



信息集结号

亚洲户外展
吸引中国本土企业参展

本报讯 2月27日至3月2日,第九届亚洲运动用品与时尚展览会(ISPO BEIJING 2013)将在北京国家会议中心举办。这个以户外、潮流、滑雪、极限为展示内容的专业展会将吸引到全球600多个品牌参展。除了Mammut、Hagl、f、Salewa、探路者等国际和国内重量级运动品牌将在本届展会上首发新品外,阿迪达斯和李宁等传统体育大鳄也将在本届展会上第一次大规模展示其专业户外产品系列。

近年来,大量本土户外品牌崛起,欧美顶尖户外运动品牌也争相抢滩中国市场。报告显示,2011年中国户外市场规模已超过100亿元,成为传统体育和鞋服品牌纷纷瞄准的新蓝海。(晓倪)

国际医疗设备展将推出新展区

本报讯 第25届国际医疗器械展览会将于3月28日至30日在北京国家会议中心举办。据报道,在全国17.5万家医疗卫生机构拥有的医疗仪器和设备中,有15%左右是20世纪70年代前后的产品,有60%是20世纪80年代中期以前的产品,其更新换代的需求势必刺激未来数年中国医疗器械市场的快速增长,使之复合增长率维持在20%-30%左右。

有分析师预计到2015年,中国医疗器械行业将达到1900亿元左右的产业销售规模。根据PharmaLive的调查报告,在未来5至7年的时间里,中国将取代日本成为世界第二大医疗器械市场。至2050年,中国在世界医疗器械市场上的份额将占到25%。

据悉,本届展会将同期举办医学影像、医疗卫生、临床技术及招标采购等四大类20多个现场活动及高端学术会议,邀请中外权威专家学者、国内外知名企业高管代表进行主题演讲,预计吸引近5000余名专业人士参会。另外,今年还将同期推出“军队医药卫生科技成果推广转化展示区”和“军队医疗设备专项建设展示区”。(王玉婷)

亚洲智能卡展将首设3奖项

本报讯 第四届亚洲智能卡展览会将于3月27日至28日在香港亚洲国际博览馆举行。据悉,本届亚洲芝麻开门奖首次设立3个奖项,将表彰卡技术、制造与个性化、硬件、软件与应用3类技术中的最佳项目。

据了解,透过聚焦智能技术和数字安防产业的领先展览及会议-亚洲智能卡展(CartesAsia)上举行的《预付与客户忠诚度计划》的会议,企业可以找到更多关于这个行业的领导者及各种发展因素的信息。尽管有关法规条例尚待完善,中国大陆预付卡(pre-paidcards)的支付金额预计到2013年会增加3倍。

CARTES智能卡系列展会负责人介绍说:“预付卡为世界各地的商人、政府和消费者解决了很多问题。在中国大陆,大部分消费者使用预付卡是因为方便,并可享受购物折扣。”(金雯)

专利拍卖招商公告

受权利人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对下述专利(申请)权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅我公司网站www.jcbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

- 1.尾水尾气发电装置
(201210217209.4)
- 2.防冻接水管
(ZL201220170265.2)
- 3.一种弹簧片(条)内胎
(201210429582.6)
- 4.一种金属水轮机转轮表面等离子熔覆方法(ZL201110211170.0)
- 5.一种不倒翁杯子
(ZL201220241639.5)
- 6.环保节能无水卫生新便厕
(ZL201110196222.1)

消费电子展:中企距世界一流企业仍有差距

■ 本报记者 毛雯

TCL和海信最新的高清电视产品、华为的5英寸屏手机、联想跃居全球第二大电脑厂商……“中国企业的创新产品让人耳目一新。”在近日于美国拉斯维加斯举办的第46届国际消费电子展览会(CES)上,美国消费电子协会一位官员感叹说,在不久的将来,由中国企业设计并制造的“可玩游戏的电视”、触摸显示器、定制组装式一体机等产品,将更加贴近我们的生活。

“尽管海尔、中兴、华为等大型企业正在积极尝试本地化,展台上唱主角的解说员已由当地人担任,展台的风格也越来越有国际特色,但从整体上来看,中国企业与世界一流企业仍有差距。”一位不愿具名的业内人士分析称。

中企“绽放”世界舞台

作为CES的常客,TCL携最新的智能云电视、超高清显示屏、全球最薄智能手机、透明冰箱、智能云玻璃及AV系列等高新技术产品亮相展会,并占据CES核心黄金位置,主厅面积超过700平方米,参展规模为历年最大。

“TCL对本届CES十分重视,不仅在主展馆搭建参展展会历届以来最大的展台,还通过‘云家庭’系列产品,让用户在

智能化的环境中享受无处不在的精彩生活,向世界阐释中国创造的力量。”TCL集团助理总裁、品牌管理中心总经理梁启春告诉记者,在本次展会上,TCL通过“全云战略”向全球用户展现品牌及产品实力,展示基于全云架构的智能化数字家庭整体解决方案——Tcloud Home。这个解决方案是以强大的一站式云服务平台,为智能云家电产品提供后台服务为移动终端产品提供云应用、云存储等。简单智能的情景控制、信号切换,让用户轻松畅享“云生活”的乐趣。

不仅仅是TCL集团,海信也占据了展馆最中央的位置,展示了大量最新的高清电视产品。而华为也是倾力而为,在CES首日便发布了6.1英寸屏的Ascend mate、5英寸屏手机Ascend D2等三款重量级新品。此外,联想集团在CES上也推出了重磅产品——全球首款专为家庭共享智能生活而设计的“智能桌面”。联想集团高级副总裁彼得·霍腾休斯介绍说,与传统的个人电脑相比,这是一款“人际电脑”,可以让分散在房间不同角落、操作台式电脑或平板电脑的家人重新聚到一起。该款屏幕27英寸,重达15磅,能够平放,大小正好可以让家人同时围着它,并能处理多达10个手指下达的指令。

对此,有业内人士分析说,这些前瞻性

的产品技术与企业的坚持创新是分不开的。在后金融危机的今天,以TCL、联想和华为为代表的中国消费电子企业逆势上扬,其全产业链垂直整合实力和对创新的热情向世界阐释了中国品牌的力量,也昭示了一个消费电子产业“中国时代”的到来。

据了解,第46届国际消费电子展览会今年辟出超过17.7万平方米的展区,吸引参展商3250多家,推出新产品2万多种,参观者达到15.6万人次,其中包括3.5万名来自不同国家和地区的观众,已接近拉斯维加斯15万套房酒店房间的接待能力的极限。

中外企业仍有差距

“尽管中国企业以大手笔参展CES,并得到了业内的广泛认可,但在技术创新、参展模式等方面,中企与世界一流企业仍有距离。”据上述业内人士分析,中国的智能产品在大小、薄厚上花费了不小的气力,确实有拿得出手的创新和特色,但还没有走出同质竞争的旧路,不仅缺乏芯片、软件、操作系统等核心技术,在产品硬件工艺的竞争力上也有所不足,距离真正研发出足以甩开竞争对手的技术,推出具有市场引导地位的产品,树立起富有魅力的品牌形象,仍然有较长的路要走。

以智能手机为例,自进入智能手机时代以来,三星和苹果的出货量占全球智能



1月18日,首届中国(济南)食品安全成果展示会在济南舜耕国际会展中心开幕,这是山东省举办的首次以食品安全为内容的大型展会。展会现场,阳台种菜技术受追捧,有机食品也成了市民关注的焦点。

据了解,本次展会参展企业众多,各商家提供了诸多种优质食品,让市民放心购物,安心过年。展会上,市民不仅可以了解食品安全知识,怎样识别安全食品,辨别假冒伪劣食品,还可在现场一饱口福,免费品尝各色美味,选购心仪的食品。

(孟敏 武青 李正 摄)

北京图书订货会传播书香正能量

■ 本报记者 静安

“人气旺、规模大、卖书码洋高、各项措施得到落实,使得有着‘中国出版风向标’之称的北京图书订货会再次迎来了开门红。”2013年北京图书订货会组委会秘书长李宝中表示。

近日,2013北京图书订货会在中国国际展览中心举行。据组委会发布的统计数字显示,本届订货会展览面积达5.041万平方米,参展图书品种达50万种,为期3天的订货会吸引参观人数达8.4万人次,已签订意向订货码洋达37.2亿元,为生存在发展面临严峻考验的传统书业提振“精气神”。

据记者观察,此次图书订货会的成功举办离不开主办方、参展商的一番良苦用心。

人性化服务 人气提升了

据李宝中介绍,组委会要求各大出版单位把读者当成上帝,提供人性化服务,想方设法让读者多停留、多问问、多买书。

记者观察发现,不少参展商在展台设计上采取了一系列人性化的措施,如社会科学文献出版社开设了绿均咖啡厅、东方出版社推出了幾米品牌概念店等。“挺好的,这样既给他们自己提供了举办活动的场所,又给观众提供了休憩放松的地方,拉

近了与采购商、读者的距离,营造出一种亲切的订货氛围。”观众张女士对参展商增加人性化服务元素持肯定态度。

记者在展会现场还注意到,为了方便观众上网查看网站信息或下载电子产品,不少出版单位与移动、电信等移动服务商合作,提供手机阅读内容、发布电子书;有的出版商还基于苹果或者安卓平台推出了自己的电子阅读器和电子书库。记者还注意到,在展台的墙壁上、易拉宝广告上、各种实体或电子图书产品和项目的宣传单上,都能发现“二维码”的存在。现场不少观众拿着手机体验了一把“传统图书跟电子技术和网络的关系”。

据记者了解,本届订货会从设计之初就强调人性化服务。

李宝中介绍说,他们把立足于朴实、效益和人性化服务作为基本思想,进行了顶层的科学设计(顶层设计就是指一个总体规划的具体化),调整展馆布局。原来的1号馆主要是中央出版单位馆,而今年将中央各出版单位放在环绕四周的8个馆,把省一级地方出版集团和“国字号”的四大集团请到中央馆。这样既能给地方团增加人气,也没有减少四周各中央出版社的人气,到哪都是人如潮涌。此外,今年北京图书订货会首次对读者免票,向读者敞开大门,极大地提升了人气。

不过李宝中也坦言,从各个展出单位的实际表现来看,他们在充分重视宣传自己、落实人性化服务措施等方面不如法兰克福书展上的参展商。本届订货会之后,组委会将对出现的问题进行分析,把相关工作纳入制度化范围。

现场零售 图书大卖了

已经连续举办了25届的北京图书订货会,今年首次打破以往“只订购、不零售”的做法,现场增加零售服务项目,读者可以在现场掏钱买走自己中意的书。记者在多个展区看到,不少出版机构都开展了此项业务。

有些出版机构特别推出了现场打折售书活动。如记者在时代华文书局展位看到,前来选购图书的读者络绎不绝。一位工作人员向记者介绍说:“我们展出的所有图书都是今年的新书,且全部6折销售,所以来购买的读者非常多。”

有些出版机构采取的是边订货、边零售的方式。如读客图书公司新出的《最美最美的中国童话》刚刚面世,很快就吸引了不少读者的眼球。观众张女士称:“我看介绍说,这些故事多由北大顾颉刚教授、钟敬文教授一起从民间采集的优秀传统故事,而且我翻看了书,内容确实不错,所以决定给孩子买一套。”

除此之外,本届北京图书订货会设立

的淘宝旧书区也是一项创新之举。记者在淘宝旧书区看到,包括中华书局等在内的一批知名出版机构都设置了展位,所售图书既有打5折、4折的,又有5元、3元的,价格十分优惠。

据组委会统计,此次现场零售达7127.6万元,淘宝旧书现场销售图书约5000册,销售额为5万元。这与参观观众8.4万人次、参展图书50万种、订货总码洋37.2亿元的数字相比说明,北京图书订货会在从B2B向“B2B+B2C”方向转型上还有很大的进步空间。

首次增设现场零售服务项目、设立淘宝旧书专区,可见本届北京图书订货会组委会的良苦用心。不过,李宝中指出,在落实环节中,因为有些出版机构对零售重视不足,未提供足够的图书用以零售,导致订货会首次开放零售的效果没有达到原先的理想。如在淘宝旧书区,只有20多家出版社提供了旧书,且品种较少。当然,也有出版社做得很好。李宝中举例说,人民出版社高度重视此项工作,组织专门小组整理出他们认为读者会比较喜欢的库存书。