

●会展关注

一针一线产业化 环佩叮当闯市场

苗寨手工艺登上大雅之堂

■ 本报记者 兰馨



下月初,我将去英国参加一场国际秀。贵州螺祖苗艺手工制品有限公司(简称贵州螺祖)董事长石柳莎向《中国贸易报》记者介绍,届时,她将带去16套苗族服装服饰作品。目前,她已从初选的50位国际模特中确定了16位展示苗族的服装服饰。

近年来,随着苗族服装服饰在国际上的亮相,在贵州黔东南凯里苗侗风情园会展中心举办的2017中国(贵州)国际民间工艺品博览会暨第六届中国凯里银饰刺绣博览会(简称民博会)也受到更多关注。作为贵州三大会展活动之一的民博

会,旨在通过文化旅游带动、政策支持、传承保护和创新发展,促进以刺绣、银饰为代表的传统民族手工艺产业迅速发展。本届民博会由贵州省商务厅、中国贸促会贵州省分会、黔东南州人民政府主办,以弘扬工匠精神、共筑民族品牌为主题,设展位243个,其中特装展位43个,标准展位198个。共吸引参展企业410家,其中英、美、斯里兰卡等国参展企业11家,国内参展企业399家。

建立设计团队

我们正着手筹建一支更具市场化的设计团队。据位于凯里互联

网众创产业园的黔东南州阿科里绣娘农民专业合作社(简称阿科里)负责人、国家级项目《苗绣》市级非物质文化遗产传承人杨科礼介绍,阿科里采用的是“大师+合作社+绣娘”文化产业扶贫模式。目前,阿科里的绣娘尽管都能自己设计,但她们的绣娘没有接受过专业培训。为了更快地与国际市场接轨,阿科里急需专业设计人才的加入。

杨科礼介绍说,国际客户对订单的要求比较高,且对工期要求比较严格。她们曾因人力不足、无法按照客户的交货周期交货,而错失与国际客商合作机会。

与传统苗族手工艺不同,许多新生代苗族青年一毕业就组建了自己的工作室。黔承世锦创客团队的成员都是黔东南苗族侗族自治州民族职业技术学院毕业生,他们于去年10月在母校的创业园内合伙开办了黔承世锦创客工作室,主要创作和经营蜡染、刺绣、银饰等民族手工艺品。他们的特色是以团队设计为主,受到新生代消费者的追捧。

承接定制产品

除完成自己设计的苗绣作品外,我只接定制产品。国家级项目《苗绣》省级非物质文化遗产传承人王金花告诉记者,她的每一件作品至少需要2至3年才能完成。代表作品苗绣凤冠《百鸟朝凤》,就花了整整3年时间。

有业内人士表示,之前国内只有知名的设计大师才有机会承接定制产品。现在,传统苗绣非遗传承人也开始承接定制产品,表明苗绣已经被越来越多的人认知和喜爱,这也是苗绣能够成功走出去的主要原因。

记者在展会现场看到,贵州省高级工艺美术师、凯里市市级项目《苗族银饰锻造技艺》代表性传承人杨平生,因承接了来自外地客商的订单而异常忙碌。有客商介绍,近年来一直与杨平生合作,看好的正是他的工艺和诚信。

衣服合适,不需要任何修改。一位来自浙江义乌的客户在贵州螺祖展位试穿了之前定制的衣服后介绍说,这是她准备在月底召开的公司全球年会时的礼服。她表示,这是其公司首次将全球年会放在贵州举办。贵州最具特色的是苗绣和银饰,为此,她定制了这件衣服。前住得知石柳莎将在民博会结束后前往英国后,她便特意到凯里自取衣服。据悉,这位客户还在展会现场定制了手绣丝巾。

王金花表示,定制产品由于要求极高,工期较长,一旦接到订单,一段时间内就无法做其他作品了。但很多人愿意接受定制产品,这标志着市场的认可。

据了解,目前已有国际顶级知名女装品牌与贵州螺祖达成合作意向,由其提供绣品。近年来,随着苗绣影响力的不断提升,越来越多的

国际顶级知名品牌盯上了苗绣。

走向国际舞台

过去苗族人们庆祝节日穿戴的服装服饰,已今非昔比。在业界权威人士看来,作为四大绣种之外的苗绣不仅走出了苗寨,而且走向了国际,这是值得苗族人们骄傲的事情。

苗绣从业人员非常多,远远超出了四大名绣。浙江省工艺美术大师、杭绣非物质文化遗产省级传承人、中国工艺美术协会中青年专业委员会副主任金家虹介绍说,自民博会举办以来,每年都到凯里参展,除了对苗绣有了更深入的认识和交流外,更是一个很好的学习机会。

平时,我们都呆在自己的工作室,与外界的交流不多。武汉大爱文化有限公司徐凡认为,需要民博会这样一个平台,让业界除了交流,还有机会近距离看到更多同行的作品。与此同时,随着每一届展会的举办,也看到了苗绣产品以及市场的变化。

在上述权威人士看来,近年来,苗族服装服饰已被世界更多的人认识和喜爱。过去苗族女性通过一针一线完成的小绣片,已经发展为刺绣产业,并改善了苗族人们的生活。更重要的是,昔日环佩叮当的服装服饰今天已经从苗寨走上国际舞台,叩开了国际市场的大门。

●会展传真

云南城投拟240亿元收购成都会展100%股权

本报讯 近日,云南城投发布《发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易(预案)》称,拟以发行股份及支付现金的方式向云南省城投集团、邓鸿、赵凯、刘杨、尹红、邹全、柳林购买其合计持有的成都环球世纪会展旅游集团有限公司100%股权。该100%股权预估价值约为240亿元。其中,云南省城投集团持有的成都会展的股权的现金支付比例为15%即183600万元,股份支付比例为85%。其他交易对手持有的成都会展的股权的股份支付比例为100%。同时,向不超过10名特定投资者发行股份不超过32113.7381万股募集配套资金,所募集资金用于支付本次收购的现金对价。

根据公告,公司本次发行股份购买资产的股份发行价格为4.35元/股,购买标的资产需要发行的股份数量合计为509517.24万股。募集配套资金发行股份不超过32113.74万股。上市公司共发行股份不超过541630.98万股。标的公司盈利承诺期内三年累计实现的承诺净利润合计约为63亿元。

公告表示,通过本次交易,上市公司在原有的成都银泰中心的项目的基础上,将进一步完善区域布局,将承接众多优质房地产开发项目及会展相关资产,业务规模将明显提升,持续经营能力、综合竞争力和可持续发展能力都将明显增强。(宗贺)

长沙检验检疫局大力扶持长沙会展经济

本报讯 笔者从湖南出入境检验检疫局官网获悉,近日2017年(秋季)中国国际制药机械博览会在长沙召开。据悉,该博览会系首次在长沙举办,预计将有100多家国外品牌参展,境外原厂商参展商达13家,进出境药械约30台(套)。

为服务长沙会展经济发展,长沙检验检疫局积极主动服务,在确保质量安全的前提下,加快进出境设备检验流程,便利境外参展商。提前介入,主动对接展会主办方,宣讲检验检疫相关政策法规,以便企业提前准备;提供专场服务,采取5+2、白+黑模式,随时协调处理进出境设备入境通关环节遇到的各种情况;对入境设备采取取验证监管模式,即报即验,快速放行,为境外展商早日完成布展提供高效的商务。(胡楠一)

南非中国纺织精品展：带着新时代的使命出发

■ 孙培宁

11月21日至23日,2017年中国纺织精品展览会(南非)暨南非纺织服饰鞋类展览会(China Premium Textile & Apparel Trade Show-South Africa,简称南非中国纺织精品展)在南非开普敦国际会议中心举办。该展会由中国纺织工业联合会主办,中国贸促会纺织行业分会联合南非LTE展览公司、江苏联亚国际展览有限公司、浙江远大国际会展有限公司以及宁波贸促会共同承办。

据介绍,参加南非中国纺织精品展的展商表示,看好南非市场的前景。南非作为非洲第一大经济体,经济相比其他非洲国家相对稳定,周边的非洲国家都与南非有比较密切的经贸往来。

搭建平台迎商机

近年来,南非在签证、海关管理上逐渐规范严格起来,所以在购买力上,周边国家的贸易份额相对减少,但南非本地的购买力却在增加。

由于AGOA法案的延长,以及制造成本本土的定位,让全球纺织服装企业、买家都对非洲显现出强烈兴趣。未来10年,非洲将在纺织、服装、鞋类行业中扮演重要角色。

中国贸促会纺织行业分会相关负责人表示,南非中国纺织精品展是为中国企业量身打造的纺织服装及鞋类专属的精品商贸平台。南非中国纺织精品展与南非地区唯一的也是非洲地区最大的纺织品及鞋类展览会——南非开普敦国际鞋类及纺织服装展(ATF)合作,同期同馆展出。来自非洲、美国、欧洲等地的千余名专业买家和生产商前来参观、洽谈采购。

此外,展会同期还举办了当下及未来南非消费形态研讨会,重点探讨非洲发展趋势,解密生活元素的关联性以及这些对生活方式、时尚、零售以及潜在消费市场的影响;南非未来商业和零售模式,为业界解读近年来南非商业尤其是零售业面临的形势;变化中的南非服装零售业态,则深入揭示出在非洲机会,下南非消费群体独有的消费理念等论坛,帮助企业追踪时尚讯息,及时把握下一季的时尚动向及产业发展态势。南非距离中国较远,交通

不便,不能经常拜访客户,也不能拿到一手的市场信息。因而,我们十分珍惜展会这个机会。精准对接,外加专业论坛,让我们对南非市场有了更充分的认识,我们很有信心在南非展上挖掘到有实力、诚信度高的客户,进而形成稳定的客户群。参展企业如是说。

精品背后的动力

南非中国纺织精品展于去年首次举办。在首届展会上,国内优秀的各类服装服饰企业,以及纺织品面辅料、家纺类用品、鞋帽箱包等产品的精彩亮相,在当地市场获得了盛赞。今年,中国对非洲纺织带着新时代的使命和目标,再次在南非中国纺织精品展上集中向当地市场展示了中国产品、品牌形象的提升。

尽管我国制造业成本在不断提高,但是纺织服装产品在海外依然大受欢迎。不仅展会如此,从出口数据也可看出这样的成绩。上半年,我国对非洲纺织品服装出口规模达94.2亿美元,同比增长4.1%,占我国纺织品服装出口总额的7.4%。据商务部统计显示,中国连续8年成为南非第一大出口目的地和进口来源地。同时,南非也是中国对非洲投资第一大目的地。不少当地人表示,中国纺织服装产品让他们在生活中第一次认知中国。

这主要得益于中国纺织业对质量和品质的不断追求,整体出口产品档次、品牌、设计都在提升。正如十九大报告所述,把提高供给体系质量作为主攻方向,显著增强我国经济质量优势。在加快建设制造强国、推进贸易强国建设等多个强国目标的路上,纺织业没有缺席。经过长期努力,中国纺织行业已经进入了新时代,而且正在迈向全球价值链中高端,形成科技、时尚、绿色的新标签。

从展会现场浓厚的贸易氛围可以看出,优质工艺、快速反应、供应稳定的中国纺织产品登陆南非,为当地市场带来了不一样的选择的同时,也展示了来自中国纺织产业的自信与底气。中国企业正更大胆更积极地走出去,通过南非这个平台发力国际市场。



第十五届广州车展关注 新技术 新生活

本报讯 第十五届广州国际车展于11月17日至26日在广州举办,本届广州车展以“新技术,新生活”为主题,展出规模达22万平方米,参展车辆超过千辆,其中全球首发车型47款。随着全球汽车工业电动化、智能化、

网联化趋势的不断加强,本届广州国际车展,新能源汽车、平行进口汽车及新材料零部件成为新的关键词。

作为2017年的压轴国际车展,新能源车型也成为今年车展的热门,大多数品牌除了展示传统动

力的车型外,都加入了新能源产品展区。

此外,紧跟当下车辆轻量化、节能环保的大趋势,本届广州车展还设立了汽车新材料专区,引入新材料研发及制造企业,为汽车制造产业链提供新选择。(华西)



●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

11月3日至14日,美国总统唐纳德·特朗普进行了为期12天的亚洲之行,其间到访了日本、韩国、中国、越南和菲律宾,这是25年来美国总统对亚太地区最长时间的马拉松式访问。此次外交之旅,除备受关注的美国与亚太关系、朝核问题、经贸往来等一系列重要国际问题外,还有一件事情十分引人注目,那就是国家元首们吃了什么。古语有言,治大国若烹小鲜,且不说其中具体含义,单看字面意思,治国能与烹饪联系在一起,餐饮的重要性不言而喻,这种

透过 美食外交 看到什么?

■ 刘海莹

独特方式就是为国家事务增色的美食外交。

宴请外国领导人时吃什么,怎么才能吃得高兴、吃得对味,原料、菜品、菜式、用餐场合等等都藏着大学问,并且各国都深谙其道。菜式融合贵国国家与本国文化,可以展现尊重与诚意,展现国家形象与文化。餐桌上推杯换盏,可以化解紧张气氛、拉近关系、增进信任。甚至菜品原料都可以体现两国关系、经贸往来等等政治精髓。例如,1971年美国国务卿基辛格访华,周恩来总理通过烤鸭外交,茅台外交,打破会谈紧张气氛获得成功。2016年G20杭州峰会期间,俄罗斯总统普京为习近平主席带来一箱冰激凌作为礼物,冰激凌外交,书写了中俄交往的佳话。此次特朗普亚洲行,日本、美国牛肉汉堡及韩国开胃菜套餐中的救荒作物,同样蕴藏着深意。

美食外交中的最高级别当属国宴。国宴是一个国家礼仪的重要组成部分,既是对外的最高礼遇,也是对国家历史文化的自信体现。我国国宴讲究四美,即环境优美、菜品美、器皿美、服务美,这在近年来中国举办的G20杭州峰会、一带一路国际合作高峰论坛及金砖国家领导人厦门会晤等多场主场外交活动中的国宴服务中可见一斑。国宴用餐地点都是经过精心挑选自然不必多言。菜品设计更是煞费苦心,除了整体菜单要中西合璧外,还要根据每位元首的饮食习惯进行相应调整,做到求同存异。李白诗曰:金樽美酒斗十千,玉盘珍馐值万钱。也就是说,美食美器参错其间,方才生色。G20杭州峰会的西湖盛宴、一带一路峰会的共创繁荣和厦门金砖会议的海上明珠国宴餐具,不仅契合峰会主旨,充分展现中国

当代瓷器的至高水平和中国文化博大精深,更是将地方的自然风光和人文景观、中国气派和世界大同的国宴风范衬托得淋漓尽致。

此外,国宴陪同人员也是重点。例如,韩国总统文在寅邀请88岁高龄 慰安妇 李容洙出席特朗普访韩国宴,其用意在于历史问题。特朗普访华国宴,从小米创始人雷军在微博上晒出国宴邀请函及菜单可知,中美企业合作的良好基调已经达成。

中国GBD公共外交文化交流中心主办的《公共外交》杂志曾刊登过一份研究报告显示,过半数被采访者认为,如果一个国家的饮食文化丰富多彩,那么他们可能对这个国家有更积极的印象。美食外交,在国际事务中的作用勿需多言。餐饮无国界,美食无等级,无论是国宴还是企业聚会,家庭宴请,餐饮永远是加分项。(作者系国家会议中心总经理)