

冰雪运动提速 中国户外用品市场进入爆发期

■ 本报记者 兰馨

中国户外用品销售量的增长,吸引国际品牌纷纷涌入中国。

近日,在国家会议中心举办的ISPO BEIJING 2016 第12届亚洲运动用品与时尚展暨 ALPITEC CHINA 2016 第8届中国国际山地和冬季运动机械设备博览会(以下简称ISPO BEIJING)开幕当天,规模4万平方米的现场十分拥挤。除了各品牌邀请产品代言人现场互动外,各国际知名品牌的高层于展会期间亲自“站台”,也成为代理加盟商关注的对象。

对此,ISPO BEIJING组委会的有关负责人毫不讳言,户外和冰雪运动的火爆,与将于2022年在中国举办的冬季奥运会有直接的关系。

消费迅速升级

据《2015 中国户外用品年度报告》(以下简称《报告》),2015 年全行业实现零售额221.9 亿元,较2014 年增长10.51%。其中,电商全渠道实现50%左右的增长。

ISPO BEIJING 的数据显示,本届展会有490 家展商的700 多个品牌推出冬季运动、户外运动、极限运动、时尚潮流、功能性面料辅料等品类的新产品和新技术。

《报告》显示,户外用品在全球

大环境比较低迷时期仍有较好增长。驱动整个户外用品行业增长的关键因素是,随着户外生活的广泛传播和渗透,消费者开始频繁接触户外用品,并将其当作选择服饰类产品之一。

近年来,购买全套的户外专业装备已成为中产阶级群体提升生活质量的一种体现。有关调查还显示,中国中产阶级的奢侈品消费中,运动装备超过了其他类奢侈品。

另据《滑雪行业白皮书》统计,中国的滑雪人数已经达到了1250 万人次,而中国的骑行人数有2000 万,已建成的汽车露营地达1700 个。毋庸置疑,这些都促进了户外运动装备销售的增长。

坚持自主创新

不可否认,户外用品行业增长还有一个因素就是竞争的加剧,价格战掀起的同时,也促进了销售增长。这其中,电商销售渠道的普及和覆盖范围的扩大,进一步拉动了实体店的销售。

在国际品牌抢占中国市场的同时,一些本土企业也“嗅到”了市场商机,并坚持自主研发和创新,看好青少年户外运动的机遇。

“青少年户外用品,安全是首

位。”晋江明伟鞋服有限公司研发总经理张瑞彬认为,利用科技创新,是保证产品安全的手段。

张瑞彬介绍说,其公司开发的垦牧青少年户外产品,已先后拥有多项专利,防滑科技、防水透气科技、矫姿保健科技、新型鞋带科技等均获得国家专利认证。其中,此次参展的抓地性极强,防滑安全、恒温保暖的登山鞋系列,以及具有“升温蓄热、陶瓷工艺”与“充气悬浮”的冲锋衣系列,在吸引经销商的同时,也引起了同行们的关注。

“青少年户外用品市场的竞争已经开启了,且未来市场空间仍将继续扩大。”ISPO BEIJING 组委会的有关人员认为,户外用品价格战的背后,

实为科技和研发能力的比拼。

产品性能很关键

“2015 年销售增长50%以上,是到目前为止最好的一年。”中山大堡礁户外用品贸易有限公司有关负责人表示,今年的销售应该会保持在去年的水平。

据中山大堡礁方面介绍,他们目前已代理了5 家国际品牌的户外用品,2015 年各品牌的中高端产品的销售都呈现大幅度的增长。她认为,随着户外运动爱好者数量的增长,中国的户外用品市场将进入爆发期,今年的销售仍然乐观。

“中国市场仅占全球20%的市场份额。”深圳市郎恒电子有限公司中

广州旅展聚焦“互联网+旅游”

■ 陈菲 穗旅宣



2016 年广州国际旅游展览会(以下简称广州旅展)日前在广交会展馆C 区结束。本届展会以“互联网+旅游”为主题,展出面积达2.86 万平方米,来自全球45 个国家和地区的956 家企业共同为羊城市民奉上精彩旅游大餐,国际参展比例高达63%。展会3 天期间共接待专业观众和公众12 万人次。

斯里兰卡作为本届展会的主宾国携32 家企业参展,全方位展现独特的“印度洋上的明珠”魅力。Brand USA 美国旅游推广局在广州旅游展上启动首次ChinaMission 推广活动,参展规模达243 平方米,参展企业达18 家。白俄罗斯、乌克兰、爱沙尼亚、拉脱维亚和立陶宛等6 个国家首次参展,以特色展台和精致展品缤纷登场。各参展商还紧抓时机,在为期两天的专业观众展期中举办了26 场旅

游推介会。

另外,据香港旅游发展局介绍,本次有24 个香港旅游业界的伙伴前来参展推介,业界参与人数比往年多,表现出香港旅游同业颇为重视珠三角市场,希望促进更多内地游客到香港旅游。据介绍,旅发局3 月份将会举办“悦游香港·丽人盛惠”活动,专门针对女性消费者,将提供相关购物和旅游的系列优惠。另可下载“香港·优惠”App 就可以一手掌握香港最新最低的折扣优惠。

据了解,各大旅行社联合海内外旅游局、航空公司、知名景区、国际品牌酒店等旅游合作单位,推出上万条特惠线路和旅游产品,涵盖出境、国内、省内各大旅游板块,出发排期横跨3 月至12 月,最高优惠6000 元至1 万元。

本届旅展上,广州市旅游局首次设立独立展位宣传广州智慧旅游形象,全面展示广州智慧旅游成果和房车游艇等高端旅游方式,展出旅游公共服务平台、景区管理系统、景区导览系统、门票分销系统、导游管理系统,还有旅游智能服务机器人、旅游微信照片打印、未来智能旅游体验等。观众下载智慧旅游美丽行APP,就可以感受全新智慧旅游体验。现场最抢眼的还有小i 机器人,观众可尝试与机器人现场对话。通过全息投影将虚拟与现实结合起来的机器人“智智”成了帮助解答观众问题的“百事通”。

此外,本次展会线上旅行社无论数量还是展览面积,都出现较大增长,实体旅行社和线上旅行社的参展比例基本达到1:1,体现出当前旅游市场线上、线下相互促进的发展态势。



德国珠宝暨钟表展举办

“近年来,随着中国消费者对高品质生活的不断追求,对腕表的需求正在增加。”阿里巴巴集团德国办公室总经理 Terry von Bibra 在第43 届德国慕尼黑珠宝暨钟表展览会期间表示,以往,消费者普遍认为瑞士钟表产业发达,也更倾向于认可瑞士钟表。实际上,德国钟表并不逊色于瑞士钟表,同样拥有优良的品质。

在此次展会上,天猫腕表展示了朗坤、齐博林、荣克士等德系腕表。“我们共代理了30 多个德国以及欧洲其他国家的腕表品牌。”柏倍德集团总裁姚添表示,作为目前最大的德表代理集团,柏倍德架起了德国钟表和天猫腕表之间的贸易桥梁。

(景 蕾)



名优食品汇聚大连 台商趁势开拓东北

日前,在辽宁大连星海会展中心举行的2016 全国名优食品大型博览会上,汇聚了来自台湾、香港、澳门及祖国各地特产、水果及电子、服装、化妆品、工艺美术品等众多特色产品,百余家台企携旗下品牌商品亮相会场成为一大亮点。

最受当地百姓欢迎的还是台湾美食。记者在展厅发现,生煎包、蚵仔煎、肉粽、担仔面等台湾传统食品销售不断,吸引大批食客光顾。

台湾商人李云伟此次是随台湾观光特产协会而来,记者当日见到

他时,他已被数拨前来购买台湾特产的观展客商问得口干舌燥。“很多台湾特产在这次展会1 天过后就已卖光,这些干果都是刚刚从高雄空运过来的。”李云伟指着展台上的小吃如是说。

除了卖货,李云伟此行还有一个目的,那就是在大连寻找台湾商品销售合作伙伴。“主办方为我们提供了和当地商人洽谈合作的平台,希望能尽快在展会结束前找到合作伙伴。”李云伟告诉记者,他的食品公司已率先在上海、北京开门纳客,下一步计划在东

北开办分厂。

近年来,随着大连和台湾在文化、教育、经贸等各领域的交流与合作渐入佳境,在大连举办的各种大型展会上,台商已成为常客,大连对外开放的商机也正以前所未有的魅力吸引着台商的目光。

“从台湾来到大连,通过展会发现这里的投资环境真不错,东北市场值得大力开发。”台湾观光特产协会执行总监郭辉贵认为,东北民众对台湾商品的认可,是台商在这个区域获得成功的关键。

(任 敏)

会展业未来五年规划不只是画大饼

■ 周春雨



自2016 年开年以来,各地相继公布了到2020 年会展业的发展规划,即会展业的“十三五”规划。各地政府对会展业今后五年的发展都寄予了更多的期许,期望其在拉动

地方经济快速增长的同时,提升城市的知名度和影响力。

于是,为了又快又好地发展,按照“专家”们的建议,建设场馆硬件设施成为最先着眼点,这也导致了中国展馆总规模位居全球首位。

再说回规划,根据百度百科的名词解释:规划,是融合多要素多人士看法的某一特定领域的发展愿景,意即进行比较全面的长远的发展计划,是对未来整体性、长期性、基本性问题的思考、考量和设计未来整套行动的方案。

应该说,各地相关部门在着手会展业“十三五”规划时,亦是十分明晰规划的逻辑和意义的。也就是说,各地政府也十分清楚做短期内的产业规划的重要性,并为大力支持会展业发展,不惜动用财政资金上的扶持。可见政府的重视程度。

纵观已公布会展业“十三五”规

划的一些城市,总有一种画大饼的错觉。其中,具有共性的的是看上去很美好的数字,如到2020 年,UFI(国际展览联盟)认证品牌展会将达到2 至3 个,在国内具有较强影响力的品牌展会达到10 个,培育潜力展会品牌20 个,年展览总规模达到200 万平方米,以及年展览数量超过200 个,等等。

在此,笔者无意给地方会展业的发展浇冷水。但是在会展业内人士看来,完成上述规划目标,实属没那么容易!

当然,达到并完成年总展览规模200 万平方米、展览数量超过200 个,应该说也不是一件非常困难的事。但要按会展产业规划的标准进行考量,恐怕就不那么简单了。更不要说,在五年内,打造在国内具有较强影响力的品牌展会达到10 个,和培育潜力展会品

牌20 个的“梦想”。事实证明,国际上具有影响力的品牌展会都是历经几十年的培育,才坐到“老大”的位置上。

产业愿景是一回事,而发展规划则是严谨的。需要准确而实际的数据以及运用科学的方法进行从整体到细节的设计,并且依照相关技术规范及标准制定有目的、有意义、有价值的行动方案。其目标具有针对性,数据具有相对精确性,理论依据具有详实及充分性。

毋庸置疑,各地着眼于服务国家开放型经济发展大局,以“一带一路”为主线,以国际产能合作与服务贸易发展为重点,利用多双边机制优势,统筹资源,利用会展活动开展贸易投资促进,不仅是积极可行的,更是大力发展会展业的难得机遇。

因此,会展业未来的五年规划,应具备合理性、有效性和可行性。毕竟,五年不是长期规划。作为现代高端服务业的会展业,更需要细节上的设计,对会展活动的开展才能具有指导性。

尽管从某种意义上说,中国已是展览大国,但并不表明会展业的机遇更多,市场更大,可以任意放大“梦想”。相反,中国面对的是竞争更趋激烈,可发展的空间更狭小。所以,只有深耕已有资源,找准区位优势,并借助战略机遇,才能谋一个规划的完美。否则,恐又到头来,即便是计划也都化为了泡影。

会展红粉秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

▼信息集结号

武汉文博博览会 3月25日开幕

为期3 天的武汉文物(国际)博览会将于3 月25 日在武汉徐东古玩城开幕。该博览会包含全国各地民间特色收藏品展示、古竹编艺术展、全国高端文玩珠饰、艺术品交流、拍卖等内容,将展出瓷器200 余件、荆楚文化铜器300 余件、民俗物品300 余件。届时,来自意大利、日本、韩国等国家和地区的民间专业收藏家及300 多家高端古玩参展商也将亲临会场进行交流,展现华夏文化收藏魅力。

据相关负责人介绍,相比前两届文博会,推出一个艺术品线上交易平台是本届文博会的亮点之一,这一创新,发展模式将原本小众、高门槛的文化艺术品投资经营变得大众化、普及化,同时,实现了“艺术品+ 互联网+ 金融”三位一体的结合和突破式发展。

中国面粉食品博览会 5月在河南永城举行

春节刚过,河南省永城市政府就来到北京,专门举办推介会“卖面粉”。推介会吸引了中粮集团、中国供销集团等60 家食品产业企业参加。会上宣布,第8 届中国(永城)面粉食品博览会将于5 月22 日至25 日在永城市举行。

作为全国产粮大县,“永城面粉”被认定为国家地理标志保护产品,永城市小麦产量常年稳定在18 亿斤以上,面粉加工企业有五大集团、142 家,年加工面粉60 亿斤,被授予“中国面粉城”的称号。

据悉,此次博览会国际标准化展厅展位全部免费使用。期间,将举办重大招商项目集中签约仪式、面粉食品行业优质产品评选活动。

西博会11月召开 德国首任主宾国

第16 届中国西部国际博览会将以“中国西部·世界机遇”为主题于10 月29 日至11 月9 日在四川成都举办,预计6 万余名来自全球各地的嘉宾代表和专业客商将汇聚蓉城,共襄盛举。值得关注的是,德国将担任本届西博会主宾国,届时将设置德国国家馆,举办系列主宾国展览展示和经贸交流活动,重点围绕德国工业4.0 和中国制造2025、国际产能合作、旅游、可持续发展等主题深入研讨。

本届展览总面积达20 万平方米,拟分两段举行。第一段以展示先进制造业为主,突出投资促进,共设西部合作、国际合作、装备制造及油气化工、电子信息、战略新兴产业、航空、应急产业、汽车制造等展馆;第二段以展示新型消费品为主,突出贸易合作,共设四川农博会、“一带一路”合作、国际时尚生活、体育、教育、创意产业等展馆。

香港两大珠宝展即将揭幕

由香港贸易发展局主办的第3 届香港国际钻石、宝石及珍珠展和第33 届香港国际珠宝展将分别于3 月1 日和3 日拉开帷幕。据悉,两展共吸引了4000 余家珠宝及相关行业参展商参与,组成全球最大的珠宝商贸平台。

专门展出钻石、半宝石及珍珠等原材料的香港国际钻石、宝石及珍珠展将于亚洲国际博览馆举办,该展设有多个展区,包括“美钻精粹廊”“自然瑰宝”及“海洋瑰宝”等,分别展出优质美钻、珍贵宝石及优质珍珠。首次登场的“原石及矿物”展区将展示未经切割及打磨的宝石。

展示首饰制成品的香港国际珠宝展则将于3 月3 日至7 日在香港会议展览中心举行。今年的“品牌精粹廊”将汇聚超过40 个国际著名品牌;新展区“婚庆珠宝”则集中展示新人对戒及婚庆首饰。

法兰克福灯光照明及建筑 物技术与设备展3月开幕

2016 年法兰克福国际灯光照明及建筑物技术与设备展览会将于3 月13 日至18 日在德国法兰克福开幕。本届展会预计将有来自50 个国家和地区的2500 名参展商参展,将吸引超过21 万名访客莅临展会。

该展会两年举办一届,每届展会上都会呈现出丰富多样的创新技术。各类复杂且高效的照明及建筑系统吸引了众多观众的眼球。自2012 年以来参展商、展品及观众人数持续增长。同时,展商和观众都对这场全球享誉盛名的行业展会赞不绝口。

(本报综合报道)