



信息集结号

第四届中国兰花大会
打造产业北方集散地

本报讯 记者近日获悉,第四届中国兰花大会将于今年“十一”期间在北京房山区举行。据主办方透露,整个大会筹备工作进展顺利,主展馆主体工程已经完工,整个园区的绿化以及配套交通建设都在稳步进行。

兰花大会主场馆以“空谷幽兰”为设计理念,整体外形如一朵花瓣。在空间布局上,场馆以20个模块组成,整个建筑公共空间布置以绿色植物等自然元素为主。

在组展方面,兰花大会将利用现代高新技术作为主要手段,坚持经济性、可持续性、低碳环保的原则,与北京历史文化融合,完美阐释兰花文化,充分展示兰花食用、药用价值,并通过趣味、寓教于乐的方式传达信息,以花海、花墙、绿雕完美诠释兰花大会。

目前,已有贵阳、杭州、龙岩、大理、三亚、韶山和韶关共7个国内兰花产业发展重点城市,还有台湾兰花协会以及新西兰、马来西亚、泰国兰花协会等组织确认参展,已经有30家知名兰花生产企业确定展出自己的产品,预计将展出狐尾兰、仙指兰、万代兰、卡特兰等15个兰系180个品种5万余株兰花。

兰花大会同期还将举办研讨会,围绕兰花产业发展需求,就兰花产业化栽培技术和新品种繁育等进行研讨,打造兰花全产业链科技发展体系,加快调结构、转方式,形成新的支柱产业,进而为京津冀一体化农业协同发展提供新的发展方向,促进北方地区花卉、园艺和园林产业发展。

此外,北京市房山区政府今年围绕兰花大会,准备举办一系列文化活动,比如以兰花为主题的中国画作品征集展出活动,与“携程网”联合举办摄影比赛以及“兰文化”服饰走秀演出等。

(舒 畅)

拉美航空航天与防务展
“中国防务”展团受关注

本报讯 近日,为期三天的2015年拉丁美洲航空航天与防务展在巴西港口城市里约热内卢开幕。巴西防务展由巴西国防部于1997年创办,每两年举办一届,是全球最重要的防务工业展览之一。来自70余个国家的700多家企业参展。各国军备、军械等纷纷亮相,各类军事装备和防空反恐武器琳琅满目。

中国国防科技工业局组织中国电子进出口总公司、中国船舶重工国际贸易有限公司、保利科技有限公司、中国航天科工集团公司4家国有外贸公司组成“中国防务”国家展团盛装亮相此次展会,重点展出了舰船、导弹、电子信息等领域装备产品,吸引了众多参展商和各国代表的关注。(毛 雯)

节庆快递

漳浦翡翠湾第二届沙雕节
将持续到明年

本报讯 翡翠湾第二届沙雕艺术节将于4月23日开幕,活动持续到2016年2月23日。

该艺术节以“海丝故里星座传奇”为主题,主要讲述“丝路传奇”+“海丝故里”的故事,以及12星座传奇故事,结合中国传统12生肖故事题材,将中外文化完美结合,丰富了本届沙雕艺术节的主题。据悉,该艺术节旨在把“海丝”精神,也就是闽南人宽容、团结、互助、融合、勇于开拓进取的文化精神传承下去,让游客重温“海上丝绸之路”文化。

(张韩丰)

首届山茶油文化节
发挥产业宣传先导性

本报讯 2015首届中国国际山茶油产业文化节将于6月4日至6日在广州中国进出口商品交易会会馆举办。

随着人们生活水平的不断提高,民众的健康意识不断增强,对健康、营养和安全的食用油的需求有所增加,为山茶油产业发展提供了巨大的市场空间。山茶油在中国有悠久的历史,是有益于健康的食用油。本届展会旨在发挥山茶油产业文化宣传先导性,提高山茶油健康价值和文化认同。

据悉,中储粮、中粮集团、益海嘉里、鲁花集团、西王集团、三星集团等企业将参加展会,展示包括山茶油、茶籽油、山茶油系列产品、山茶油加工及包装设备、山茶油包装设计及材料、食用油、特种油脂等。

(静 安)



法兰克福再移植品牌展
“联姻”肉业博览会

■ 本报记者 兰 馨

2015第十一届中国国际肉业博览会(以下简称肉业博览会)将以新的“身份”抢滩上海。

日前,商务部流通产业促进中心与法兰克福展览(上海)有限公司(以下简称法兰克福)签署合作协议,双方首次联手,于11月25日至27日在上海新国际博览中心举办第十一届肉业博览会。

此前,由商务部流通产业促进中心主办的肉业博览会已举办10届,是业内知名展会;法兰克福国际肉类加工工业展览会(以下简称IFFA)则是国际规模最大的肉类制品和机械专业展之一。对于双方的强强联手,有业内人士认为,此举将有助于提升肉业博览会的国际化程度,打造国际性肉类制品和肉类加工贸易平台。

转型升级

对于此次双方达成的合作,商务部流通产业促进中心副主任周强表示,与法兰克福合作,是展会市场化转型发展的需要,以往由政府组织、政府买单的展会模式,已无法满足市场需求。

法兰克福是国际知名的展览集团之一,掌握着丰富的国际资源。顺应肉类制品和加工行业的市

场趋势,双方的合作将为中国肉类企业发掘更多的商机。

据悉,肉业博览会曾在北京、成都、宁波和天津等地举办。2002年首届肉业博览会在哈尔滨举办,历经多年的稳步发展与成长,2014年的中国肉业博览会吸引了84家参展企业和约6000多名观众。

法兰克福IFFA展每3年在德国法兰克福举办一次。法兰克福展览(上海)有限公司将IFFA展会的品牌理念和运作模式引入中国,为2015中国国际肉业博览会注入丰富的国际资源,全力提升展会的国际化程度。

选址上海

周强强调,2015年展会移师上海,是顺应肉类制品和加工行业的市场趋势采取的举措。

法兰克福展览(上海)有限公司总经理李庆新表示,此次将IFFA展会的品牌理念和运作模式带入中国,与商务部联手打造肉类贸易和加工行业展,有助于深度整合肉类行业资源。

据了解,本届肉业博览会展示范围将覆盖全产业链各个环节,包括肉类和肉制品;加工技术和包装设备;肉类切割;保鲜、运输和物流设备;检验、检疫和无害化处理设备与技术,预计将有超过200家国内

日前,第十八届中国国际照相机机械影像器材与技术博览会在北京国家会议中心开幕,佳能、尼康、索尼、宾得、捷信等200多家参展商,携带最新推出的产品悉数亮相。图为展会现场。

本报记者 孙鸣曦 摄



《2014成都创意设计周品牌价值评估报告》在京发布

举办文创类博览会有据可依

■ 本报记者 叶 子

日前,由国家文化市场调查评估中心编制的《2014成都创意设计周品牌价值评估报告》在北京向社会公开发布。

据成都市文化广电新闻出版局副局长黄大超介绍,为避免出现以往展会“谁主办,谁评估”或没有评估结果的问题,成都市政府首次选择由第三方国家机构客观、公正、全面地对此次创意设计周做出评估。

国家文化市场调查评估中心专家委员会秘书长张合军认为,2014年10月1日至14日举办的2014成都创意设计周是一场文化创意和设计服务产业的盛宴,委托第三方对其品牌价值进行评估的做法在国内具有示范性作用,对中国文化园区设计规划、节庆活动以及文博会等其他文化产业进行自我完善与提升,具有参考和借鉴意义。

数字化表达成果

据张合军介绍,依据科学实证全面性与系统性、评估时限性和成果、定量和定性评估相结合、高技术性及示范性原则,对2014成都创意设计周“8+1”活动(“8”即成都创意设计产业展览会、2014中国文化产业新年论坛成都峰会、双百创意总动员、创意成都奖等;“1”即发布一项产业政策《成都市文化创意和设计服务与相关产业融合发展行动计划(2014—2020)》)的“时间、空间、结构价值”,通过指

标系统就市政府的主导能力、企业参与度、市场化运作能力和经济效益、实现创意设计周主题能力、外延文化影响力等方面的内容加以细致评估。评估结果显示,成都创意设计周综合指数为83.54,这是对2014成都创意设计周全面成果的数字化表达。

张合军指出,2014成都创意设计周综合指数是以全国创意设计博览会作比对体系的,主要是以全国五大文博会为主要参照系。将2014成都创意设计周与各大博览会的规模、经济收入以及对于文化创意产业增长的贡献率、活动空间对于文化旅游的带动作用等相比较,在主要指标上都明显表现出创意设计周的运行水平。2014成都创意设计周一个重要的特点是政府主导作用,主要是表现在设计周科学的顶层设计和组委会强大的执行力。经过测算,政府主导力的因数为90.00,时间、活动结构、空间价值的因数为84.26。

“8+1”活动丰富多彩,结构合理,达到了科学聚集效应。通过搭建系统平台,依托创意设计专业机构、大专院校,调动整合设计产业资源,创造出了“政府推动+单位和个人设计+系列比赛+展览宣传+群众观摩体验+对接交易+投资落地+产业链形成”的2014成都创意设计周运行模式。

争取创立指数

据参与此项评估工作的专家称,文化创意产业的量度不同于其他经济发展的量度指标,当然也不同于具体的商业品牌价值的量度指标,需要更多地

注入人文社会环境指标,以及政府政策指标。评估专家们针对2014成都创意设计周的文化属性、经济属性和社会责任,力求以全方位、多维度地进行材料收集和数据收集,运用大数据,在吸收国内外先进理念和分析技术的基础上,使用具有自主知识产权的烙印品牌管理咨询中心“品牌管理系统管理工具”,结合2014成都创意设计周实际,创建出一套专业的“创意设计活动周品牌价值评估系统”,建立起有别于普通商业品牌的价值评估体系。

专家还表示,争取创立“创意产业博览会(设计周)成都指数”,并以“成都创意设计周指数”为基本基数,对全国文创博览会、设计周活动开展调查评估。

记者通过采访了解到,为了更加科学、有依据地办好义乌文交会,义乌市文化广电新闻出版局副局长金勇华率领一行人,抱着学习的态度亲临《2014成都创意设计周品牌价值评估报告》新闻发布会现场。

目前,全国性的文化创意产业类博览会、设计周还没有一个展开过品牌价值评估。中国文化管理协会副主席刘瑛认为,从厘清、提纯、建立、管理、提升到评估,在品牌管理技术系统内用品牌管理价值评估方法可以解决目前市场上存在的问题。文化部部长助理刘玉珠在《2014成都创意设计周品牌价值评估报告》的《序言》中指出,各类文化产业规划、政策和活动的实际效果如何,市场和消费者最有发言权。积极开展文化市场的科学评估调查是一项开创性的工作,将为相关政府部门、组织机构举办文博会及类似文化创意活动提供决策依据。