



信息集结号

中国进口木材展
打造亚洲顶尖原料采购平台

本报讯 2015年第四届中国进口木材与木制品(上海)展览会将于6月30日至7月2日在上海新国际博览中心举办。该展会致力于打造亚洲木材原料顶尖采购平台。

本届展会将有来自美国、加拿大、俄罗斯、东南亚、大洋洲等国家和地区的顶级供应商参展。展示产品包括硬木、软木、锯材、胶合板和板材等。此外,还有木门、楼梯、整木定制和建材等热点展出品类。整个展会规模超过12万平方米。

2014年的展会汇聚了美国、德国、俄罗斯、加拿大、芬兰以及中国大陆、香港、澳门、台湾等国家和地区的150多家木材和木制品供应商及国际贸易商,共吸引专业观众1.9336万人次,其中海外观众达1621人次。**(毛 雯)**

中国芳香产业展邀请知名采购商参与

本报讯 近日记者从洛阳市会展办获悉,2015中国国际芳香产业(洛阳)展览会将于4月24日至27日在洛阳会展中心举办。

本届展会由中国国际商会和洛阳市政府主办,洛阳市会展办和谊和永邦(北京)会展有限公司承办。展览会以“传承·开放·创新·共赢”为主题,将邀请国内外知名参展商、采购商参与,活动内容包括精油知识讲座、T台秀、中国国际天然香料发展论坛、精油SPA体验等。芳香植物、芳香精油、芳香旅游等芳香产业企业均可参展。

中国芳香产业发展十分迅速,目前已形成芳香植物种植、芳香产品深加工等多元化产业格局。**(常书香 孙鹏飞)**

2015重庆汽车交易博览会
规模达5万平方米

本报讯 2015重庆国际汽车交易博览会将于9月10日至13日在重庆国际博览中心举办。

本届交易会规模达5万平方米,将有70个汽车品牌参展。会上将展示汽车新能源、新技术、工业文化、汽车使用文化等,为重庆市民呈现一场精彩的汽车文化盛宴。

作为2015重庆文化产业博览会重头戏之一,本届交易会以“新能源·新蓝天·新生活”为主题,在传统车展基础上,各汽车品牌将设专区展示新能源汽车、高新科技成果。针对《政府机关及公共机构购买新能源汽车实施方案》和2015年1月出台的重庆市新能源购车财政补贴政策,交易会组委会将组织新能源汽车团购会。

车交会期间,还将开展汽车自驾摄影、汽车CD音乐交换、车友会创意大赛、汽车后备箱集市等汽车使用文化活动,让汽车工业文化和汽车使用文化交相辉映,丰富重庆市民生活,预计将吸引观众30万人次。**(白 麟)**



■ 本报记者 兰 馨

“这几天太累了。”北京斯科威尔体育文化有限公司(以下简称斯科威尔)有关负责人就接待采购商时的情形对记者说。

日前,在北京国家会议中心举办的ISPO BEIJING 2015第十一届亚洲运动用品与时尚展(以下简称亚洲运动时尚展)规模达到4万平方米。展会上,斯科威尔展示的一款全地形轮滑,成为户外轮滑爱好者的新宠。

此次亚洲运动时尚展携手Alpitec China第七届中国国际山地和冬季运动技术机械博览会,汇聚了434家展商,656个品牌。来自户外运动、极限运动、滑雪、运动时尚和面料/纤维等各领域的最新产品进行了集中展示,体现出了冬季运动产业的全貌。

本届展会期间,亚洲运动时尚展组委会组织了如ISPO全球运动产品设计大奖颁奖典礼、亚太雪地产业论坛、中国运动时尚流行趋势论坛、ISPO运动产业论坛、ISPO TEXTRENDS功能性纺织品流行趋势论坛等活动,设冬季运动、跑步主题、极限运动等一系列专区,被称为是户外用品的“武林大会”。

亚洲市场增长迅速

“自2010年以来,亚洲运动时尚展的展商数量开始快速增长。”慕尼黑国际博览集团消费品类项目负责人表示,亚洲运动时尚展成为国际户外品牌进入亚洲市场最理性的平台。

“中国的户外市场,目前还处于早期发展阶段。”猛玛象户外用品(北京)有限公司(以下简称猛玛象)首席执行官Rolf Schmid认为,尽管中国户外产品市场高端品牌处于平缓增长期,但未来具备较强稳定性的高端户外产品将领跑中国市场。

但Rolf Schmid也坦陈,在中国市场宣传户外知名品牌成本较高,不像在亚洲其他已有成熟户外用品专业店的国家。

此外,Craft、Dynastar、Gore、La Sportiva、Point65、Swix、Oneway、Halti和Thule等多个品牌也参加了展会,希望借此机会将产品推向中国市场。

针对这一现状,有业内人士表示,2014年国家将体育产业作为绿色产业、朝阳产业培育扶持,户外行业恰恰符合环保、绿色、朝阳的要求,从小众走向大众,成为新的“露天金矿”。

上述业内人士强调,目前,高端户外产品的用户属小众群体,市场还需要培养,可以预见未来将有很大发展空间。

儿童户外市场被看好

“希望找到好的青少年户外品牌做代理。”来自北京的汪姓观众表示,随着户外休闲方式被更多群体接受,很多家长希望带孩子一起参与,不仅锻炼了身体,还磨练了意志,尤其增加了与孩子互动的机会。

在展会现场,青少年(更倾向于儿童年龄段)品牌区域成为受欢迎的展区之一,还有观众带着孩子到展会现场参加成年组与青少年组混合攀岩比赛。

近年来,家长对青少年的户外运动越来越重视,服装以及运动器材企业纷纷看好这一市场。亚洲运动时尚展组委会,也逐年加大了青少年区域的展示规模。

尤其是近年来,各类亲子类综艺节目的兴起,带动了儿童户外产品市场。此次CAMKIDS携带全部产品链参展,以“走出去,回归大自然”为主题,倡导儿童户外旅行。据介绍,其产品消费目标定位是8到16岁的青少年,随着之后的发展,产品目标人群将扩延到3岁幼儿。



第八届世界未来能源峰会和阿布扎比可持续发展周近日在阿联酋首都阿布扎比国家展览中心闭幕。峰会共汇聚了来自全球170多个国家和地区的代表团,被认为是中东地区涉及能源安全、水资源安全、应对气候变化和可持续发展的最大商贸平台,吸引了超过3.2万名参观者。
图为展会现场。 安 江 摄

领略日内瓦高级钟表展的匠心独具

日前,第二十五届日内瓦国际高级钟表珠宝沙龙(SIHH,以下简称日内瓦钟表展)在瑞士日内瓦Palexpo展览中心举行。本届展览共有16家钟表珠宝品牌参展,预计将有超过1.25万名参观者前来。

展会成行业发展风向标

日内瓦钟表展与巴塞尔钟表珠宝展(Basel World)是瑞士著名的两大钟表展,也是全球范围

内顶级的两大钟表盛会。日内瓦钟表展从1991年诞生开始,每年1月在瑞士日内瓦举办。发展至今,日内瓦钟表展已成为新一年腕表珠宝行业发展的风向标。

日内瓦钟表展的参展品牌主要以历峰集团(Richemont Group)旗下十几个品牌,以及独立制表品牌为主,每年有不到20个业内顶级珠宝腕表品牌参展。与喧嚣的巴塞尔钟表展不同,只对受到主办方邀请的媒体和高级制表业代理商、经销商开放。“日内瓦钟表展生于毫末,却得以迅速成长壮大,”SIHH董事总经理Fabienne Lupo在接受采访时说,“日内瓦高级钟表展经历了一次又一次蜕变,一些品牌中途离去,更多的品牌加入进来,如今每年1月固定于Palexpo国

际展览中心举办的SIHH,无疑已经成为世界钟表界的重大节日。”

始终捍卫高级制表业

2015日内瓦钟表展展场占地面积近4万平方米,共有16个品牌参与,其中包括历峰集团的朗格(A.Lange & Sohne)、积家(Jaeger-LeCoultre)、卡地亚(Cartier)等十几个品牌和爱彼(Audemars Piguet)、理查德米勒(Richard Mille)等独立制表品牌。“过去25年来我们一直捍卫的高级制表业,已经通过技术和美学创新积累起自身的创造力,”Fabienne Lupo说道,“参展品牌既借鉴创新科技突破成果,又为艺术造诣的提升不懈努力。”多年以来,日

内瓦始终牢牢把持着世界制表业中心的地位,日内瓦钟表展在这其中贡献良多。

华语女星受宠

在这样一个绝对国际化、绝对“高大上”的舞台上,华语明星今年也杀出重围惊艳亮相——中国台湾女星桂纶镁携手万宝龙(Mont Blanc)中国区品牌大使林丹亮相,干净的妆容配上高贵的红裙显出一线女星的气势。

周迅则接连出席了代言品牌万国(IWC)的两场活动,同阿德瑞娜·利玛(Adriana Lima)、卡罗莱娜·科库娃(Karolina Kurkova)这样的女神超级模以及影星艾米莉·布朗特(Emily Blunt)同台亮相。**(刘博雪)**

延伸阅读

SIHH的高冷奢华 也是让人醉了

介绍过了本届日内瓦国际高级钟表珠宝沙龙(以下简称SIHH),小编用4问带来亲们体验一下SIHH令人迷醉的奢华!

1.众所周知,SIHH创办于1991年,不过亲们知道这创办背后的故事吗?

在1991年,面对越来越拥挤的巴塞尔表展,卡地亚提出:“我们不能在嘈杂和拥挤的地方招待我们的客人,谈生意的地方应该舒适、安静,有空间和点心。”于是带领着4个高级腕表品牌离开巴塞尔表展,开始了SIHH之旅。

2.SIHH专业买家能享受何种待遇?

作为客人,一旦受邀,等待你的将会是全程的耐心讲解以及不限量的香槟、鱼子酱。每当夜幕降临,一些品牌还会举行盛大派对,各界名流、明星穿梭其中,场面异常奢华。SIHH是一个全方位的展示活动,正如它法文名称中包含有“沙龙”的意味。

展会期间几乎每个参展品牌都要在日内瓦城中各种标新立异的地点举办精心筹备的年度答谢晚宴。参观或晚宴之后余兴未尽也不要紧,钟表展组委会给所有与会者提供了一处欢聚夜场——The Boat。没错!它就是日内瓦湖中停着的一艘大船,船上酒水餐食、歌舞表演、模拟博彩(不用真钱)……应有尽有。而且在此还能与你仰慕的钟表大师或行业领袖邂逅。如果你法语够好,这是绝佳的交流机会。

3.什么是SIHH上永恒的话题?钟表?非也!

SIHH内有一个隐秘的区域——特卖场。特卖场里绝对不会出售与钟表有关的任何产品,但可以买到比专卖店价格低很多的大牌珠宝首饰。因此,在该展会上,买什么及花多少钱买已经代替主题产品钟表及珠宝成为日内瓦表展展馆内永恒的话题。

4.参加SIHH需要注意什么?

(1)百达翡丽展台:众所周知,百达翡丽几乎是日内瓦当地最著名的钟表品牌。于是很多人惯性地认为百达翡丽会参加SIHH,可事实上百达翡丽只参加巴塞尔钟表珠宝展。

(2)门票:SIHH是闭门展,没有地方卖门票。得不到官方的邀请和注册,是进不了展馆的。

(3)买表:日内瓦高级钟表展上绝对不卖表,只接受大经销商的订单。若个人见某表看着非常喜欢,顶多也是下张订单。拿到表可能要1年以后了。

(4)试表:在这个过程应尽可能地感受表款上的工艺细节和技术特点。而非拿来就往手上戴。触摸新表起码有两个注意事项:戴手套;试戴时确保手腕光洁无杂物。

(5)戴假表:你可以不戴表去参加SIHH,但千万不要戴假表参展。

(小编整理)

