



信息集结号

2012中国渔具展
搭建企业“走出去”平台

本报讯 中国国际钓鱼用品贸易展览会(以下简称中国渔具展)由李江先生创办。经过多年的努力和坚持,如今,该展会已成为国内外渔具制造商和贸易商普遍认可的世界性渔具展览会之一,并在每年2月份举办,参展商和专业观众是国内外渔具、相关产品制造商及来自世界各地的渔具产品经销商。

2012第二十二届中国渔具展将于2月6日至8日在北京中国国际展览中心(新馆)举办。该展会已与中国渔具行业风雨同行20载,见证和促进了中国渔具行业的崛起和发展,现已成为中国渔具企业“走出去、引进来”的专业合作平台。(静安)

2012深圳黄金珠宝展
将吸引350多家参展商

本报讯 全球增长最快的珠宝市场——深圳作为中国的珠宝之都,商机无限。

2012第十届深圳国际黄金珠宝玉石展览会(以下简称2012深圳黄金珠宝展)将于2月10日至13日在深圳会展中心举办。今年展会将继续往开来,为各国珠宝业同仁提供一个理想的商贸平台,帮助他们扩大海外营商网络,拓展庞大的中国市场。该展会于每年初春时分举行,正值圣诞及农历新年后各国珠宝买家开展新一年进货活动的采购旺季。

届时,将有来自中国内地、中国香港、印度、中国台湾、泰国、土耳其、斯里兰卡及美国等12个国家和地区的350多家参展商参展。同时该展会也得到了包括Aspire Designs、APM Group、Gandhi、Fai Po、Sunny Gems、Sky Jewellery、深圳市紫杏琳珠宝有限公司、兴中泰宝石有限公司及佩得亿珠宝有限公司等在内的国际知名企业的鼎力支持。(毛雯)

CIAACE 2012
展出面积将达20万平方米

本报讯 第14届中国汽车用品暨改装汽车展览会(以下简称CIAACE 2012)将于2月14日至17日在北京中国国际展览中心(新馆)举办。本次展会展出面积将达20万平方米,参展商有望超过6000家,专业观众将突破18万人,展会规模将实现历史性的超越。本届展会展品包括汽车电子、汽车内外饰、汽车养护美容、汽车改装、汽车两季产品、环保用品、户外用品等,展会品质及展示效果将全面提升。

展会同期,主办方还将联合国内外权威机构共同举办中国汽车消费论坛、2012汽车用品行业趋势发布会、第8届改装汽车大赛、新品发布会等多项同期活动,全面提升展会附加值。同时,主办方将与中国国际商会、德国莱比锡博览会有限公司强强联手,广泛邀请国际知名企业到场参会。(贺发)

节庆速递

2012北京·马甸购物节
市民购物好去处

本报讯 2012北京·马甸新春时尚魅力服装购物节将于2月22日至3月8日在北京中国国际科技会展中心举办。该节会由北京聚丰世纪展览展示有限公司主办,将为市民提供新春购物好去处。展品包括:服装鞋帽、工艺礼品、文体用品、母婴用品、消费电子等。(静安)



■ 本报记者 范丽敏

400个摊位中,年货和小吃摊位就占了340多个,过度商业化带来的最大问题就是弱化了庙会的文化内涵,久而久之,真正的老北京传统文化就被排除在外了。

业内专家认为,庙会本是文化产物,文化才应该是庙会的核心。缺少了文化的庙会,或者是一味强调商业性的庙会,不仅难以扛起传统文化大旗,也将最终沦为一个“杂货市场”。

美食年货摊位人满为患

“来自天津的某女士,你的家人正在南门出口处等你,请你听到广播后,速到南门出口处与你家人汇合;来自河南洛阳的某某小朋友请注意,你的家人正在南门出口处等你,请你听到广播后,速与就近的保安人员联系,让保安人员带你到南门出口处与家人汇合……”1月24日,农历正月初二上午11时许,在北京地坛庙会年货区,熙熙攘攘的人群挤满了每个摊位,记者每挪动一步都十分艰难。广播里不断播放着寻人启示,从侧面反映了游客的爆棚。

“这哪像庙会,简直就是一个‘杂货市场’嘛。”来自江西的吴先生对记者抱怨,今年,他特意利用春节假期带着家人从江西来北京体验京城年味,首站就来到地坛庙会。但让他失望的是,除了人多、热闹外,并没有看到多少让他满意的文化项目,“跟想象中的庙会完全不一样”。

传统小吃区更是人满为患。

“羊肉串、烤鱿鱼、炒肝、爆肚……”1月29日10时许,虽然是第二十七届地坛春节文化庙会的最后一天,但传统小吃区依旧是人气爆棚、热闹非凡,不绝于耳的商贩叫卖声和游人问询声,构成了美妙的“美食交响曲”。

“今年,我租了3个小吃摊位,平均一个摊位一天的流水大概有两三万元,也就刚够交摊位费和员工工资。有些生意差的,估计还要赔进去一些。”一位自称多次参加地坛庙会并在美食街经营烤串和爆肚的摊主告诉记者,和往年相比,虽然今年天气很给力,从大年初一至初七,都是晴天,但是由于气温较低,不仅烤出的串容易变凉发硬,游客的手也容易受冻,以前那种一家人边逛边吃的场景并不多见。

对此,来自北京市朝阳区双井地区的李先生在接受本报记者采访时认为,除了今年天气实在太冷外,比肩接踵的小吃摊位经营内容大多重复,味道和

编者按:每逢春节前后,各地庙会、年货展销会、商品交易会都成为当地市民消闲、采购年货的集散地。但近年来,随着生活水平的提高,人们对庙会、展销会是突出文化内涵,

还是凸显商业“味道”提出了新的思考。

为此,本报记者仅选了几个不同城市的庙会、展销会为代表,借此反映不同地域市民和卖家的不同需求。

北京庙会“商”味太浓



本报记者 季春红 摄

质量一般,要价却较高,卫生条件也不令人满意等也是重要原因。

“我们全家每年都到地坛逛庙会,一家人边逛边吃,感觉特别温馨。但吃来吃去,总是这些东西,加上今年天气实在太冷,又担心这些食品的卫生安全,逛了逛就出来了。”李先生对记者说。

民俗表演受冷落

与美食摊位和年货摊位前的人山人海相比,虽然今年组委会在庙会文化品位上下了很大功夫,但是观众似乎并不买账。

江苏宫梳名篦、天津泥人张、北京面人、山东木板年画、陕西泥塑……在地坛公园方泽坛北门的民俗精品文化广场上,来自全国各地的民间艺人向游人展示祖传绝活。

尽管民间艺人们卖力地展示祖传绝活,但是游客数量并不是很多,略显冷清。

“非遗展演是向百姓宣传非物质文化遗产,提高百姓的保护意识的重要手段,因此利用庙会等民俗节日进行非遗展演具有积极的意义。”吴先生告诉记者,但大多非遗项目的展示和宣传缺乏精心设计,有些甚至沦为一般的小商品摊位,自然无法吸引游客的眼球。

不过,与上述非遗表演项目相比,具有京城文化特色的仿清祭地文化表演、原汁原味的老北京天桥绝活、什刹海“嘻笑堂相声会馆”带来的对口相声、群

口相声、快板、双簧等传统曲艺节目,受到了游客追捧,人们在寒风中听得津津有味。

提升文化内涵迫在眉睫

“文化气息不足,商业味道有余。”江西吴先生对记者说,他粗略数了数,在今年地坛庙会400个摊位中,共有40个小吃摊位,300多个年货摊位,分别占摊位总数的10%和75%。

吴先生说,庙会本是文化产物,文化才是庙会的核心,而商业性只是附加价值,虽然两者缺一不可,但是商业性不能凌驾于文化价值之上。“如果都是卖东西的摊位,就成集市了。”

对此,北京朝阳区的李先生表示认同。他说,庙会活动本来最应体现的是群众性,在过去,老百姓逛庙会,不仅不需要购买门票,还可以免费参与猜谜语之类的小活动,老百姓参与度很高。而现在,虽然北京市政府从去年开始就要求庙会主办方减少商业摊位数量,增加文化、非物质文化遗产项目的展示空间,并对国家级的非遗项目、濒危项目参加庙会活动给予补贴,但一些庙会活动的主办方为了追求经济效益,并没有在弘扬传统文化上下功夫,而将更多的精力放在招商招展上。

“表面上看,今年的地坛庙会内容确实丰富了,但娱乐形式单一,内容肤浅,缺乏人文关怀,过度商业化的现象并没有得到改善。”李先生表示。

走马观花

年货展销会:

观众看新鲜 商家拼价格



■ 本报记者 静安

在今年春节前夕,全国各地都举办了年货展销会。近日,2012兰州年货暨民俗文化精品展销会(以下简称兰州年货展销会)和2012首届马鞍山年货展销会(以下简称马鞍山年货展销会)都落下帷幕。两个展销会各具特色。

兰州:10天赚了320万元

兰州年货展销会由甘肃省商务厅、中国国际贸易促进委员会甘肃省分会、兰州市商务局和甘肃会展中心有限责任公司联合主办。历时10天的展销会,共吸引17万人次到场购物、参观,实现销售320多万元。据了解,消费者乐意购买的商品主要以干果炒

货、水果、土特产品、粮油食品、保健食品、调味品、乳制品和酒类为主。

展销会看新鲜

走进会展中心,各类年货琳琅满目,干果、肉食、水果、酒水等商品一应俱全。细心浏览,在这些商品中,也不乏一些特色产品,不仅让广大市民大开眼界,也让商家们赚得盆满钵满。在现场,记者看到来自静宁县的几位果农忙得不亦乐乎,展位前围满了顾客,原来是静宁县县瑞瑞合作社的第一届苹果王高金瑞来卖苹果了。又大又红的苹果旁摆着各种荣誉证书,果王的故事吸引着广大市民。市民看到苹果上“长”着“葫芦河”三个字,都充满了兴趣。高金瑞解释说,在苹果的生长中期,用纸剪成字样贴在表皮,利用日照就可使苹果表皮呈现文字字样,“葫芦河”是静宁有机苹果的注册商标。

卖年货拼价格

在展销会上,记者发现很多具有地方特色的产品:有甘南的虫草蕨麻猪肉、民勤的葵花油、吉林的松子等。这些商品在平时的市场上比较少见,正是因为此次年货展销会,才有了和兰州市民见面的机会,这些产品也赚足了眼球,各个展台前都围满了人。市民们面对这样新鲜稀奇的产品,自然是兴致勃勃,好奇地向商家询问它们的特别之处。记者发现,市民对年货买不买账,拼的还是价格。吉林省梅河口市山河食品展台前,顾客始终络绎不绝,展销会开幕前4天里已经销售了4000斤开口松子。据负责人介绍,他们吸引顾客就是靠价廉物美。松子依质量和大小分35元、30元、25元三个价位,家住甘南路的裴大姐一次性买了15斤。据她说,35元一斤的松子去年要卖到60元,今年价格降了一些,但一

般的干果店也要卖到50元左右。该企业负责人告诉记者,他们在“年货会”上的价格基本上就是批发价,所以吸引了很多顾客。

马鞍山:成交额690万元

本届年货展销会,遵循政府推动、市场运作的方式,共吸引了参展企业近200家。“没想到,我们马鞍山有这么多好东西,要不是开年货展销会,还真是不知不觉。到年货展销会置办年货,省时省力,价格还比市场便宜。”一位市民表示。2012马鞍山首届年货展销会自开幕以来,每天逛展会、购年货的市民络绎不绝。据马鞍山国际展览公司经理王祖文介绍:“首届年货展销会仅6天,走进年货展销会的市民有7万多人次,成交额690万元。”

买家、卖家收获颇丰

“我今天是第二次补货了。没想到,马鞍山第一次办年货展销会,市民采购热情就这么高,每天20个品种20箱都不够,天天都要补货,生意真是不错。”1月9日中午,市赵大胡食品有限公司销售经理赵振雨边忙着卸货,边开心地感慨年货展销会形式好,政府搭台,企业受益,百姓得实惠。

来自南京的王春英女士被安徽青花坊瓷业股份有限公司的骨质瓷碗吸引,小心翼翼地挑了四个大汤碗、一个带盖品锅,一算账只花了100元。“便宜,比我在超市看到的要省几十元钱。”在当涂姑溪酒业有限公司展台,营销人员正吆喝着“马鞍山本土酒,优惠销售,买一送一”。王女士毫不犹豫地买了两瓶,“今年的年三十,我们家就尝一尝马鞍山的酒。”手里拎的东西太多,王女士拿出包里早就准备好的大袋子,连忙招呼丈夫,将东西送到车上,自己好轻装上阵继续购物。