



信息集结号

亚洲物流展规模扩容再细分展区

本报讯 2015 亚洲国际物流技术与运输系统展览会将于 10 月 27 日至 30 日在上海新国际博览中心举办。本届展会以“智能物流——数字化和自动化”为主题,规模首次由以往 3 个馆扩大至 4 个馆,汇集了国内外近 500 家物流领军企业,展出面积超过 4.5 万平方米。为方便买家与观众快速、准确地定位、参观,展会细分为系统集成与解决方案、输送设备、自动引导搬运车、叉车及配件、起重设备及配件、托盘及货架、自动识别及机器视觉、物流机器人八大主题展区。

本届展会,在规模扩大的同时,还将与汉诺威另五大工业展——亚洲国际动力传动与控制技术展览会、上海国际压缩机及设备展览会、亚洲国际冷链设备及技术展览会、中国国际重型机械装备展览会和上海国际工业零部件及分承包展览会一同首次全馆展示,启用上海新国际博览中心全部 17 个展馆,打通上下流领域,打造大工业平台,创造更多商业机会。

此外,结合本届展会“智能物流——数字化和自动化”的主题及“中国制造 2025”的规划,主办方将重磅打造 W3 智能物流体验馆,顺应智能化物流系统的时代潮流。2015 亚洲物流展仅对专业观众开放,实行门票收费制,提前预登记观众可免费获得门票。

(王婷)

四川夹江陶瓷交易博览会
帮助西部企业“走出去”

本报讯 近日,中国西部瓷都——四川夹江首届陶瓷交易博览会新闻发布会在贵阳召开。主办方方向贵州省广大建筑陶瓷厂家、经销商抛出橄榄枝。

据介绍,夹江地处四川盆地西南部,现有陶企 78 家、生产线 148 条,年生产能力达 8 亿平方米,占四川省的 77%、西部地区的 30%、全国的 7%。陶瓷产业集群年销售收入突破 200 亿元,是四川省重点发展的 20 个产业集群之一。

据悉,本届博览会将于 10 月 8 日至 10 日在四川省夹江县举办,以“开放、创新、绿色、品牌”为主题,立足西南,辐射西北,助力西部企业走向东盟、中亚。其间,还将举办陶瓷交易博览展、中外贸易洽谈暨采购商大会、2015 新概念陶瓷秀、2015 中国陶瓷产业移动电商发展高峰论坛、西部瓷都陶瓷产业峰会等系列活动。

(张斌 梅炜)

青岛茶博会展示抗战纪念茶

本报讯 2015 第五届中国(青岛)国际茶文化博览会暨紫砂、红木、书画、珠宝玉石展将于 9 月 18 日至 21 日,在山东国际农展中心举办。

该博览会由青岛海之星商务会展有限公司全程策划组织,已连续成功举办了 4 届。博览会旨在为青岛市民打造一场茶行业的“满汉全席”。

本届博览会将以茶文化、紫砂艺术、红木家具、名家书画、玉器文玩为主要展示内容,旨在方便广大青岛市民、企业单位集中采购茶礼和相关艺术收藏品,弘扬和发展传统茶文化。

中国台湾乌龙茶、斯里兰卡红茶、云南普洱茶、湖南安化黑茶、婺源皇菊、信阳毛尖、黄山毛峰、安吉白茶、福建铁观音、青岛本土的崂山绿茶和红茶都将在本届博览会上进行集中展示。

值得一提的是,普洱茶领导品牌“下关沱茶”限量生产的中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 70 周年纪念茶——中华铁饼将震撼登陆本届博览会;“下关沱茶”是云南省著名商标,是国家商务部公布的第二批“中华老字号”,2011 年 5 月下关沱茶制作技艺荣耀入选第三批非物质文化遗产。

还将有 50 余位来自中国“陶都”宜兴的紫砂工艺师携紫砂作品亮相,让观众与紫砂大师零距离交流,真正领略传统紫砂文化的博大精深。

(毛雯)

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“一种移动通讯装置摄像系统(201510103451.2)”的申请权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅该公司网站 www.jcbcpm.com。

本拍摄系统用一套 CCD 和镜头,通过两个五菱镜的移动切换,实现既能拍前景、又能拍背景,还能把一半前景一半背景拍在同一张照片上的效果;不破坏手机、平板电脑的整体结构;用本技术既可降低手机成本,还可增加拍照的娱乐性,其制造工艺简单,市场前景广阔。



家纺展助企业进驻电商平台
破题“大家居”



■ 本报记者 兰馨

消费者对大家居和软装饰需求的日趋旺盛,进一步加快了家纺行业的变革。

日前,第 21 届中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会(以下简称家纺展)首次移师上海国家会展中心举办。本届家纺展规模扩至 17 万平方米,吸引了来自全球 30 个国家和地区的 1402 家企业参展,其中,国内企业 1119 家,海外企业 283 家,无论参展企业数量还是展会面积都创下家纺展举办 21 年来的纪录。

对此,中国家用纺织品行业协会会长杨兆华分析道,今年家纺展参展商数量和去年比没有大的变化,规模的扩张是企业单个展位面积增长的结果。

不仅如此,借力“互联网+”发展电商,探索跨界、大家居营销模式成为家纺产业转型升级的关键。

在互联网时代,家纺行业跨界已成趋势。

做电商渐成趋势

“由于目前缺少知识产权保护条例,我们还没有发展电商。”杭州艾可家纺有限公司有关负责人王群表示,未来做电商肯定是趋势,但家纺行业仿版现象比较严重。没有相关的保护措施已成为制约家纺行业发展电商的一大因素。

“电商是发展趋势,是传统销售模式的升级转型。”卡思特龙(上海)艺术家居有限公司(以下简称卡思特龙)运营总监张倩接受记者采访时介绍说,为了满足客户希望从网上快速了解产品的需求,卡思特龙打造了“线上+实体店”的营销模式,即客户可以通过网络了解产品的最新信息,然后到实体店体验产品,实现线上与实体店互动。

据有关数据显示,未来 5 年,电商增速将达 20% 至 25%。有关人士表示,随着反向定制趋势的形成,满足个性化需求不仅可以优化库存,还能打造零库存模式。未来,C2B2B 模式将为家纺企业带来另一片“艳阳天”。

在“互联网+”的大背景下,为助家纺企业深入了解电商,今年,家纺展主办方还特别开设了电商与加盟主题宣讲区,这也是继去年邀请天猫、京东商城、唯品会等电商巨头参展后,助力家纺企业快速进驻电商的又一新举措。

杨兆华表示:“主要是家纺展顺应了行业发展需求,抓住了行业转型升级时期的机遇。越是在行业发展困难时期,家纺企业就越需要展会的信息与引导”。

大家居模式

据调查,随着个性化需求的增长,企业急需转型升级,大家居概念应运而生。记者在展会现场发



市场风向

国际绘本展让儿童领略“阅读世界”的精彩

乐声响起,2015 北京国际图书博览会(以下简称北京图博会)第四天的闭馆时间到了。孩子们的声音此起彼伏地响起:“我不想走”“再让我待一会儿吧”,这是本届北京图博会首次举办的国际绘本展现场情景。该展会汇集了全球上万种童书,让中国儿童同步阅读到了世界优质绘本,也将世界出版商的目光聚焦于中国童书市场。

服务读者:首次大规模展示全球优质图书

国际绘本展内设置了阅读区、活动区和游戏区。阅读区分为国际国内两部分,“中文原创绘本区”“绘本新生代展区”等专门展示国内优秀原创作品,“小语种绘本区”“获奖作品区”等展示在国际上获奖或最新出版的绘本。

石家庄信息工程职业学院的老师陈静通过微信朋友圈看到这个消息,一早就带 3 岁的儿子赶来了。在立体“恐龙乐园”里,孩子玩得不亦乐乎,各种主题绘本令他目不暇接。“这是我见过最大的绘本展。”陈静说。

在“中文原创绘本区”,丁女士与 7 岁的儿子盘坐在地,一起读原创绘本《梅雨怪》。“很多原创绘

本,比如‘老故事系列’‘京剧猫系列’等,既体现了传统文化,又容易被孩子理解。”丁女士说,这次集中展示的新生代中国原创绘本让人眼前一亮。

国际绘本展位于国际儿童教育馆内,这是北京图博会首次设立的儿童类出版社专馆。展馆内汇集了接力出版社、国际儿童读物联盟等近 200 家中外儿童和教育类出版单位,不仅满足了读者需求,也为海外出版商了解中国原创童书搭建了平台。

搭建平台:原创童书“走出去”步伐加大

仅仅 4 天时间,国际绘本展就吸引了数千名观众。对于展区的火爆,绘本展的负责人谭晓丹并不意外:“这个展区是根据展商、读者的强烈要求设计的,可见目前童书市场有多火”

北京图博会上,童书推介活动频繁。明天出版社一气打包推出“曹文轩说故事”“曹文轩作品”“曹文轩纯美绘本”的图书,并在现场进行公开课演示,探讨绘本进课堂的意义。著名儿童文学作家商晓娜也带来了《一年级的小豌豆》、《一年级的小蜜瓜》等畅销作品,与读者进行现场交流。展会现场,不少外国出版商驻足观看,表现出浓厚兴趣。

现,在大家居概念下,参展商展示的不仅有面料,还有从窗帘、沙发、床品到家纺、墙纸、饰品、灯具、器皿,乃至家具的整体配套设计方案。

“我们一直在酝酿大家居模式,此次展示的产品都是首次与消费者见面,是我们自己研发、设计的。”朗廷(上海)纺织科技有限公司(以下简称朗廷)有关负责人介绍说,他们此前为境外品牌做产品加工,随着对家居市场的了解越来越深入,几年前,朗廷开始着手品牌的设计与策划,定位高端消费群体。

业内人士认为,“大家居时代”已经来临,其不再只是为消费者提供便利而打造的大超市商业模式,目的是给消费者提供真正的一站式、一体化家居解决方案及超过 10 年的管家式维护服务。

家纺也跨界

本届家纺展在去年基础上加大跨界力度,鼓励与设计师合作,同时发布 2016/2017 中国家用纺织品流行趋势,引导企业产品研发,促进家纺行业的设计创新。

有观点认为,跨界已成为大家居发展的首要方式,成为家纺行业转型升级的关键。

在“互联网+”的背景下,展会同期举办的高峰论坛,热点话题聚焦于跨界。不可否认的是,传统家纺企业在面对“互联网+”、电商、大家居模式时,虽还未完全清楚其概念与实际操作的差别,但在市场的倒逼下,仍进行着尝试。换句话说,在资金的压力下,跨界依旧只是家纺行业“领头羊”们的“至宝”。

在新的市场秩序下,被其倒逼的传统家纺企业正面临着前所未有的机遇与挑战。大家居作为时代的产物,要求企业从传统的大家纺经营模式跨越到大家居模式。朗廷负责人表示,大家居是家纺行业的发展趋势,整体家居是多行业联合打造的产物。

中国的童书市场也从“引进为主”,转而将目光投向海外输出。江苏凤凰少年儿童出版社先后将“东方宝宝原创绘本故事”婴幼儿图画书 12 册输出到越南、英国,将曹文轩、金波等的“中华原创绘本大系”输出到英国,将“子涵童书”4 册输出到法国、越南。江苏省新闻出版广电局副局长曹玉梅认为,江苏凤凰少年儿童出版社“走出去”的成功,源于布局清晰:内容上,策划既有浓郁民族文化色彩,又具有国际化风格的原创产品;海外宣传和推广上,有计划、有节奏、不间断地进行;积极构建海外版贸平台,通过版贸平台推出产品。

不仅是版权输出,图书海外出版也成为趋势。8 月 27 日,浙江少年儿童出版社迈出了中国专业少儿出版社海外并购的第一步,全资收购澳大利亚新前沿出版社(New Frontier Publishing)。该社社长汪忠表示:“只有把选题策划、编辑制作、营销发行等一系列环节移至海外,实现从出版内容到专业团队,再到整体机构的本土化,才能制作出既符合国外读者阅读、消费习惯,又有鲜明中国特色的图书,在国际舞台上发出中国出版单位的响亮声音。”

(李苑)