



信息集结号

2012苏州电路板展活动丰富

本报讯 5月9日至11日,2012苏州电路板暨表面贴装展将在苏州国际博览中心举办。

本届展会将有323家电路板上下游供应商、电子组装及工业自动化厂商参展,参展企业数量创新高。展览内容包括电路板、电路板用干湿制程设备/检测设备/原材料/化学品、表面贴装及电子组装设备/材料、自动化控制设备等。(海霞)

第二十一届中国音响灯光展首次移师国展新馆

本报讯 第二十一届中国国际专业音响·灯光·乐器及技术展览会首次移师北京中国国际展览中心(新馆)举办。

据主办单位介绍,为期4天的展会将于5月24日启幕,展览面积超过11万平方米、展位数量超过1200个,将有来自20多个国家和地区的1700余家参展商展示他们的最新产品和技术,其中乐器企业达500多家。据悉,围绕本届展会将开展各项技术交流和商贸活动,形式多样、内容丰富、场次密集。(方凡)

第二十二届电子生产设备展正式入驻上海世博馆

本报讯 4月25日,第二十二届中国国际电子生产设备暨微电子工业展(NEPCON China 2012)将在上海举办。由于本届展会全面启用上海世博展览馆,提升了展会的硬件水平,将为中国SMT、电子制造行业及海外支持机构提供绝无仅有的展会体验。

据悉,今年展会的整体面积比上届有所扩大,有超过22个国家和地区的500多家企业参展,1000余种电子制造生产设备、测试测量产品等将呈现给业界观众,预计将有来自多个领域的上万余名行业精英和买家参与此次展会。(王哲)

世界旅游城市联合会 在京成立

本报讯 4月19日,世界旅游城市联合会(WTCF)成立新闻发布会在京召开。北京市旅游发展委员会主任鲁勇出席了发布会并发表讲话。同时,京城各大媒体也参加了本次发布会。

据鲁勇介绍,世界旅游城市联合会是由北京率先倡导,与巴塞罗那、柏林、迪拜、洛杉矶、莫斯科、渥太华等国内外近50个著名旅游城市和相关机构共同发起成立的;是一个旅游领域的非政府、非营利国际组织,也是首个总部将永久落户中国北京的国际性旅游组织;是全球第一个以城市为主体的国际旅游组织。联合会将于年内在北京举办世界旅游城市北京香山旅游峰会、世界旅游城市博览会等活动,其间举行联合会第一次会员大会,产生首届理事会。(郝昱)

节庆快递

第二届清真美食文化节设四大板块

本报讯 第二届中国清真美食文化节将于5月20日至22日在新疆乌鲁木齐举办。

本届美食文化节以“弘扬新疆特色餐饮文化,彰显清真美食之都精华”为主题。整个活动由主题展会、技能比赛、论坛对话、配套活动四大板块组成,除了展示中国厨师和餐饮企业的风采之外,还将邀请全国烹饪名师以及300家国内外清真餐饮品牌企业参展。(静安)

■ 本报记者 郝昱

4月19日,2012第二十届北京美容美发化妆品博览会(春季)在北京中国国际展览中心闭幕。据主办方工作人员吴建闻透露,本届展会云集了水缘秀、水草堂、格梦等500家左右参展商,特设台湾展区,同时还有来自日本、韩国等国家的展商参展。展会展出了皮肤护理、香水、美体、彩妆、美甲、美发美容美体设备、日化原料、化妆品包装等产品。据业内人士预测,2012年化妆品行业将呈现强者愈强、弱者愈弱的趋势,同时,近年来虽然盛行化妆品网上销售,但在不久的将来会回归于实体店。

强者愈强、弱者出局

改革开放后,化妆品工业蓬勃发展,企业数量不断增加,各行业发展到一定程度,优胜劣汰不可避免。2012年,化妆品行业是否会呈现出强者愈强,弱者愈弱的马太效应呢?

对此,北京艾孚美生物化妆品有限公司负责人黄新

指出:“今年化妆品行业很可能演化出强者愈强,弱者愈弱的趋势,该行业淘汰率很高,2012年,化妆品行业需要的是更先进、功能性更强的产品。”

北京水草堂科技发展有限公司负责人赵朝辉则说:“在化妆品行业,强者越强有可能,但弱者是没有生存空间的,今年,该行业实力较强的品牌企业一定要抓住机会努力提升自己,但对于实力较弱的企业来说,2012年很可能成为真正的‘企业末日’,无力回天的企业必将在大浪淘沙中灰飞烟灭。再加上现在成本价格都在提升,消费者对化妆品提出了更高的要求。所以投资有风险,入行需谨慎。”

销售最终回归实体店模式

如今,很多爱美的男男女女都喜欢在网上选购化妆品,在各大媒体上,大量“网络成为化妆品销售主要渠道……”的报道不绝于耳。那么化妆品实体店会不会最终被网店所取代呢?到底哪种销售模式更受青睐?

聚权有限公司区域经理刘雨凡表示,他们已经在网上开店销售产品了,网上销售兼具成本低、销路广

等特点。

赵朝辉则指出:“据我们了解,实体店还是更受青睐。因为化妆品体验性很强,同一款化妆品不同时间、不同季节使用效果会有所差别,如果在实体店,可以试用,有销售人员直接向消费者讲解,顾客可获得更多关于产品的使用信息。而网店不同,它只是一个虚拟平台,一般要网购化妆品也要在实体店试用过后买。网店只是实体店的一个有力补充而已,不可能取代实体店成为化妆品的主要销售模式。”