

中食展搅动观众味蕾 提升食品交易水平

■ 本报记者 邢梦宇

近日,记者获悉,第十三届中国国际食品和饮料展览会(以下简称中食展)将于5月6日至8日在上海新国际博览中心正式开展。中食展由法国高美爱博展览集团和(中国)商业发展中心共同主办,于2000年移植国内。

展会依托国外和国内两个大市场,旨在推进进口贸易、出口贸易和国内贸易,为企业和消费者提供更多新鲜、美味的食品。

展商增加

据爱博西雅展览(北京)有限公司总经理刘进介绍,距离中食展开幕还有不到两个月时间,展位已基本售罄。参展商多数为外国企业,欧洲和中东地区的企业占到46%,他们带来了品种丰富的食品,而国内企业近年来更愿意租赁较大的展位展出产品。

据了解,在国际组团方面,土耳其展团

在W3馆,以近3000平方米的展出面积将本国美食尽数展现;位于E1馆的韩国展团有2000多平方米的展出面积,带来了韩国的休闲食品及饮料产品;台湾地区展团在E2馆,展出面积达1000多平方米,各色台湾小吃汇聚展台。

此外,还有来自加拿大、澳大利亚、法国、西班牙等国家的展团,而芬兰、哥斯达黎加、拉脱维亚等国家则是首次组团参展。

为着重突出展会亮点,每届中食展都会选定“荣誉主宾国”以及“荣誉省”,并对其特色产品集中推荐。今年,美国以及黑龙江省分获上述两个称号。

据悉,美国展团与中食展建立合作关系时间已长达16年,2015年美国展团以超过1200平方米的超大展出面积亮相中食展W1馆,主要展出来自美国的休闲食品及果蔬产品,展团成员包括了众多美国知名食品企业,如US Pecans, Westport, Blue Diamond等,在展期中组织了许多精彩纷呈的推广活动。

黑龙江省为2015中食展“荣誉省”,展出面积558平方米,位于E2馆,集合了40家省内著名食品生产商,包括北大荒集团、黑森绿色食品集团,主要展出产自黑龙江省的传统绿色农产品,包括大米、食用油、蜂蜜制品、可食用菌类产品、野生蓝莓酒及各类果汁饮料。

搭建食品贸易平台

“一些贸易协定签署并且生效之后,很多国家的产品对中国出口都将实现零关税。从食品零售渠道来看,2018年,中国将拥有4800家超市,营业面积也将达到4800万平方米。目前,网商和食品店都重视开发便利店,预计到2016年全国要增长20%的零售点,这为解决食品零售‘最后一公里’问题做出贡献。”刘进说。

巨大的市场需求正吸引着国外食品企业。根据海关数据显示,2014年,中国食品行业出口额同比增长6.2%,但与进口额13%的增速相比,仍出现6.11

亿美元的逆差。这一数据也表明,越来越多的国外食品企业正迅速进入中国市场。

据主办方介绍,2015年,顺应国内食品行业产量增长、海外食品进口提速 and 市场需求上行的趋势,2015中食展将有海内外来自90个国家的2700家企业参展,展出面积11.5万平方米,包含10个专业展馆,同比增长20%;中外专业观众和买家预计将达5.5万人。

刘进透露,随着展商和买家的不断增加,中食展首次推出了贸易匹配系统,以实现买卖双方展前的高效对接,并希望卖家能够在展会现场充分利用每一个时间段和买家进行业务洽谈。同时,卖家可以通过这个系统,按照产品的区域和类别去寻找观众,预约见面时间。

本版话题



近日,菲律宾宾松城举办了巨型复活节彩蛋绘画比赛,参赛者绘制多种多样的童话人物于彩蛋上,以迎接4月5日到来的复活节。图为参赛者在硬纸制彩蛋上进行绘画创作。

乌马利 摄



重庆：会展经济高歌猛进 人才缺口如何填补？

专业学生的抢手正因重庆会展业人才的短缺。值得注意的是,由于会展业对人才的专业技能要求较高,高等教育如何与会展产业的实际需求接轨,成为行业迫切需要解决的问题。

缺口上万 中高端人才抢手

根据重庆市会展办公室的数据,近年来,重庆市会展业以每年20%左右的速度持续增长。2014年重庆共举办展会662个,会展产业直接收入85.3亿元,拉动消费682.4亿元。不过在会展业迅猛发展的同时,会展人才资源匮乏,支撑乏力。

据重庆市商委会展处处长张建军介绍,目前,重庆市会展行业人才规模在6000人左右,而参照北京、上海等地会展业与人才规模的匹配状况,重庆需要2万人的人才队伍,缺口1.4万人。其中尤以中高端综合性策划、创意等人才最为缺乏。

中国会展策划师联盟的分析称,中国会展专业人才的岗位空缺比高达10:1,被人们誉为“朝阳产业”的会展业,高端人才短缺问题已成为制约产业发展的一大瓶颈。

重庆中环盛世商务会展有限公司总经理高健说:“人才一直是我们最大的瓶颈,

而重庆的会展专业市场还不成熟。我们现在需求最大的就是创意类人才,包括策划师、设计师和营销人员,但这些人才都不容易招到。”

对症下药 职业培训找出路

在重庆,会展专业大学毕业生到2009年才出现,相对市场需求,高校专业学生的输出对中高端人才缺口的修补力量毕竟有限,更高级别的“造才”机制需由市场创造。

一些会展业内人士坦言,会展教育的局限性与社会对人才需求的技能专业性、知识广泛性产生矛盾。比如,由于会展教育当前的课程设置不够细化、概论性介绍多,对会议运营能力进行战略统筹的课程学生接触偏少,不少毕业生缺少运营方面的知识。

“协会与城市管理职业学院、职业鉴定中心三方进行沟通,以研修班的形式,按照国家相关规定和要求制定课时课程,同时还邀请了专家来渝授课。”重庆市会展行业协会秘书长牟震告诉记者,几年来研修班共培养出280余名高级策划师和140余名会展设计师。“这些都是行业高端人才,多成为企业的总监及以上级别的管理人员。”

校企联动 培养实用型人才

高健告诉记者,他的公司目前有45名员工,以“80后”为主,学历都在大专以上。公司每年计划招聘5至6名新员工,但最终留下来的不过一两个。“会展人才的流失率也相当大。进入公司后,一半的人会因为不符合公司要求被刷掉,剩下的人当中,又有一半是自己无法适应工作而选择跳槽”,他说。

既然会展人才这么难找,倒不如自己主动培养。高健表示,他们公司每天都会开展内部微讲堂,对员工的心态和学习方式进行指导,同时,针对不同的职能部门,他们也会定期开展专业培训,提升员工营销、策划等专业技能。

“我们现在也和重庆职业学院、重庆工商大学融智学院等开展了合作,在课程设置以及专业实习等方面给学生们提供建议和平台。”高健认为,“高校的专业要多接地气,老师和学生都应积累实践经验。”

事实上,重庆多家开设会展专业的高校都在努力调整其课程,以增强实用性,适应行业需求。据重庆文理学院旅游学院党委书记曹勇介绍,重庆文理学院会展系从成立起,每一年的课程方案都会进行微调,

2011年和2015年还进行了两次大的课改。“现在我们培养会展专业人才的体系已基本确立,就是要做到‘模块化课程体系、开放式师资建设、体验式课程改革、阶梯式实践教学、多元化产学研合作和全程式职业导航’六位一体”,曹勇表示。

四位一体 共建人才“智库”

一位不愿具名的会展企业人士分析,要解决重庆市会展人才的培养还需政府的政策支持。该人士表示,虽然市会展办也主办过一些人才发展的活动,但具体政策层面目前还未有针对人才培养的支持体现。“最近出的会展规划对招商、参展很多环节都有明确支持,但人才方面却没有提及。仅靠我们自己的力量培养人才,是追不上会展业本身发展的。”

张建军告诉记者,目前,重庆开设会展专业的高校已有12所,在校学生1000余人,接下来还会有新的高校开设会展专业。重庆已基本形成政府、行业、企业和高校“四位一体”的联动机制,从而应对会展业对人才需求短缺的问题.,构建会展人才“智库”与高校大学生阶梯式人才储备。

(李阳 邓雪婧)

■ 本报记者 静 安

如果有一种力量能够经久不衰,那一定是文化的力量;如果有一种标尺能终极检验市场好恶,那一定是消费的标尺。

作为致力于打造促进文化产品结构调整和创新,推动国家文化产业繁荣发展的服务交易平台,义乌文交会努力开拓适合新常态下社会生活的新型文化商品和文化服务。

文化消费成新常态

随着中央经济工作会议的召开,“新常态”成为了今年中国经济发展的关键词。中国经济进入新常态,意味着中国宏观经济长期性调整转型已开始,中国传统经济“三驾马车”中以投资为主导的经济增长方式难以为继,消费日益成为拉动经济增长的基础性主导因素。

中央经济工作会议提出,目前模拟型排

文化产品盛筵将如约而至

浪式消费基本结束,个性化、多样化消费渐成主流。这种消费模式,意味着生产企业更加关注消费者的情感、心理、个性需求,为不同收入阶层、教育文化背景、地域民族的人群提供差异化、定制化的消费产品和服务。文化消费作为大众消费中的重要组成部分,将为国民经济的转型发展发挥相应的牵引作用。

文化产品和文化消费互为因果关系,要推动文化消费的发展,应该从文化产品入手,加大文化产品的开拓创新,调动起消费者的需求,开拓出适合新常态下社会生活的新型文化商品和文化服务。

以文化产品交易为核心

义乌文交会作为推动国家文化产业繁荣发展的服务交易平台,自第9届起,在文化产业大发展大繁荣的大背景下,果敢迈出转型升级第一步,新增中国贸促会为主

办单位,并正式更名为中国(义乌)文化产品交易会(以下简称义乌文交会)。

更名后,义乌文交会更加注重经贸性和实效性,坚持“市场化、专业化、国际化”的办展思路,以文化产品交易为核心,以国际水准为目标,在原有展会基础上“出新意、出亮点、有特色”。2014年4月30日,为期4天的第9届中国(义乌)文化产品交易会圆满闭幕。此次展会共设国际标准展位2799个,展览面积为5.5万平方米,有来自4个国家和中国台湾及大陆17个省市的888家企业参展,来自109个国家和地区的9.4万人次的观众到会参观,实现成交额49.1亿元(其中外贸成交额30.12亿元)。

打造“文化版”广交会

2015年,中国(义乌)文化产品交易会将迎来十周岁生日,借助打造“文化版”广交会

为发展目标的契机,主会场将共设九大展区、十大优质配套活动,为来自不同国家、不同种族、不同年龄和不同社会阶层的群体准备了丰富的文化产品饕餮盛宴。届时,以故宫博物院、国家博物馆等为代表的博物馆群将以衍生品的形式为观众讲述中华五千年的悠久历史;中国美院、西安美院、天津美院等6所全国重点美院的研究生美术作品将会精彩呈现;洛可可设计集团、中国美院“最设计”、猪八戒网将为转型升级难、产品附加值提升难的企业带来全套解决方案……

第10届中国(义乌)文化产品交易会将于4月27日至30日在浙江义乌国际博览中心举行。丁香花盛开的四月,让我们相约义乌!

走进义乌文交会系列

业内通告

大学生服务外包创新创业大赛 首邀印度高校参加

本报讯 近日,由教育部、商务部和无锡市政府联合主办的第六届中国大学生服务外包创新创业大赛(以下简称服创大赛)在北京正式开赛。

“本届大赛将紧贴现代服务经济和‘创新、创业、创富’主题,强调应用导向和产学研互动,通过扩大参赛范围、加深国际交流、推进平台建设等举措,谋求在竞赛规模化、国际化和成果转化等方面取得新突破。”据组委会相关负责人介绍,今年的比赛首次邀请印度高校参赛,与中国大陆、香港、台湾等“两岸三地”学生互动交流。同时,本次大赛进一步扩大了比赛参与高校和参与大学生的覆盖面。高职高专院校将首次实现在所有三个竞赛类别中与本科类院校参赛学生同台竞技的机会,而每校参赛队数量由往届的每类一队放宽至两队,每校参赛队伍总数最多可达6支。

为积极促进服创大赛优秀项目市场转化,比赛还引入天使投资人和创投机构组建“大学生IT服务创业投资联盟”,参与、指导大学生的创新创业实践,推动技术、资本与市场向着更深的层次方向发展。

目前,第六届服创大赛网上报名通道已开通,预计最终参赛规模将创历史新高,达400所高校800支团队。本届大赛预赛将于今年7月在线进行,成功报名的团队须通过网络提交作品。入围团队则于8月下旬赴江苏无锡参加线下决赛。

(江 南)

杜塞尔多夫服装服饰展 填补中国企业参展CPD空白

本报讯 德国杜塞尔多夫是中国纺织服装企业心中的“圣地”。上世纪90年代末,国内纺织服装企业开始进军德国杜塞尔多夫国际服装服饰及面料博览会(以下简称CPD)。许多企业是通过参加CPD,走进了欧洲市场甚至更为广阔的国际市场。

曾几何时,能参加杜塞尔多夫国际服装服饰及面料博览会,对中国企业来说是一种荣耀,但2009年底,杜塞尔多夫国际服装服饰及面料博览会环球时尚馆停办后,中国展商全部撤出CPD。欧洲适合中国企业参加的轻纺类加工题材展几乎没有。为弥补这一空白,中纺广告展览有限公司与杜塞尔多夫展览集团合作,将于7月29日至31日在德国杜塞尔多夫展览中心推出2015年杜塞尔多夫服装服饰品牌采购展(以下简称DFS),并首次与杜塞尔多夫国际鞋类及时尚配饰自有品牌展(以下简称tag it!)同期同地举行。中纺广告展览有限公司总经理孙晓明在接受记者采访时表示,欧洲市场现在缺少一个生活类加工题材的展会,杜塞尔多夫服装服饰展的推出,以及与tag it!同期同地举办将弥补这一空白。这有利于中国企业更好地适应欧洲贸易环境的变化,进而更好地拓展欧洲市场。

有数据显示,欧洲市场尤其是德国市场对中国企业十分重要。但近年,欧洲市场变化也很大,新的商业业态和新的商业渠道不断涌现,新的竞争者不断进入。中国企业需要一个近距离接触欧洲市场的平台来更好地把脉欧洲市场的变化。纺织加工题材展会重回杜塞尔多夫,将为中国纺织业界拓展欧洲市场构筑新的竞争优势。

据孙晓明介绍,DFS作为独立展会,将和tag it!同馆举办。而tag it!本身每年2月和7月与杜塞尔多夫国际鞋类及时尚配饰展(以下简称gds)同期举办,并以鞋类和配饰贴牌加工为主题。tag it!被安排在流行趋势信息发布之后和订单流程之前。这期间,买家可以在合适的时间有针对性地进行订购。与gds同期举办,可产生协同效应,能更有效地吸引大型国际贸易公司的国际零售商。

据悉,tag it!最初为全球最重要的鞋类及时尚配饰类贸易展览会,gds中国展区(GlobalShoes),于2014年7月起更名为“tag it! bygds”,并以全新形象精彩亮相。gds是个有着上百年历史的知名展会。杜塞尔多夫展览公司相关人士认为,杜塞尔多夫服装服饰展与tag it!同期举行,有助于增强在德国举办的加工类展会的吸引力。

(付连英)