



信息集结号

纺织面料(春夏)博览会
展出面积将达10万平方米

本报讯 由中国纺织工业联合会主办,中国贸促会纺织行业分会等共同承办的第二十一届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会将于3月18日至20日在上海国家会展中心拉开序幕。

从1995年第一届举办至今,当初的小规模行业展会已发展成为国际性专业盛会。肩负着行业发展的重任,博览会在自身成长的同时,也见证了中国面辅料行业和企业从小到大、由弱到强、同世界接轨的过程,并在其中起到了平台、纽带的作用。

据主办方介绍,本届展会展出面积达10万平方米,预计有2500家来自国内外的展商展出各类面辅料。博览会将有效衔接行业上下游产业链,向全世界展示新常态下的纺织行业新产品、新技术、新工艺。

(郭益理)

纺织品专业处理亚洲展
多家知名企业确定参展

本报讯 第八届国际纺织品专业处理(洗衣)亚洲展览会将于11月25日至27日在上海新国际博览中心举办。作为亚洲最重要的洗衣设备技术展览会,该展会两年一届,面向洗衣设备和技术行业的专业人士开放。展会涵盖水洗、干洗、烘干、折叠、整烫机械设备、度量工具、洗衣完整系统以及相关配件等各环节的产品、服务。2013年的展会共有150家展商和8553名专业观众前来参与。此次,包括联合洗衣、铂维、中施、川岛、D.J.Giancola、艾维壮壮、雅朴、铜拳、Hoffman等多家知名企业已确定参加本届展会。

每年都参展的联合洗衣设备公司中国及蒙古国高级销售经理张原女士评价道:“这一展会是亚洲洗衣行业最重要的交流平台,也是我们在亚洲唯一一个投入相当多资源参加的展会,有助我们的品牌宣传推广,以及实力展现。通过展会我们和众多分销商聚集一堂,机会难能可贵。2015年我们将继续参展,预计展位面积比2013年扩大1倍。”

(陆唯伊)

世界O2O博览会
让青年创业者找到方向

本报讯 近日,由中国互联网协会指导,世界O2O组织、光合资本共同主办的首届世界O2O博览会将于北京国家会议中心举办。该博览会以“互联互通 共赢全球”为主题,是国内首次举办的全球性O2O电子商务博览会。

据了解,2015年世界O2O博览会将免费向广大创业者提供展位和大会的参会门票,力图通过信息交流、展会互动、论坛学习等多种形式帮助中国乃至全球从事O2O创业的青年创业者们找到方向、找到资金、找到用户。

(静安)

首届当代艺术新年展
呈现未来艺术潮流

本报讯 由居然顶层设计中心与丹蒙艺术共同打造的“制心一处”首届当代艺术新年展在京举行。此次展览集中了谭平、向阳、王水泊等近30位艺术家的绘画、雕塑、装置及影像等数十件作品。

此次展览独具匠心地将设计中心空间和朱利奥·卡贝里尼、梁志天、梁建国、琚宾、戴昆等知名设计大师的样板展示空间相结合,呈现出艺术与设计跨界的全新合作。展览旨在展现当代艺术的同时,也为大众呈现未来艺术与设计及家居融合的潮流、趋势及可能性。丹蒙艺术负责人张苏萍表示:“随着艺术收藏更加私人化、独特化、个性化,我们希望让更多人切身体验到它对现代家居艺术的完美诠释。”展览将持续至2月1日,展览募集的所有票款都将无偿捐赠给金羽翼残障儿童艺术康复服务中心。

(张硕)

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。详情可查阅该公司网站 www.jcbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

- 1.气压式汽车防撞装置(201310146406.6)
- 2.一种模块化的冷热家电
(ZL201420299621.X)
- 3.一种可调节浮力大小的钓鱼浮漂
(ZL201420411648.3)
- 4.一种治疗五积六聚引起各种疾病的药物
(ZL200510012437.8)
- 5.太阳能热水器上水阀(ZL201420356167.7)



上海会展论坛:
求解展览业转型路径

■ 本报记者 静安

日前,2015上海会展论坛——国际展览业CEO峰会(以下简称上海会展论坛)在上海举办,与会展业巨头围绕“中国展览业的转型之路”主题进行了深入探讨。

在论坛上有关方面披露,2014年上海举办各类展览项目755个,其中70%为国际展,展览面积近1300万平方米,展览项目数量和展览面积均居国内之首。

国际展审批制改备案登记制

在本届上海会展论坛上,上海市商务委员会(以下简称上海商务委)主任尚玉英介绍,2014年上海商务委进一步优化会展业市场环境,将过去的国际展审批制改为备案登记制。

与此同时,由一年两次审批改为网上即时审核,审核项目由原先的9项减少到4项;取消展览档期保

护;另外,非上海的展览公司也可来沪办展,这些举措大大激发了市场活力。

相关统计数据显示,今年,随着展览面积达50万平方米的国家会展中心投入运营,上海的展馆数将达到14个,展示面积达100万平方米,位居世界首位。

或为国家会展中心带来新格局

尚玉英指出,四个中心建设以及具有全球影响力的科技创新中心建设,为上海会展业发展提供了更广阔的空间。她邀请海内外展览机构到上海发展,共同打造上海会展业的未来。

会前,上海市副市长周波会见了英国励展博览集团董事局主席陆思奇等国际著名会展企业和会展机构负责人。周波表示,希望和各方扩大合作,分享上海展览业新发展带来的机遇。

本届论坛主题为国家会展中心启用为中国会展业带来的新格局;信息技术发展如何帮助中国展览

业实现战略转型;中国展览业如何借助资本的力量实现战略转型。

同城展馆竞争不可避免

国家会展中心将于今年全面投入运营,届时上海市展览面积将达100万平方米,位居世界首位。

由此将形成位于虹桥商务区的国家会展中心和浦东上海新国际博览中心,两个展馆同城竞争的事实。于是,业界担心,上海两大会展中心或因竞争,而导致“同质化”。

对此,有关业内人士表示,初期,国家会展中心的运营将会对上海新国际博览中心的客户流动产生影响,但就长期来看,上海新国际博览中心的场馆服务非常规范,品牌知名度高,已经有了固定客户群。

同时,国际会展业的重心正在加速东移,上海的展览总量还会上升。未来,两大馆将互相补充,在竞争中相互合作,携手平稳发展。

走马观花

“囡囡有神”动漫展引万人围观

炫彩的假发、夸张的服饰、古灵精怪的道具、摆着各种Pose……近日,北京国家会议中心上演了朝阳区ACG动漫联盟2015年度盛典暨第十三届“囡囡有神”动漫展。2.2万平方米的场地,包含摊位区、企业展区、活动区、舞台区、摄影区、知名漫画家作家签售区,还有北京知名的Coser大伽签售等活动区。

记者来到展会现场,着实被盛况“吓”了一跳:随处可见的动漫角色扮演人物、原创漫画集、自制动漫饰品、动漫服饰……偌大的国家会议中心地下展厅被数以万计的参与者挤得满满当当。

活动现场,许多动漫发烧友都玩起了cosplay,大家不仅展示了自己的才艺,还在心仪的动漫周边产品摊位前排起长队。展示交流区,很多漫友互相交流、互相拍照,更有初级动漫爱好者询问加入动漫社团的事宜。据朝阳社区青年汇的工作人员介绍,这次的特色活动“密室体验”,如卡卡西问答、体术激光阵、反映术,广受动漫迷们追捧,现场气氛火爆。

据记者了解,“囡囡有神”动漫展已经成了北京乃至全国赫赫有名的动漫会展品牌。

朝阳区建外街道红朝社区动漫联盟日前与囡囡有神动漫交流展主办方签署合作协议,双方将共办“动漫大集”,加强当地青年动漫人才交流,促进社区动漫产业发展。

“动漫文化在青年群体中影响非常大”,红朝动漫联盟负责人范静雯介绍,据统计,动漫群体中59%的人在14岁至17岁之间,18岁以上的人约占群体30%,因而动漫文化成了凝聚青年人的有效切入点,此次合作可以使联盟借鉴专业动漫交流布展方的成熟经验,更好地服务动漫爱好者。

“我们已经举办过10届展会,这次与社区合作可以把我们办会展的经验和社区的政府公信力结合起来,促进更多的动漫爱好者和原创作者参与交流,既弘扬文化又促进动漫产业发展,孵化青年动漫人才”,“囡囡有神”动漫交流展发言人许芊说道。

(刘旭 余乐)

市场风向

北京图书订货会落幕
网络平台试水纸质出版

在近日落幕的2015北京图书订货会上,有个现象引起了多方关注:多家网络平台纷纷试水纸质出版,将受到公众欢迎的虚拟资源集结成册。

新一代的互联网“基因”究竟为传统出版行业带来了怎样的影响?这股热潮的未来发展方向又会如何?

“泛科技”、“轻社科”图书异军突起

“吃了一个烤鸡腿,等于抽了60根烟?”“秋裤能让人失去抗寒能力?”“取款机上倒着输入密码会自动报警吗?”

这些都是在果壳网目前最火的主题站“谣言粉碎机”上发布的热帖。在这个主题站,聚集了一群热爱在食品安全、健康养生等领域进行辟谣和普及基础知识的年轻人。那些从科学视角出发、旨在击破长期流传于都市人群的流言的文章,反响尤为热烈。

《谣言粉碎机》系列新书的策划编辑覃田甜对记者说,一直以来,果壳网的文章都受到了国内多家出版社的密切关注。“首先,他们这个平台很有活力,作者在特定读者群里比较有号召力。此外,他们的团队以及后续的营销活动都很有趣,能持续地引起人们的关注。”

据覃田甜透露,早在2012年,该主题站就曾推出过同名图书,取得了不错的销售成绩和口碑。覃田甜表示:“时隔近3年,流言也会不断更新,这个主题站的精华也有重新梳理的必要。”

“本质上讲,从网络内容到出版一本图书,原创性依旧是一条亘古不变的准则。”覃田甜说,有态度、有见识、有内容的原创性内容,无论是呈现在网络上或是纸质图书上,都是有价值的,“只是一个载体形式的区别”。

成立至今已近4年的问答社区知乎,又一次选择了自己的强项“金融”。去年初,知乎推出的《创业时,我们在知乎聊什么?》甫一上架就颇受关注。而这次推出的《知乎:金钱有术》,在封面上打出了一条非常醒目的广告语:“987433赞同认证的金融选修课”。

该书策划编辑李穆说:“知乎是一个生产内容的社区,我们主要看中里面的发问人与解答者之间的互动关系,内容介于纯专业性和非专业性之间。”

网络热点出书呈爆发性增长

近年来,随着社交网络热点的不断变化,图书编辑的重点关注平台也从早年的文学网站和个人博客,转移至微博、微信和网络社区。

一位出版业界资深人士告诉记者,在博客时代受众群体及其阅读习惯是相对稳定的,而在今天,碎片化和社交化的内容成为网络主流,受众的品位也千差万别,不容易把握。

到了2014年,类似书籍无论品种还是销量,继续呈现出爆发性增长态势。其中微博红人大冰的《乖,摸摸头》上市三周就发行20万册,出版社又趁热打铁开发了《我们都是突然长大的》等同一系列产品,销

售数据都颇为可观。

“网络就是这些书天然的宣传渠道。”磨铁图书公司的编辑黄娟总结说。

谁在引领国人的阅读新时尚?

呈现在微信和微博平台上的大多是免费资源,将网络内容转化为出版资源后,读者为什么还要花钱去购买图书呢?

对此,《来到地球第一天》的策划编辑魏丹认为,公众号上的文章在写作和发布时通常比较随意,没有一条明晰的创作思路。但在出书时,编辑手段的融入实际上起到了再创作的作用。“比方说,经过重新选排和分类,就会使整本书的内容体系更为清楚。”

除了直接将互联网内容集结成册之外,出版机构也有其他的打造方式,例如根据书的主题,要求作者进行衍生性创作。

“一般来说,我们出的书,内容曾经在网上曝光的,比例不会超过1/3。”磨铁图书的编辑黄娟称,在这一原则的要求下,出版社在寻找网络红人时也有一个底线,“作者一定要有修养底蕴,如果他在网络上呈现的东西已经接近个人的极限,那么出版时再提升的空间就很小了。”

毋庸置疑,互联网“基因”正在不断地改变图书市场的“DNA”,但也有一些名牌出版社对于当下流行的阅读热点和写作方式持保留态度,更倾向于遵循传统的出版操作流程。

(刘长欣)