



信息集结号

亚洲运动用品展
迎来第十个年头

本报讯 第十届亚洲运动用品与时尚展(ISPO BEIJING 2014)将于2月19日至22日在北京国家会议中心举办。

本届展会迎来开办以来的第十个年头,各项数据将刷新纪录。阿迪达斯、猛犸象(MAMMUT)、诺诗兰、探路者、牧高笛、骆驼、体拓(TITTALON)等品牌悉数参展。

展会设ISPO大奖展示专区,全球范围内的获奖者将携运动产品方面的领先技术和可持续发展理念参展,为众多品牌带来启发,并分析运动用品的未来设计趋势。

展会期间还会举办论坛和活动赛事等。中国市场推介项目将继续帮助国际品牌增进对中国运动用品市场的了解,行业专家在运动产业论坛上探讨和分享热点话题,并发布中国户外运动研究报告,亚太雪地产业论坛供专家分享并讨论冬季运动发展及雪场经营管理问题等。(吴衡)

2014亚洲智能卡展更名

本报讯 由法国高美爱博展览集团主办的第五届亚洲智能卡及安全连接展览会将于3月19日至20日在香港会议展览中心举办。届时,来自18个国家和地区、超过80家的运输、存取、认证、支付及安全方面的近距离通信(NFC)和射频识别(RFID)等非接触式技术的生产商将参展。

此次展会前四届名称为亚洲智能卡展,其定位为服务整个产业链的专业展会,今年正式更名为亚洲智能卡及安全连接展览会,着重突出三大主题:先进支付与移动支付、智能卡生产和个性化技术、安全的身份识别技术。

据介绍,该展会选择在中国香港举办是因为看到中国电子商务的持续增长为移动支付业务带来强劲的需求。同时,香港是全球最具智慧的支付卡一八卡通卡的发祥地,在移动支付服务领域存在巨大发展空间。

展会同期,还将举办为期两天的研讨会,国际演讲者将讨论智能技术在亚洲以及全球所面临的机遇和挑战。此外,为表彰业界崭新的技术和创新发展,还将举办亚洲芝麻奖赛事活动。(金雯)

第八届中国数控机床展
规模将创新高

本报讯 记者从日前召开的第八届中国数控机床展览会(CCMT2014)新闻发布会上获悉,该展会将于2月24日至28日在上海新国际博览中心举办。

本届展会的主题是“新变化·新未来”,主题准确、鲜明地反映了我国机床工具产业发展和产业市场的时代特征,同时也反映了展会背景。据介绍,本届展会规模将创历史新高,使用上海新国际博览中心的7个展馆和5个临时展馆,展出总面积达10万平方米。

截至目前,共有来自中国、德国、美国、日本、意大利、瑞士、英国、韩国等20个国家和地区的900余家机床工具行业制造商报名参展,其中境外展商近270家,展出面积占总面积的比例达到32%,展会国际化程度显著提升。(马翠莲)

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专利“一种多色笔(ZL201320080215.X)”的排他实施许可进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅我公司网站www.jbcpc.com,或致电010-57110083索取详细资料。

本专利书写出的文字是彩色字体,如同彩色照片和黑白照片的差别,主要特点是书写出的文字有美的感受,引发写字学习欲望,使使用者在学习中得到乐趣。其优势是书写签字可起到防伪、预防近视的作用,可减缓眼睛疲劳,引领书写用笔时代新潮流。

年轻消费者:皮草,我有我要求



■ 本报记者 叶灵燕

从拼接皮草夹克、夏日狐狸皮草连衣裙,到高贵的斯瓦卡拉羔皮链条包、皮草饰边的围巾……近日,在北京国家会议中心举办的2014年第40届中国国际裘皮革皮制品交易会上,时装、配饰、家居等领域充分挖掘皮草作为立体面料的自然“气质”,迎合个性分明的年轻消费者不同的喜好。

记者从本届交易会上获悉,皮草已经成为主流设计师们的最爱。在2013秋冬四大时装周550场走秀表演中,70%时装都采纳了皮草元素。在纽约和伦敦,2/3的走秀表演有皮草展示;在巴黎,有80%的设计师采用了皮草;而在米兰,这个比例高达86%。

在展会现场,接受《中国贸易报》记者采访的多位参展商表示,中国皮草消费呈现出快速上升趋势,皮草服饰趋向年轻化、时尚化、平民化。

“80”后:皮草消费新力量

“我们组织了华斯、库氏、肃昂等14家重点毛皮企业集中亮相本届交易会。这也是我们河北省肃宁县再次借助这一高端展会平台,向世界宣传肃宁、推介肃宁。”肃宁展团一位不愿具名的工作人员告诉记者,开幕当天,各家参展企业共接待国内外客商5600余人次,新增客户70余家,现场销售额达720余万元,同比增长11.2%;承接国内外订单8850多件,价值1.08亿元,同比增长10.01%。

昌黎中豪皮草有限公司总经理刘江表示,在展会上,推销自主设计、生产的产品,除了获得订单,还能打响公司品牌,更能提升企业形象。

据记者观察,展出的皮草不再单一强调保暖特性,整体厚实皮草大衣也不再成为主流,皮草短打外套、多材质拼接披肩、皮草配饰等温暖小件成为主打;同



时,夏季皮草更是颠覆传统,皮草饰边、皮草裙、混搭轻盈材质的时尚单品等令人耳目一新。

华斯农业开发股份有限公司、桐乡海之翼贸易公司、海宁蝶派服饰公司等多家参展企业的工作人员纷纷表示,为了迎合更多消费人群尤其是年轻消费者的喜好,他们在设计上下了大功夫。工艺精湛、创意独特的新颖皮草制品跨越季节、色彩、款式界限,为奢华皮草增添新魅力,展现出独有的味道,很对新一代消费人群的“口味”。

在本届交易会闭幕这天中午,王小姐与她的姐妹一同坐地铁从通州赶到展会现场,想在展会闭幕前捡漏,淘到物美价廉的宝贝。当记者遇到她时,她已经购买了多双皮毛一体的手套及一件皮草与羽绒拼接的衣服。“价格不贵,而且又时尚,不枉大老远跑一趟。”王小姐对记者笑言。

哥本哈根皮草在交易会期间发布的《2014皮草消费调研报告》显示,中国皮草市场的消费需求持续攀升。以水貂面料时装为例,预计市场需求2015年将达174万件;2020年,增长至202万件;2030年,将持续攀升至234万件。

据哥本哈根皮草副总裁肯尼斯·洛格格介绍,“80后”年轻一代将成为皮草新的消费群体。同比上一代传统消费群体,年轻一代的生活方式与消费观念变化显著,更加重视新科技和信息分享。他们追求品牌、设计、时尚和品质,但不盲目崇拜大牌,坚持自我独到的个人品

位。相当一部分年轻人认为,皮草不再是“奢侈品”。如今,皮草品牌经营者再也不能凭借主流时尚走过的路径,加以复制与跟随,赢得年轻一代消费者的青睐,应该挖掘出皮草的现代感与时尚精神,让他们看到更多时尚皮草款式。

新锐设计师:
皮草业的“未来力量”

除了不断扩大的市场需求,优秀的皮草服饰制品无疑也是刺激皮草销售和贸易增长的关键因素。北美裘皮协会高级营销副总裁戴安萍认为,随着中国优秀皮草设计的不断涌现,未来中国对外皮草贸易将快速、规范、乐观地实现新一轮突破。

借助本届交易会平台,中国新锐设计师展开了与皮草的“约会”。

交易会期间,国际毛皮协会联合中国服装设计师协会,以凝聚中国皮草行业“未来力量”为目的,举办了青年设计师酒会。另外,哥本哈根皮草也携手中国服装设计师协会为行业领袖、企业家和设计精英们正式推出“冬青奖”,以鼓励热爱皮草、饱含设计激情、不断突破传统、重塑皮草创新价值的行业翘楚。

国际毛皮协会主席史蒂文·赫维茨表示,他几乎每年都来北京参加中国国际裘皮革皮制品交易会,欣喜地看到中国皮草服装设计日新月异,展示的产品风格与国际上的时尚流行款式不相上下。他期待看到更多中国年轻设计师参与设计的皮草产品。

中国服装设计师协会副秘书长黄萍指出,目前,中国许多青年设计师虽然对皮草感兴趣,但不知如何将皮草更好地融入时装设计中。

为中国顶级皮草品牌和欧美服装大牌做设计的中国十佳时装设计师朱威表示,中国有着极好的皮草设计及设计师资源,唯一欠缺的是自信与阅历。作为中国十佳时装设计师的彭晶也认为,中国虽然已经是全球最大的毛皮加工国、出口国和消费国,但是缺少有影响力的皮草品牌和独创性的设计。

皮草设计的风向掌握在一群活跃于全球各地的优秀青年设计师们手中。正是看中了青年设计师对于行业的重要性,国际毛皮协会推出一项名为“皮草未来计划”的国际性人才服务计划,为皮草行业的年轻从业人员提供支持,同时推出一些实质性服务。

刘江认为,中国新锐设计师如果能与皮草很好地“约会”,将为中国皮草行业注入新的血液。中国皮草行业将会以创新的眼光及国际化的水准,为广大消费者,尤其是新一代消费群体呈现“你有你要求”的皮草制品。

市场风向

北美车展:“速度与激情”
比拼“省油与轻便”

■ 李博雅

近日,2014年北美国际汽车展览会在美国“汽车之都”底特律举办。全球40多个知名汽车品牌展出了500多辆汽车,其中首发车型超过50款。去年7月宣布破产的底特律市从城市外观上看依旧萧条,但车展的举办场地科博会中心内却气氛火爆。

在美国经济复苏加速的背景下,多家汽车制造商都打算在美国增加投资、增员建厂。在这届车展上,马力更强的卡车、迷人的运动跑车以及豪华轿车唱主角,折射出美国能源价格走低预期对北美汽车业的影响。但总的来看,节能环保依然是大势所趋,车展上即使“最性感”的跑车身上也能找到“绿色节能的影子”。

北美汽车投资加速

本届车展开幕式上,美国通用汽车旗下2014年款雪佛兰Corvette Stingray和雪佛兰Silverado分别被授予今年的北美年度轿车奖和卡车奖。前者是一款豪华运动型轿车,后者对重型皮卡进行了升级改造,均具有功率更大和燃油更加经济的特点。业内人士指出,美国汽车厂商连续两年包揽这两项年度大奖,一定程度上反映出美国汽车工业正在复苏,走出危机,步入正轨。

几位汽车公司首席执行官在接受媒体采访时表示,总体来说,在2008年金融危机过去5年多之后,美国经济终于开始复苏,尤其是汽车产业增长势头向好。几家汽车生产商看准了增长的需求,正计划增产。大众集团计划未来5年在北美地区投资70亿美元,增产促销,目标是到2018年,大众和奥迪在美国销量达到100万台。德国戴姆勒公司也考虑在北美新建一个工厂,公司首席执行官迪特利希·泽彻当日表示,美国市场是戴姆勒公司C级车保有量最大市场。福特公司总裁艾伦·穆拉利表示,福特将在全球范围内新招聘1.1万名员工,在美国地区将增加5000名员工配合增产。

动力与环保兼顾

一个值得注意的动向是,已从概念走向应用层面的电动车虽然是几乎每个品牌不可或缺的组成元素,但似乎马力更强的卡车、迷人的运动跑车以及豪华的轿车依旧是车展的主角。从福特野马到起亚GT4“毒刺”概念车,“速度与激情”是人们追逐的主题。“性感”的,有速度的车就是好卖。”在底特律当地一家咨询公司工作的米歇尔·崔西对记者说,“人们不会因为雪佛兰科迈罗六缸发动机的低耗油量就考虑选择买它。”有分析认为,驾驶的舒适性和动力的强劲,受到各大车商的关注,从中反映出,受到美国能源价格走低预期影响,油价很可能已不是美国消费者和各大厂商关注的重点。

但节能环保仍然是汽车业发展的大趋势,即使车展上“最性感”的跑车身上也融合了“绿色节能理念”。比如福特野马推出的两款动力系统,分别为2.3升直列四缸EcoBoost涡轮增压直喷引擎和5.0升V8双独立可变气门正时引擎。2.3升EcoBoost发动机堪比大排量发动机动力性能,兼顾小排量发动机的燃油经济性。再如大众在此次车展上推出的高尔夫R,具备了能够匹敌跑车的性能,从0至100公里时速的提速过程耗时不足5秒。大众表示,这是高尔夫系列中最强有力的一款,重点是比2013年的老款更加省油,美国环保局的测试结果是,该车每跑31英里才耗油1加仑。

福特公司发布了以大量铝合金部件为构造的新一代F150皮卡。福特F150在北美地区连续32年畅销,新一代皮卡采用轻量化设计,也通过发动机排量改进进一步提升了燃油经济性。福特总裁艾伦·穆拉利对记者表示,铝合金比钢材更坚硬,使用铝合金可以使车身重量减少318千克。新皮卡的特点就是“更大、更宽、更强、更轻”。

中国车企首次缺席

此次北美车展没有中国企业参展,这是自2006年吉利汽车公司在北美车展首次亮相以来中国车企第一次缺席。分析人士指出,这反映出中国汽车企业在成熟的市场上仍然缺少具有竞争力的产品。车展上,迷你库伯、大众等品牌的负责人都在新车展示时提到了中国这个至关重要的市场。受去年良好销售业绩鼓舞,这些品牌期待新的一年进一步挖掘中国市场的潜力。

记者试驾一辆smart定制款车,戴姆勒公司smart品牌全球负责人安奈特·瑞克勒女士走上前来询问试驾感受,得知记者来自中国,瑞克勒兴奋地说,2013年smart在中国的销量创下新高,中国已经成为smart第三大市场。瑞克勒告诉记者,smart的电动车去年获批进入中国,相信电动车在中国的市场潜力很大。“市场好,顾客好,smart爱中国,中国也爱smart。”瑞克勒女士给了记者一个有力的拥抱。



近日,韩国第二十五届COEX婴儿用品博览会在位于韩国首都首尔江南区三成洞的COEX会展中心举

行。本届博览会展出并销售与婴儿有关的各种用品。众参展企业纷纷推出优惠折扣活动,并为妈妈和准妈妈

提供优质的咨询服务。

图为展会现场。

(韩亚经)