

纺织服装展：你方唱罢我登场

本土时尚品牌迎来发展契机

■ 本报记者 周春雨

继国际四大时装周之后,时尚秀的下一站来到中国北京。

3月26日至29日,在北京中国国际展览中心(新老馆)、北京全国农业展览馆(以下简称农展馆)相继举办的中国国际时装周、第21届中国国际服装服饰博览会(CHIC,以下简称服博会)、第十九届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会(intertextile,以下简称面料展)、2013中国国际纺织纱线(春夏)展览会(以下简称纱线展),都受到国际展团、海外企业的追捧。

而3月22日至30日,中国国家主席习近平对俄罗斯、坦桑尼亚、南非、刚果(布)进行了国事访问并出席了金砖国家领导人第五次会晤。习近平主席夫人彭丽媛陪同出访,这位美丽动人的第一夫人瞬间吸引了人们的眼球。第一夫人穿中国品牌优雅亮相,无疑给中国纺织服装制造业带来一阵春风。第一夫人用优雅魅力提亮中国经济。这期间,整个服装板块走强,50%以上的服装股飘红。

“这次出访活动对于中国本土时尚品牌来说是一个利好。这一点已经得到业内人士的认同。”《VOGUE 服饰与美容》主编张宇说,这意味着在与国际时尚品牌的市场竞争中,中国本土时尚品牌迎来一个新的契机。

服博会：国际奢侈品品牌“首秀”

“德国的实用、土耳其的奢华、意大利的风情,海外展团就像在演绎一部世界时装纪录片。”业界对本届服博会的海外展团如此评价。

在此次服博会的德国馆内,近30家服装企业将展区打造成一个相对封闭的“小商场”,负责德国展团的欧洲时装贸易中心(EFTC)CEO Werner Kuenstle 表示,他们带来了德国最大的服装生产商 Gerry Weber,期望在展会期间寻找中国的代理商和买家。

令人没有想到的是,作为本届服博会“特别合作国”的土耳其,竟然是冲着中国人对奢侈品、海外品牌情有独钟而来。

盛产奢侈品的意大利展团带来了 Gucci、Miu Miu、Prada……这些只有在米兰时装周上才能看到的大品牌。据其展团有关负责人介绍,这些顶级意大利时装设计大师在服博会上展出自己的作品,希望进一步推广意大利的时装文化,增进中意之间的时尚交流。

根据意大利热那亚展会和 Mare d’ amare 展会(佛罗伦萨沙滩装和内衣展)签署的合作协议,Mare d’ amare 展会将从2013年开始参加服博会。Mare d’ amare 是意大利唯一的海滩服装展,在本次展会上展出了意大利和欧洲最富盛名的泳装品牌。

据意大利对外贸易委员会(ICE)首席代表赖世平介绍,今年,意大利共有80余家企业参展,规模比去年增长了25%以上。许多意大利品牌希望通过服博会试水中国市场。

由苏格兰国际发展局(SDI)及苏格兰纺织行业协会(Textiles Scotland)领军,16家苏格兰时装设计和纺织品生产公司代表组成的代表团亮相服博会,意为开拓快速增长的中国市场,以实现在未来两年内将纺织品对

华出口量增加50%的目标。

与以往不同,香港展团由香港贸发局组织11家企业参展,主要以中小型企业为主。政府主推的是香港设计师的鞋履设计项目,用各种废弃鞋款制作的装饰墙引得观众拍照留念。

在今年服博会上,本土企业推出的“高级定制”抢尽了风头。南山集团此次推出了ODM高级定制,由7位来自意大利的顶级大师组成团队,推荐整套的意大利式服务解决方案。其有关负责人表示:“高级定制不单单是在卖产品,更是在卖服务,在卖一种



生活方式。”

近年来,中国本土时尚发展逐步与国际接轨,突出“设计师”和“设计”的独立设计师成衣品牌、高级定制正在成为消费流行趋势。

面料展：整体国际化

今年面料展的观众登录处成为观众进入展馆前拍照最多的地方。

“感觉像在境外参观展会。”来自南京的王湘告诉《中国贸易报》记者,本届面料展的整体色彩特别舒服,标识清晰、色彩时尚,令人赏心悦目。她在等待办理胸卡时,将观众登陆处拍了照片并发了微博。不仅如此,国际客商也对本届面料展的整体设计颇为赞赏。

记者在采访中获悉,此次面料展对主题色系、现场布置、平面文字编排等方面都进行了国际化的策划、设计。

据面料展主办方有关负责人介绍,本届面料展邀请的法国设计师有着多年的建筑设计经验,对空间的感觉非常好,同时对展会的功能也有很好的把握。展台除了美观之外,更方便展品摆放,现场灯光也更为考究,保证展品的色差控制在一定的范围内。

与此同时,展会还注重现场服务的提升,除印刷品、标识和电子查询系统以外,还包括对现场工作人员进行前期培训。

近年来,面料展强调并承担起社会责任。展台搭建提倡使用环保材料、减少印刷品的制作和胸卡的回收等。此外,展会现场播放的音频、视频,音量必须控制在标准分贝内,最好无声播放,减少噪声污染。

一直以来,面料展组委会注重商贸对



三号展馆则汇聚了以印度、巴基斯坦为代表的海外纱线企业。记者在三号展馆看到,印度、巴基斯坦展团最为抓人眼球,展位上热闹的洽谈场面成为人们瞩目的焦点。

据纱线展组委会有关负责人介绍,印度、巴基斯坦纺织企业约占海外展团的九成,他们将最新的棉纱、信息处理技术等带到中国市场,以吸引更多买家。

近年来,海外生产商已经逐步意识到中国市场的巨大潜力,中国每年生产大量的纺织面料及成衣,是当前世界上进口纤维、纱线最多的国家之一。由于近年中国进口棉纱不受配额限制,且进口棉纱价格低于国内价格,故中国纺织厂积极寻求从国外进口便宜的棉纱,中国进口需求的增加推动了印度和巴基斯坦两国的棉纱出口。越来越多的印巴企业把销售重心放在中国市场。

据来自印度纺织部门的数据显示,2012年前9个月,印度棉纱累计向中国出口22.2余万吨,同比增加7.8万吨。不过,印度仍是中国第二大棉纱供应国,巴基斯坦继续保持领先地位。同期,巴基斯坦棉纱累计出口量高达39.2万吨,同比增长20.2万吨。

据业内人士分析,印度纱和巴基斯坦绵纱之所以走俏中国,主要是因为其棉价低。此外,经过30多年高速发展的中国,目前正在逐步淘汰部分落后产能,并进行产业结构调整。而以印度和巴基斯坦为主的国家所生产的纱线产品,刚好弥补了中国要退出低档纱领域的缺口。

据悉,中国化纤产业技术创新战略联盟参加了本届纱线展,展出了从原料、纤维到纺织品的完整超仿棉聚酯纤维产业链技术创新产品,重点推出吸湿速干系列等超仿棉聚酯纤维品种。

作为展示纺织产业链上游科技创新的平台,本届纱线展吸引了近200家海内外参展商。展会期间,举办了以“纤动世界美丽中国”为主题的系列活动,全力打造中国纤维馆,致力于推广中国的纤维。

会展关注

纱线展：国际展商备受关注

今年首次移师农展馆举办的纱线展颇具看点。以“转变+创新+关注”为主题的本届纱线展,设立了两个主题馆,其中一号展馆是以“科技创新纱线”为主题的中国企业,

让奖励旅游和奢华说再见

天里走了14个城市,途中入住了佛罗伦萨、米兰、日内瓦和巴黎的四季酒店(Four Season Hotel)。四季酒店有着旧时的贵族气息,设计考究,美轮美奂:如佛罗伦萨的四季酒店,由著名的格拉黛斯卡宫(Palazzo della Gherardesca)改建而来,建筑的历史可以追溯到15世纪,进入酒店就像进入了古代贵族的私人城堡,雕塑、壁画、古董家具、油画……凡目光所及皆是古典画卷;又如米兰的四季酒店,位于市中心一条幽静的小巷内,由15世纪的修道院改建而成,保留了原建筑格局的精髓,雅致而简洁;而巴黎的四季酒店则是欧洲的旗舰店,全称为巴黎四季乔治五世饭店(Four Seasons Hotel George V Paris),曾在美国某知名杂志评选出的全球十大豪华酒店中排名第一,其大理石地面、老式电梯、墙壁画像、原木家具均有历史感。

在这里,我并不是给四季酒店做广告,也不想把它捧到极致,我只是亲身感受到四

季酒店的贵族气息。这并不是说它有多么奢华,而是它的历史人文气息是其他豪华酒店所不能比拟的,就像富豪虽有真金白银,但不能算作贵族。因为贵族是包装不出来的,贵族承载着历史、文化的兴衰,是百年来荣光与伤痕的结晶。

在旅途中,我们也曾在一个叫第戎(Dijon)的法国小镇停留,在一座始建于14世纪的城堡内用餐。整座古堡,无论是外部观瞻还是内部陈设都是古旧的,甚至有点年久失修的味道,但是我却在那里真正体会到优雅的品质与贵族的心境。

“奢侈”、“豪华”、“皇家”、“顶级”,这是国人在广告上常常使用的词汇,尤其在MICE行业,这些词的使用率出奇的高,但是究竟用什么体现真正的品质?从总体上讲,这在于一个国家对环境、历史的保护,创造良好的自然条件和人文景观;就个体而言,需要每个从业人员专业的意识、美好的创意和贴心的服务,而不是金光闪闪的

字眼和口号。

2012年12月,习近平主持召开了中共中央政治局会议,审议通过了中央政治局关于改进工作作风、密切联系群众的八项规定,“轻车简从”、“不安排群众迎送”、“不铺设迎宾地毯”、“不出席各类剪彩、奠基活动”、“严格控制出访随行人员”等都反映出新一届中央领导集体正以身体力行的方式,为端正党风、政风、会风率先垂范。新会风的气息扑面而来,这为MICE行业指出了一条可持续发展之路,展现了一种新的风尚和品质,而我們也需要结合国际优秀经验,在实际工作中不断体会、摸索和创造,我们需要的不是奢华而是品质。

那么好吧,MICE和奢华说再见吧!
(作者系恒瑞行传播集团总裁)

会展大咖秀

会展传真

国家会展中心今年全面开工

本报讯 记者近日获悉,国家会展中心工程将于今年全面开工建设,项目将分两期建设,一期工程预计2015年竣工。

记者了解到,国家会展中心工程位于天津市津南区海河中游南岸,东至规划国展路,南至天津大道,西至规划蓟汕联络线,北至规划海河南道,规划可用地面积1.31平方公里。项目建设内容主要包括大型展馆、室外展场、会议中心、会展辅助设施、会展接待用房、管理办公用房、地下车库和设备用房等。项目总建筑面积达120万平方米(展览面积40万平方米),包括地上建筑面积100万平方米,地下建筑面积20万平方米。其中,国家会展中心工程(一期)占地约70万平方米,建筑面积约62万平方米,包括地上52万平方米,地下10万平方米。建设内容包括室内展览、辅助设施、会议中心及综合配套,一期工程预计2015年竣工。

(胡晓伟)

CMIC 首期培训关注新会风

本报讯 近日,由中国会议产业大会(CMIC)组委会组织的系列开放式培训会拉开帷幕,首期培训——会议策划与运营管理专家论坛在北京邮电会议中心召开,主办方旨在进一步提升会展产业链在策划、组织、运营和管理方面的专业水准,促进专业会议人士的交流。

面对快速发展的网络世界,越来越多的人开始接触到新鲜的移动互联网技术,3G、WiFi及未来的4G技术等都将中国社会发生着翻天覆地的变化。北京腾云互联传媒有限公司市场总监韩凤龙表示,通过以智能手机为核心的应用来提高会议的组织、实施效率成为当前业界普遍关注的问题,还有当前最为流行的二维码可以帮助参会代表快速掌握会议组织者官方信息,实时更新会议信息,可谓是提升会议效率的不二之选。

对于新会风,中国会议业界展开了激烈的讨论。中国会议产业大会秘书长王青认为,新会风的关键字——简洁、务实、高效、节俭,将成为新一届政府以及未来相当长一段时间内中国政府会议的基本作风。他分析认为,此次新会风的根本目的在于政府以会议为突破口,树立务实高效的新形象,这将对政府会议产生重大影响。

此外,对于未来会议产业发展的特点,王青道也表达了自己的看法。他认为,会议与展览可相辅相成,互为促进;而会议与旅游的关系将更为紧密,许多环节将可以产生更大的合力;会议设施的竞争将日益激烈,如何提供更好的服务才是取胜的关键;在与参会者构成方面,年轻的参会代表越来越多,他们将会越来越受到重视;会议也将呈现工作加娱乐的主要特征,会议的技术性、互动性、趣味性将不断增强,推动中国会议产业升级发展。

培训过后,听众纷纷与嘉宾进行热烈互动,共同探讨行业问题。本着服务中国会议产业的原则,该系列开放式培训将在4月召开第二场。据了解,中国会议产业大会组委会将陆续举办多场类似培训会,让广大会议从业者获取产业链各个方面的专业知识,以促进会议产业的专业化发展,也希望会议业界的从业者都能够通过中国会议产业大会和相关的活动得到提升,真正实现中国会议产业专业化、品牌化、国际化发展。

(席宁)

广东发布《2012年广东会展业发展报告》

本报讯 近日,由中国贸促会广东省分会发布的《2012年广东会展业发展报告》显示,2012年,广东展览馆举办展览面积、广东展馆展览面积均居全国第一。

《报告》显示,2012年,广东展览面积(展览馆举办展览面积)近1400万平方米,以一个省区计算,规模居全国第一。广东共有展馆30个,共有展览面积220多万平方米,也居全国第一。同时,广东还是全国唯一一个拥有单个室内展览面积超过100万平方米的省份。数据表明,广东省已成为全国的会展大省。

《报告》针对展览国际化程度不高、国际性会展活动比例较低等情况,对如何让广东会展业走向国际化给出了合理建议,强调要充分利用贸促会的国际渠道,提升广东会展业的国际影响力。

(朱子荣)



■ 曹 萱

每年年终,公司的奖励旅游是我最好的休闲时光,和一群出色的同事去某个国家度假、游览和考察,享受公司给我们的嘉奖。

今年公司奖励旅游的目的地是欧洲,13