就出手”

“要想成为富有吸引力的会奖旅游城市,不仅需要有良好的硬件条件,如完备的城际及市内交通、酒店设施、会议展览设施、餐饮配套服务设施等,还要有出色的软性条件,如城市安全、供应商接待经验及政府的优惠政策等。”上述不愿具名的业内人士认为,城市的特色应该是上海与其他国际知名会奖旅游城市竞争的重点,它涉及文化、饮食、气候、建筑、景区、民俗等多个方面。

业内人士建议,上海建设世界著名会奖旅游城市,应以世博会城市改造作为基础,继续加大投入,确保其硬件条件的领先地位。同时通过经验的积累,先进管理、培训、运营模式的引入,及系统化高效的营销手段,增强软性竞争力。

他强调,由于中国目前还没有完全市场化,因此政府的决策倾向与扶持力度就显得格外重要。因为无论是在营造会奖良好环境,推动产业转型升级;还是采用现代营销手段,强化综合实力;以及协调各方资源,建立多重会奖旅游教育体系,培养专业会议组织者(PCO)及经理人等方面,政府都起着举足

轻重的作用。

未来,随着上海虹桥商务区国家会展项目的建成,上海将拥有位居世界前列的国际级会展中心。上海旅游局局长道书明表示,在向世界级会展旅游城市迈进的过程中,上海将参考日本、新加坡、香港等地经验,加强会展与旅游的联动;加大对会展旅游的政策扶持力度,完善会展旅游业的金融服务,吸引更多的国际会议组织机构落户上海。同时,推动建立长三角世界级旅游城市群,促进长三角城市加强合作交流,构筑上海与长三角、会展经济与旅游经济的互动共赢模式。

上海会展业

“巨无霸”成长记

■ 本报记者 叶灵燕

“这是一个国际展会、代表上海形象、彰显中国品牌、是精品荟萃的世界舞台。”作为参展过多回的忠实展商,昆山维罗那家具有限公司总经理童元汉如此评价中国国际家具展览会(以下简称中国家具展)。

每年9月,作为与美国高点家具展、意大利米兰家具展并称世界三大家具展览会之一的中国家具展都会在上海举办。展会期间,还举办中国国际办公家具展览会、中国国际家居饰品展览会、中国国际橱柜展览会等。

经过20年的历练发展,始创于1993年的中国国际家具展已成为享有盛名的国际性家具盛会,在促进中国家具业发展进程中发挥着举足轻重的作用。

有人不禁要问,在国内外众多展会规模、观众数量普遍滑坡的大背景下,是什么让中国国际家具展多年来持续保持增长的势头?

注重历史沉淀

作为主办方,中国家具协会和上海博华国际展览有限公司把将家具行业发展打造一个有效的展示平台,作为中国家具展核心竞争力之一。

从1993年起步的中国家具展,带着历史的沉淀,一路走来,规模从最初的3000平方米发展到如今的70万平方米,是一个从小到大、从弱到强、从低端到高端、从区区几千观众到超过8万实力买家参展的渐进过程。

随着中国家具展的不断成长,中国家具出口量猛增。据统计,2012年中国家具出口额达到近500亿美元。而意大利家具自上世纪90年代至今,出口额一直徘徊在100亿美元上下。

随着中国家具行业的持续发展,中国家具展的规模也逐年提高。2011年,中国家具展首次在上海新国际博览中心、上海世博展览馆、吉盛伟邦国际家具村三地同时举办。2013年,该展会仍然保持了三地同期举办的模式,成为上海会展业一个“巨无霸”。

“中国家具展为广大家具业参展商们创造了很好的品牌展示及商贸平台,效果不错,对我们帮助很大。”北京万有家具厂的鲍艳如是说。

勇于创新改变

改变是个永恒的主题,展览界也因此变与不变收获截然不同的结局。

改变有两种方式:一种是创新引

展业聚焦



领式改变,一种是追随式改变。中国国际家具展从以内销为主导到以进口为导向,再到2008年后的以内外销相结合,每一次改变都是根据市场的变化而做,或是预见市场的走向,先于市场的改变而改变。

在20年的发展历程中,中国家具展发生过三次重大变革,都是深层次的、引领性质的改变。

特别需要指出的是,2013年中国国际家具展最大的看点是观念上的蜕变和转型。无论是展品本身还是展现形式无不呈现了“生活方式+原创设计”的新理念,无论是全新的视觉形象还是先锋的设计理念,以及令人惊叹的展览展示,“生活方式”几乎渗透到展会的每一个细节,令整个展会耳目一新,成功实现转型和蜕变。

顾家家居股份有限公司副总裁刘宏认为,中国家具展是中国的,更是世界的!一直追求创新、勇于改变的中国家具展必将引领中国家居新风尚!

提倡原创设计

自2012年以来,参观中国家具展的观众不难发现,“设计风潮”席卷全场。从大牌云集的设计馆到时尚舒适的全景家居样板房再到潮流十足、人头攒动的设计师展,中国家具展推动中国原创设计奋力发展。2012年规模扩容的设计馆及首届设计师作品展示交易会成为第十八届中国国际家具展的亮点。2013年,主办方继续倡导原创设计,为中国家具制造提升附加值。为此,2013年原创设计馆扩大至一个半馆规模,为秉持原创理念的企业及产品提供更多展示机会。同时,第二届中国国际设计作品展示交易会也从上海世博展览馆移师上海新国际博览中心,方便展商与设计师对接洽谈。此外,展会主办方还特设FMC精品集群展,展出了生产设备及原辅材料精品,与家具制造商实现上下游产业联动,以原创设计和更多新工艺材料的选择促进展商设计新产品,提升产品质量及附加值,从而强化中国制造在中外市场上的竞争力。

据介绍,2014年,第二十届中国国际家具展览会将进入一个新高地,拒绝COPY(复制),鼓励并支持原创设计,试行展馆设置按产品设计、风格划分,进一步提升参展企业及产品的品质,提高展会服务水平。

市场风向

