

●会展关注

“境外来客”破本土电子展独秀格局

■本报记者 兰馨

4月20日,中国深圳电子消费品及家电品牌展(CE China)在深圳会展中心开幕。作为德国柏林电子消费品及家电品牌展(CE)移植中国的首个项目,首届CE China在吸引参展商的同时,还“触动”了家电电商平台的商业神经,乐于成为它的行业合作伙伴。

而中国几大知名电商平台的零售商不仅是CE China的合作伙伴,同是也是即将于5月11日至13日在上海新国际博览中心举办的第二届亚洲消费电子展(CES Asia 2016)的行业官方合作伙伴。

两大国际知名消费电子展移植中国,相隔不到一个月,分别在珠三角和长三角举办,打破中国本土电子类展会市场格局。

本土展遭遇“境外来客”

4月10日,第87届中国电子展(春季,以下

简称电子展)、第四届中国电子信息博览会(以下简称电博会)在深圳会展中心闭幕。

据一位不愿具名的业内人士介绍,电博会是电子展更名后的名称,更名是为了更贴近技术发展的需求。4月8日,电博会开幕时,广东省相关主管机构的负责人出席了开幕式,足见对该展会的重视。根据电博会组委会的数据显示,本届展会规模为10万平方米。

但今年,电博会(春季电子展)独秀的格局被打破。随着CE China的开幕,电博会不得不直面“境外来客”。

CES Asia 设参展门槛

目前,中国是继美国之后全球第二大消费电子市场。去年,首届CES Asia有218家企业参展,其中40%的企业来自境外。今年CES Asia至今已有超过300家企业报名参展。

记者从中国贸促会电子信息行业分会了解到,其作为CES Asia战略合作伙伴,将组织超过80家会员企业参加今年的CES Asia。

“参加CES Asia需通过组委会审核。”上海国际展览中心有限公司项目经理胡佳妮介绍说,CES Asia目前只接受拥有自主品牌的企业参展。

胡佳妮表示,考虑到更多企业的参展意愿,今年CES Asia参展审核标准适当放宽了一些。去年,CES Asia只接受高端品牌企业参展,今年参展资格的标准是拥有自主品牌的企业。这样做,就是要与CES有所区别,打造CES在亚洲区域的品牌。

据胡佳妮介绍,展会同期,将举办近50场的圆桌论坛等活动,会向大众开放。届时,观众可持2500元的3天通票或1500元1天的日票入场。

中国市场空间大

针对知名品牌展会相继移植中国举办,中国贸促会电子信息行业分会会长助理修娟在接受记者采访时表示,与欧美市场下行截然不同,中国消费类电子产品市场被看好。

修娟介绍说,CES Asia要求参展展品必须是高端产品和高新技术,这与美国拉斯维加斯CES的参展要求不同。

事实上,在CES的高层看来,中国知名的B2C电商平台的零售商拥有庞大的电子消费群体。

胡佳妮介绍说,阿里巴巴、京东、苏宁和1号店等中国主要电商平台的零售商将以搭建展台或官方合作伙伴方式参与今年的CES Asia。

或许,中国将出现可与CES竞争的对手。

●义乌文交会系列报道

义乌文交会 创意让时尚走下神坛

■晓文

当文化产品与文化活动相遇,今年第11届义乌文交会将呈现的是一种融入生活的时尚理念。

时尚亲民化

文化创意和设计服务作为一种低能耗、低污染、高知识性、高附加值的文化产业,是促进产业转型升级的重要途径,也是使时尚走下神坛,走进平凡生活的重要因素之一。创意融入了大众生活,为人们的生活增添了更多的色彩与激情,正在不断地变革着人们的生活方式和生活态度。

在第11届义乌文交会上,IDE创新设计展以“时尚生活·设计智造”为主题,通过创意设计,将时尚理念与生活产品相结合,设置“创新产品体验中心”“设计企业品牌展示区”“3D/数码打印生活展示区”“创意市集展示区”“高校作品展示区”五大展区以及手工创意生活作坊,为人们展现设计给生活带来的无限可能性。

时尚生活化

在“艺术生活化、生活时尚化”的当下,人们对产品更多了一份艺术期待。本届义乌文交会除了展示八大文化行业的产品外,还将为大家带来新的时尚体验。

文化用品创意化。义乌是全球最大的小商品集散中心,文化产业生产销售总值已超过1000亿元。立足于地方特色,消费类文化产品展区成为义乌文交会的传统优势展区之一,今年该展区将引入以“互联网+思维”为核心的淘文化馆。此外,展会同期举办的动漫衍生品授权交易活动,也将为文化用品的创意化提供新思路。

传统工艺现代化。东阳木雕、竹编等精雕细琢的传统技艺

凝聚着专注的工匠精神,此次义乌文交会“最设计”——中国美院展区以“东方生活”为主题,将从现代设计的角度展示传统工艺的现代生存语境和生存方式。此外,文交会特设的浙江省非物质文化遗产“百工坊”展区,也将通过非遗大师的现场展示和观众的互动体验,把传统文化通过创意设计、科技创新等方式更好地传承、发展下去。

工艺品美学化。工艺品往往能够直接体现精致的生活品质。在本届义乌文交会上,来自台湾的法蓝瓷将以流畅的线条和丰富的色彩表现优雅时尚。国家博物馆、浙江自然博物馆等将展出与现代生活紧密结合的馆藏文物衍生品,希望其成为人们生活的一部分。

时尚产业化

时尚产业具有高创意、高市场掌控能力、高附加值特征,是能够引领消费流行趋势的新型产业业态。正因如此,义乌将时尚消费品产业作为推动产业结构优化升级的四大战略产业之一,与“中欧时尚月”携手合作,共同致力于“义乌制造—义乌设计”品牌企业的转型升级。

据悉,“中欧时尚月”由中欧设计师协会、中欧创新中心共同发起,以中国浙江、意大利米兰为核心,以丝绸之路为主线,“时尚、文化、商业”三线共进,在每年秋冬、春夏举行两次国际大型时尚盛事,旨在挖掘全球优秀设计力量。

一个是以交易为核心的文化展会,一个是国际大型的时尚盛事,4月27日至30日,义乌文交会相遇中欧时尚月,将会碰撞出怎样的时尚火花?让我们拭目以待。



三大展会泉州聚首 数千客商共襄盛举

4月18日至20日,三场产业盛会齐聚泉州。第二届中国(泉州)海上丝绸之路国际品牌博览会、第十九届海峡两岸纺织服装博览会(以下简称海丝海博会)在石狮国际轻纺城举办。同时,第十八届中国(晋江)国际鞋业(体育产业)博览会(以下简称鞋博会)也在晋江举行。

作为“中国最具影响力纺织服装展会”和“改革开放后30个最受关注的展会”之一,海博会已连续成功举办十八届,是海峡两岸纺织服装产业和市场对接的重要载体和重要平台。

今年,第二届海丝国际品牌博览会和第十九届海博会联合主办,突出“新丝路、新合作、新融合”及“两岸、休闲、时尚”的主题,主展馆面积达10万平方米。由于双展同期举行,今年展会规模和档次创历届最高,国际化特点也更加突出,不仅内设英国馆、意大利馆、台湾馆、泉州商标馆等多个主题展馆,还吸引了来自伊朗、泰国、越南、马来西

亚等45个国家和地区的700多家企业踊跃参展。

同期举办的鞋博会在连续举办了十七届以后,于今年升级为体育产业博览会。本届鞋博会通过全力打造汇集体育用品、体育营销资源、体育文化与科技的综合性体育产业盛会,构筑体育产业发展的高端平台。

本届鞋博会面积为5万平方米,设置1800个国际标准展位,不仅集中展示鞋类制成品、鞋材及辅助材料、鞋机等传统制鞋元素,还展示泳装、户外用品、体育器械等体育元素,展会内涵进一步拓展,是国内外体育产业最新发展趋势、最全行业

信息的一次权威发布。

“全产业”和“国际化”是本届鞋博会的主要特点:一方面,在保留鞋机、鞋材、鞋类(体育用品)成品馆三大展区的基础上,新设泳装馆、体育装备馆、“互联网+电商”等专馆,基本涵盖体育产业全业态。另一方面,展会吸引了德国、意大利、法国、奥地利等国家和地区的协会、企业和专家学者参会,来自法国、澳大利亚、印度、哥伦比亚、南非等70多个国家和地区的采购商参展、对接采购,并首次设立了“韩国潮流馆”和“越南馆”,对接融入“一带一路”战略,促进双向投资和贸易往来。

(雅莹 文清 文艳 小阳)

京交会非遗专题塑“中国范”

■本报记者 胡心媛

5月28日至6月1日,由商务部、北京市政府共同主办的第四届京交会将在北京国家会议中心举行。作为第四届京交会文化服务板块的重要内容,非物质文化遗产专题以“一带一路”下文化传承创新与文化服务贸易为核心,将通过“一会一展”展示我国传统文化。非物质文化遗产专题是京交会最有“中国范”的板块。在前三届京交会上,非遗板块的精彩展示给中外客商留下了深刻印象,并与其他文化专题携手,共同构建了“让世界了解中国,让中国走向世界”的重要平台。

据了解,第四届京交会非遗专题的内容包括“一会一展”。一会,即“一带一路”下的文化传承与国际交流合作高峰论坛,内容包括主题演讲、互动对话、项目发布和对接签约等。一展,即“一带一路”文化传承与创新非遗技艺展,涉及瓷行天下、锦上添花、墨染风采和品茗流芳四大主题。届时,中国五大名瓷、五大名绣以及安徽原产地文房四宝和三大名茶的顶级大师作品将与观众见面,多位国家级非遗传承人还将现场展演手工绝技。

我国悠久的历史长河积淀了丰富多彩的民间艺术,这些民间艺术中的精华被定义为“非物质文化遗产”,成为我国传统文化的重要组成部分。国家为保护这些珍贵的文化遗产,出台了专门的法律法规,并给予各项优惠政策,为非遗传承人提供各种补贴和帮助。在往届京交会上,数十位非遗大师、百家非遗企业现场展演京剧、昆曲、蛋雕、景德镇手工烧瓷等拿手绝技,推介海外演出服务等。

第四届京交会非物质文化遗产专题承办机构负责人、东方华夏文化遗产保护中心理事长乔申乾表示,本次非遗专题以会为主,以展为辅。据其介绍,与往届不同,本届京交会非遗主题展区不设标准展位,全部特装,统一设计、搭建、装修。届时,多位国家级非遗传承人还将现场展演手工绝技,利用京交会这个难得的平台,展示主题非遗技艺,力求促进中华非遗“走出去”。

业内人士表示,目前,很多非遗项目是纯粹的手工制作技艺,作品制作过程辛苦,耗费时间长,但相应能够带来的经济效益并不与之匹配,甚至不如外出打工的

收益高。所以,年轻人对于传承非遗难有热情。

“参加京交会不仅是寻求投资,更多的是想让大家看到非物质文化遗产传承的现状。”雨辰科创文化发展有限公司董事长张应称,文化是民族的语言,而非物质文化遗产是民族的向心力。参加京交会,目的是吸引国际文化组织、国内文化机构等更多关注国内的文化遗产产业。没有消费就没有生产,在呼唤“工匠精神”的同时,也要助其开拓市场。而京交会搭建起舞台,可以吸引更多人参与进来,宣传非遗文化,促进贸易。

据悉,北京市政府办公厅近日印发了《关于加快发展对外文化贸易的实施意见》,首次对外文化贸易发展作出专项部署,加快树立北京城市品牌形象,使北京成为向全世界展示中华文化的首要窗口。

据记者了解,现阶段,包括非遗、演出、影视、出版在内的文化产业已经成为国家发展的重要力量。第四届京交会推出多项活动,邀请国内外文化领域知名机构和人士前来参会。

●会展传真

西安义乌两地 结成会展战略合作伙伴

本报讯 日前,西安市会展办与义乌市旅展委正式签订《发展会展业战略合作协议》。协议内容主要包括四个方面:

一是支持品牌展会。双方分别确定推荐3个至5个品牌展会,引导鼓励本地企业和采购商赴对方城市参展、参会,并享受相应优惠政策。尤其是借助欧亚经济论坛、义博会等优势会展项目,开展相关经贸活动。

二是加强学习交流。在规划编制、政策制定、机制创新、人才培养等方面积极开展交流,取长补短,共同提升会展行业管理水平。

三是开展宣传推介。利用各自会展业推介平台,在城市会展环境、会展业发展动态、重点会展项目招商推介方面给予对方支持和帮助。

四是发展互利合作。西安主要依托特殊的区位优势、深厚的文化底蕴、扎实的产业优势,培育了欧亚经济论坛、中国西部文化产业博览会、中国东西部合作与投资贸易洽谈会等一批会展项目。而义乌凭借强大的市场优势、优良的商贸环境,培育了义博会、森博会等一批日用消费品交易为主导的经贸类展会。正是这种差异,成为了两地相互学习交流、加强合作对接的基础条件。

《发展会展业战略合作协议》的签订,标志着义乌与西安两座会展城市建立了长效的对接机制,为促进两地会展业对外交流合作、拓宽发展空间提供了全新的思路。(王洛)

校企“结对” 培养会展人才

本报讯 近日,河南省首届会展业发展论坛在河南财经政法大学召开。与会嘉宾认为,会展业的“黄金十年”已经过去,培养会展人才事关河南省会展业未来的发展。

郑州市会展办副主任王亚平表示,会展行业在经过快速发展的“黄金十年”后,逐步迈入新常态,会展企业“闭着眼都能赚钱”的时代已经一去不复返了。去年,全球经济持续低迷,我国经济整体增速放缓,会展业也难独善其身。

在“十三五”开局之年,河南省新的会展项目层出不穷,但专业化、国际化、品牌化的精品展会仍太少,培养本土会展品牌,走出低水平重复办展的困局,事关河南省会展业未来的发展。

王亚平说,要解决这些问题,培养会展人才是关键。河南高等会展教育需要不断创新人才培养机制,摆脱理论与实践脱节困境,培养懂理论、能实战的会展专业人才。河南财经政法大学党委副书记马书臣表示,旅游与会展学院应坚持教学与实践相结合,搭建学院与社会、专业与市场的沟通桥梁。

为此,河南财经政法大学旅游与会展学院和郑州香港会展管理有限公司在论坛上签署战略合作协议,为高校在校生提供学习、实践的平台,培养更多会展人才。(王新昌)

东西南北中

美术学院

学院的
精神

+

Spirit
of
Academy

2016中国(义乌)文交会
第二届全国独立设置美院
研究生作品展

2016/4/27-30

义乌国际博览中心B2馆

参展单位

广州美术学院 中央美术学院 中国美术学院 天津美术学院
四川美术学院 西安美术学院 湖北美术学院

主办单位

中国(义乌)文化产品交易会组委会

承办单位

中义国际会展(义乌)有限公司