



信息集结号

第十七届科博会
将举办京津冀发展论坛

本报讯 第十七届中国北京国际科技产业博览会将于5月13日至18日在北京中国国际展览中心举办。目前,筹备工作已基本就绪,参展企业达2000多家。

本届博览会以“创新驱动,融合发展”为主题,围绕国家实施创新驱动发展战略,在全面展示最新科技成果的同时,力促科技与资本、科技与产业、科技与文化、科技与民生改善、科技与城市管理的深度融合,更好地推动科技创新为经济社会服务,全力搭建首都创新优势集成辐射平台,区域创新协同发展平台。

博览会将设置14个主题展区,举办7场高端论坛和12个专场推介交易活动。“京津冀一体化发展投资机遇”作为7场高端论坛之一,将对京津冀一体化协同发展的投资机遇等问题进行深入解读。(静安)

中国国际纺机展规模扩容

本报讯 2014年中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会将于6月16日至20日在上海新国际博览中心举办。本届展会是自2008年以来由中国国际纺织机械展览会(CITME)与ITMA亚洲展览会(ITMA ASIA)合并后的第四届。

本届展会规模将达15.2万多平方米。到目前为止,已有来自26个国家和地区的1529家展商报名参展,同比增长17%。从展商结构来看,中国大陆地区展商数量最多,其次是意大利、德国、中国台湾。

本届展会不论是展馆面积还是展商数量,均为2008年以来规模最大的一次。一方面,中国纺织行业市场容量大,中国从纺织大国向纺织强国转变过程中市场需求迫切。另一方面联合展从初期就将“国际化”作为办展目标之一,希望能为亚洲地区乃至全球纺织工业的发展、壮大做出一份贡献。(汤蓉)

2014 昆山品牌进口交易会
设三大展区

本报讯 由商务部、中国贸促会等共同主办的2014中国(昆山)品牌产品进口交易会将于5月14日至17日在江苏苏州昆山市举办。

据介绍,该交易会是中国第一个国家级国际性专业进口展会,致力于为全国各地的相关机构和企业采购国外先进产品、寻求品牌代理渠道提供平台。

本届进口交易会继续以“开放合作、转型升级”为主旨,对国家和江苏省“十二五”时期重点引进的新技术、新设备和重点发展的战略性新兴产业进行重点展示。交易会设金属加工与自动化、环保与新材料、品牌消费品三大专业展区。展览面积达8万平方米,比上届增长30%左右。交易会将分两个展馆进行展示:昆山花桥国际博览中心展出面积达3万平方米,主要展示金属加工、环保设备与技术;昆山国际会展中心展出面积达5万平方米,展示品牌消费品、进行专场洽谈对接。交易会共有来自美国、加拿大、德国、英国等42个国家和地区的667家知名企业参展。(海青)

节庆快递

2014 魔力游戏动漫节
动漫衍生品受青睐

本报讯 2014滨海魔力游戏动漫节暨博览会近日在天津滨海国际会展中心开幕。动漫节上展出的中国原创动漫衍生产品,不再局限于玩具、玩偶等,而是越来越贴近百姓生活。

在衍生品展区,带有各种动漫形象的衣服、凉鞋、抱枕、书包、CD包、铅笔乃至矿泉水等动漫衍生品“济济一堂”。一家北京企业的展位生意火爆,展位负责人介绍说,为了适应不同年龄层的需要,同样一个人物造型,公司共设计了6个产品系列,受到不同年龄段消费者欢迎。记者看到,类似的动漫衍生品展位占了整个展馆的一半,徽章、扇子、吊牌、卡片、T恤、项链、cosplay的服装和道具等,每个展位都围满了观众。(刘长海)

专利拍卖招商

受专利权人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司近期将对“水上飞行器大喷射面喷嘴装置(ZL201320147822.3)”的专利权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅该公司网站www.jcbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

本专利涉及一种娱乐工具,具体为水上飞行器用配件的一种创新。它针对现有水上飞行器进行了改进,喷射面较大,改善、提高了水上飞行器的可操控性、稳定性和舒适度,有无经验者均能方便操作,市场前景广阔。



肖尔亚

日前,2014第十六届中国国际花卉园艺展览会在北京举办,集中展示了来自26个国家和地区的花卉、园林、园艺行业最新的产品和技术。其中,荷兰、德国、法国及中国台湾地区等均以展团方式参展。美国皇家玫瑰和荷兰花盛展区都吸引了很多观众,尤其是皇家在展会现场摆放的几十种颜色的厄瓜多尔玫瑰十分夺人眼球,过往观众纷纷驻足拍照。

除了玫瑰,风信子、朱顶红、郁金香、红玉珠、绣球花……花博会上琳琅满目的进口花卉折射了市场的新变化:消费者对花卉的品质和造型有了要求,如果产品没有特点、品质不佳,很容易被市场淘汰。

精品花卉销量越来越大

厄瓜多尔玫瑰有何不同?从事高端花卉经营的天津姑娘陈雅雯如数家珍地介绍说,跟本土玫瑰相比,厄瓜多尔玫瑰每朵至少有30片花瓣,杆儿粗长,最短的也有70厘米,放入礼盒显得很大气;另外,进口玫瑰花期长,凋谢花瓣也不会掉。情人节期间厄瓜多尔玫瑰的价格是本地玫瑰的七八倍,但需求量依然巨大,更不用说高端品牌野兽派

和Roseonly的“天价花”了。

盆栽市场也是如此。据北京市花木有限公司的销售人员小赵介绍,政府限制“三公消费”以后,盆花销量一直上不去,普通消费者则不断压价,导致花企的利润微薄。“普通天竺葵卖10元一盆,消费者就觉得贵,8元一盆才卖得动。想要提高销量,必须提升花卉品质,这两年精品盆花销售情况越来越好。”小赵向笔者介绍了他们的新产品枫叶天竺葵,叶子长得像枫叶,开的花是似红枫,和传统天竺葵完全不同。小赵说,他们明年会和育种企业商议,大量生产枫叶天竺葵。

今年北京五洲翔远农业有限公司(以下简称五洲翔远)的丽格海棠种苗供应量增加了20%至30%,亮色系、重瓣大花品种备受市场青睐。五洲翔远过去产品以红掌等花材为主,近年逐渐转向“小花”市场。在本届展会上,他们首次推出了鲜切长寿花,有的花盆不过手掌大小。公司副总经理梁静波告诉笔者,这样的造型与过去“高大上”的盆栽完全不同,更精致、时尚,符合年轻人的审美,而且花小,价格也更宜些,更贴近大众消费。从颜色上来说,顾客的喜好也从过去大红艳丽的颜色变为如今浅粉色、浅绿色等淡雅素净的颜色。

花卉企业营销尚未满足消费者需求

南京农业大学园艺学院副院长陈发棣表示,花卉园林最重要的两个市场:一是家庭园艺,二是观光农业。但是目前来看,花卉企业的营销还不能满足消费者的日常需求。普通消费者不会经常专门去花卉市场,周边的社区、超市、商场鲜有花卉绿植购物区,不是消费者不爱买,而是没有机会买。在展会期间举办的中国园艺企业交流会上,北京瑞雪环球科技有限公司董事长黄瑞清也表示,相对常见的红掌都少有顾客能说出名字,说明还没有培养起个人消费群体。有数据显示,我国现已成为世界上7个鲜切花(即从植株上切取下来的花朵和叶子等)消费大国之一,但国内人均年消费量仍不到2枝,对比发达国家,日本人均年消费量为300枝,以色列为300枝,法国为100枝,荷兰为80枝,美国为40枝,差距颇大。

在展会现场,不少消费者最常询问的是:“这是什么花(植物)?拿回家好养吗、怎么养?”而花卉园林企业多为种苗商或种植者,离终端消费者太远。在交流会现场,一位爱养花的女士提出,因为经验不足,盆花总是死,也没有渠道了解正确的栽种方法。生产企业是否可以提供“种植说明”?此

外,国外市场的花卉通常会标注保质期(一盆植物正常的花期),而国内的花卉企业少见如此人性化的服务。梁静波则告诉记者,中国消费者总觉得盆花应该今年养、明年养、后年还能养,而在欧美市场,消费者种花不会从小苗开始种,等一年才能开花。“你没有必要去看它不美的时候,你是消费者,你应该看它最美的时候。盆花其实比鲜切花的生长时间要长很多,不好看了就淘汰。”

作为传统行业,目前花卉园林产品的竞争水平相对还比较低。北京五洲翔远农业发展有限公司总经理邵远祥认为,随着中国城镇化进程加快,个人花卉消费市场会有很大增长,哪怕人均消费增加一倍,也会形成很大增量。Roseonly创始人蒲易曾表示,国内鲜切花市场盘子容量有1200个亿,但是没有品牌。蒲易把Roseonly比作鲜花中的星巴克,星巴克进入中国前,大家也没把咖啡店当品牌。

很多传统行业都有内在升级需要,谁抓住了消费者的新需求,谁就能赢得市场。花卉园林行业或许应该离消费者更近一点。企业不应只在种苗和技术领域“埋头苦干”,而应该“抬起头”看看消费者,提升一线销售人员的专业水平,培育消费市场。



为期三天的第十四届哈萨克斯坦国际旅游展近日在哈萨克斯坦南部城市阿拉木图开幕。来自哈萨克斯坦、中国、俄罗斯、意大利、泰国、韩国等20个国家和地区的550多家企业参展。来自上海、陕西、青海、海南等地的多家中国旅游公司参加本次展会。哈萨克斯坦希望借此旅游展来吸引更多外国游客,推动本国旅游业发展。

图为展会现场。

伊莲娜 摄

市场风向

APEC 技展会搭建海内外技术交流平台

由工业和信息化部与浙江省人民政府共同主办的第八届APEC中小企业技术交流暨展览会技展会(以下简称APEC技展会)将于6月19日至22日在浙江省义乌市举行。

APEC技展会旨在为各成员经济体提供展示新技术新产品的平台,促进各成员经济体中小企业之间的技术交流和经贸合作。APEC技展会迄今已举办七届,其中六届在中国举办,已成为APEC中小企业品牌活动之一,得到了各成员体的高度重视和积极参与,活动规模不断扩大,已经成为亚太地区中小企业技术交流与经贸合作的重要平台。

据介绍,本届APEC技展会将继续秉承“技术提升经济 合作创造未来”的主题,集中展示各成员经济体中小企业新产品、新技术及公共服务体系建设成果;举办技术交流会,深入探讨中小企业技术热点,创新发展思路,破解发展难题,提升中小企业技术创新能力和市场开拓能力,推动APEC地区中小企业创新发展。

其中,技术交流会将围绕“技术创新助推转型升级”主题,结合中小企业需求,组织境内外技术资源与APEC成员经济体中小企业对接;展览展示部分计划设立1200个标准展位,展览范围主要包括电子电器、高端装备、工业设计、电子商务、智慧物流、公共服务平台和中小企业“专精特新”产品。与往届相比,本届APEC技展会将更加注重各成员经济体中小企业的需求以及面临的问题,同时也更强调科技创新

和技术交流,力求推动科技成果的商品化、产业化和国际化。

招商招商顺利推进
境内外参展踊跃

组委会通过多渠道多形式开展海外宣传推介,现已与美国亚洲贸易促进协会(旧金山)、纽约州中小企业发展中心总署、美国洛杉矶Fce集团、亚洲展览会联盟、浙江省贸易促进协会、香港互联网协会、香港贸易促进协会等近30个境外机构建立联系。引起了各APEC成员体的广泛关注。据统计,境外招展工作顺利推进,目前各境外成员体预订展位已达400多个。同时,各省市区市招展工作已全面铺开。3月份以来,组委会继续加强与各省区市联系对接的同时,分两组先后赴江苏、上海、广东、深圳、湖北、福建等13个省、市的经信部门进行了座谈对接。目前,所有省、自治区、直辖市、计划单列市均表示将组织本地企业参展。

突出转型发展理念
工业设计专区注入创新元素

作为本届APEC技展会的亮点之一,工业设计专区以强化设计和制造对接为最大特色,借助本届APEC技展会的良好契机,助推广大中小企业转型升级。展览面积预计约7600平方米,已确定37家境内外顶尖设计机构参展。工业设计专区通过打造境外工业设计精品展区、境内工业设计全产业链展区、创新设计产品T台秀展区、

创意设计产业园区形象展区、获奖设计作品展区、设计院校学生优秀作品展区、电子商务模式设计体验展区、新材料新技术应用展区八大主题展区,以及举办创意E时代巅峰对话、企业对接交流峰会、设计工作坊、CIDA设计创意奖、转型升级研讨会等五大主题交流活动,融高峰论坛、巅峰对话、设计比赛、企业对接于一体。届时,将邀请众多国内外知名设计机构参展并与上万家国内制造企业、义乌当地商家企业对接交流,打造境内外工业设计展示交易平台,打造中国工业设计促进产业提升,合作共赢的盛会。

把握发展机遇
省内优质企业积极参与

第八届APEC技展会同样吸引了浙江省内广大中小企业的目光,为了给省内中小企业及技术项目搭建起与海外同行及市场交流合作的桥梁,本届APEC技展会专门开辟出浙江省专题展区,省内企业踊跃报名参展,目前预订展位已达百余个,将在浙江省展示专区内集中展出。

据悉,本届APEC技展会为突出区域特色,将设总面积约1000平方米的浙江省专区,全方位、多角度地展示浙江中小企业的发展成就和重大技术成果、宣传浙江在中小企业技术进步、市场发展方面的区位优势,为省内中小企业搭建贸易、融资、交流、发展的平台,为中小企业的健康发展,营造全社会共同关注支持的良好氛围。(易武)

湖南车展人气火爆

“前两天来看热闹的多,今天来直接下单的多!”2014湖南车展整个展馆人潮汹涌,气氛十分火爆。记者与参展商交流了解到,在车展最后一天,不排除一些参展商将或明或暗地放出比前几天更优惠的价格。

记者在车展现场采访时发现,从车展最后一天上午9时起,就有大量人流进场看车、买车。11时至13时出现了第一波看车、买车高峰;15时至16时出现了第二波高峰。到记者17时离开时,展馆仍然是熙熙攘攘、人头攒动。

热销家用车品牌东风日产、别克、雪佛兰、广汽丰田、一汽丰田、广汽三菱、东风雪铁龙等的洽谈区里,一整天都座无虚席。自主品牌的斩获也十分丰厚。记者从吉利、比亚迪、奇瑞等重点自主品牌展示区了解到,最后一天成交量超过了100台。车展第四天,观展者少了观望的情绪,买车行动也更果断。

记者暗地里跟参展商交流了解到,除了一些热销合资品牌,很多参展车型不排除在车展最后一天加大优惠幅度的可能,但不一定很明显地更换优惠价格牌,会通过销售顾问与消费者洽谈的方式,暗地里追加优惠。

为此,记者提醒消费者,如果你打算买车,前几天逛展后还没最后下定决心,或前几天没时间去车展看车,可趁今天车展最后一天,去与参展商再磨磨价,一般可拿到比前几天更大的优惠。

(张帆 李卓 何正清)