

业内快报

津洽会吸引德国会展公司设立专业展区

本报讯 记者从2013中国·天津第二十届投资贸易洽谈会暨第九届PECC国际贸易投资博览会组委会获悉,随着津洽会美誉度和影响力的迅速提升,一些国际会展企业纷纷来津参会设展,寻求合作机遇,希望借助津洽会平台,将国际专业展会及专业化会展服务引进津门。

德国圣客国际会展公司是一家专业从事展览运营管理、会议组织策划、展示设计、展台搭建,以及会展培训教育的国际型企业,是德国最早独立拥有专业个性化展位制作工厂的华人展览企业,已经形成了覆盖全球高端会展市场的服务网络和国际标准的专业化服务团队,在北京、天津以及香港等世界各大城市均设有子公司。

据悉,该会展公司希望借助这一投资贸易展会,展示其在会展策划、人才培养、品牌推广和展会承办等多方面的专业实力,并提供免费的会展咨询服务。今后,不仅将一些国际性展会引进天津,打造更多的国际品牌展会,让更多的跨国企业认识和了解天津,促进天津会展业国际化水平的提升;还将为天津企业提供优良的境外会展服务,帮助天津企业通过国外举办的各类专业展会走出国门,开拓更为广阔国际新市场,进而整合会展资源,创新会展特色,提升服务品质,推动天津会展业向国际化、专业化、规模化、品牌化发展,实现双赢。

首届中国北方国际物流博览会将以专区展览和“会中会”形式完成在津洽会的首秀。其中,展会设在梅江会展中心“物博会”专区,“会中会”将于5月11日举办。本届物流博览会将借津洽会,联合各相关部门共同合作,进一步加快天津物流产业经济建设,推动天津成为环渤海国际物流中心。(金 津)

海南省以奖代补扶持展会

本报讯 为推动会展业发展,培育一批符合海南省产业发展方向、有助于引领产业发展、促进商品交易的主题展会,海南省近日以以奖代补的方式,扶持2012年举办的十余个展会项目。

据悉,这些展会项目包括2012亚太经合组织(APEC)中小企业峰会,第三届海天盛筵—中国(海南)游艇、商务机及尊贵生活方式展、海南国际酒店家具、酒店用品及培训服务展览会(海南M3展)、2012年第9届中国(海南)秋季旅游房地产博览会等。其扶持资金来源于全省服务业发展专项资金。(邛 海)

台湾美食展因无创新被停办

本报讯 据台湾今日新闻网报道,一年一度的台湾美食展以往在每年的三四月就开始热身,但今年却是悄无声息。已有不少网友在台湾美食展的社交网站主页询问“请问今年还有美食展吗?”为此,主办单位台湾观光局表示,今年将停办在台北世贸展览馆所举办的台湾美食展。

台湾美食展自1998年创办至今,目的就是让美食带动旅游业。23年来,除了是美食界的重要话题之外,也是许多餐饮业的学习圣殿;但美食展多年来由台湾美食展筹备委员会主办,近几年固定的评审活动,令业界感叹了无新意,加上近年各参展的饭店抢卖餐券,让美食展沦为拍卖会,有限空间里挤满了人流。因此,主办单位决定在去年8月活动结束后,收回主办权。

据悉,台湾观光局以“了无新意”为由,宣布今年将停办连续举行23届、参观人次超过15万人的台湾美食展。台湾观光局方面表示,从今年起美食展将由一个大展改为数个 small 展,热门厨艺竞赛成为独立的厨神PK、美食街活动可能变成网络展。

据介绍,以往每年8月固定于台北世贸所举办的台湾美食展,未来将改以“无固定展场”方式分开举办,其中将会保留厨艺竞赛、团餐PK、夜市PK、旅游美食与观光旅馆美食等数个主题,目前活动细节仍在确认中,预计五六月正式招标并向各界公告。(宗 辛)

潍坊风筝会释放“银线经济”魔力

■ 本报记者 范丽敏

“30年来,潍坊借风筝会起飞,城市品牌影响力迅速提升,国民经济和各项社会事业都取得了重大成就。”潍坊市风筝会办公室副主任邱松在接受《中国贸易报》记者采访时如是表示。

近日,伴随着一场不期而至的春雪,第三十届潍坊国际风筝会(以下简称潍坊风筝会)在山东潍坊落下帷幕。作为“银线经济”的载体,风筝会已成为潍坊打造城市影响力的重要平台。

托起城市品牌

“办好风筝盛会,做强城市品牌。”时年83岁的山东省原人大副主任王树芳对潍坊风筝会寄予厚望,同时给予了充分肯定。

潍坊国际风筝会已经举办了30届,一届比一届办得好,都有新的特色,30年来风筝会提高了潍坊的知名度和美誉度,风筝会已成为潍坊的城市名片。

王树芳,曾担任过潍坊市委书记,是举办潍坊风筝会的决策者。

据王树芳介绍,已有2000多年历史的潍坊风筝,在民间广为传承。改革开放以来,潍坊风筝开始走进“大雅之堂”,逐渐成为潍坊市对外开放的一张“城市名片”。

“1983年,美国旅游团到潍坊参观了潍

坊工艺美术研究所,对历史悠久、造型优美的风筝制作技术给予了极高的评价。参观后,他们邀请潍坊市参加在美国西雅图举办的风筝会。这触动了潍坊市政府,使他们最终决定于1984年4月1日举办第一届风筝会。”王树芳回忆说。

王树芳介绍,最初的两届风筝会,还只是作为一个表演节会,应邀前来的也只有十几支风筝放飞队。1985年,潍坊市举办了第一届全国风筝邀请赛,直到比赛开始,连基本的比赛规程都没有,最后只好借鉴工艺美术界对风筝的评比办法并结合体育竞赛的相关规程,制订了中国首部风筝比赛规程。1988年第五届风筝会时,潍坊被确定为“世界风筝之都”,国际风筝联合会正式决定把总部设在潍坊。潍坊从此以风筝为纽带,连结起了五大洲的朋友。

“今后,风筝将带着潍坊飞向更广阔的未来。”王树芳表示。

促进经贸交流

“风筝会不仅是潍坊的名片,而且已成为重要的对外交流合作平台。”邱松表示,本届风筝会期间,潍坊市通过积极开展一系列招商活动,先后谈成了一批投资数额大、发展前景好的项目,并签约了26个重点项目,包括中国高端食品电子商务总部基地项目、LED芯片及照明产品项目、纳米级运动和定位平台及装载机

自动变速器项目、瑞典生态城项目、游艇码头项目、国翼蓝天航空产业园项目、年产10万吨蛋氨酸项目、大宗商品(石油焦)交易市场项目、潍坊滨海海洋娱乐项目等。

据邱松介绍,除了签约仪式外,潍坊风筝会期间,还举办了中国国际友城市长(潍坊)生态峰会暨国际风筝城市联盟启动仪式、跨国公司—潍坊合作对接会、第30届潍坊国际风筝会蓝黄“两区”建设重点项目推介会、潍坊滨海开发区投资座谈会、中国软件工程发展趋势高峰论坛等招商活动。

事实上,不仅是今年的招商活动丰富多彩,潍坊从第七届风筝会开始,“经济戏”鸣锣登场,为潍坊拉开了招商引资、经贸交流的大幕。

据王树芳回忆,第七届风筝会,不仅举办了风筝游览大山会,还推出了工业产品成果展览交易会、对外经济技术洽谈会、风筝旅游系列产品展销会等30多项经济贸易活动。

据邱松介绍,由风筝牵线,潍坊市先后与韩国、澳大利亚、日本、俄罗斯的8个城市缔结了友好城市关系。日、韩和中国台湾地区在潍坊的投资逐年递增,潍坊国际影响力越来越大,成为山东半岛举足轻重的投资热土。

带动旅游业发展

“第一次同时见到这么多精美的风筝,心情特别激动。”在潍坊风筝会放飞现场,来自

北京的肖华对记者说,以前都是从电视上看,这次是第一次来现场看,感觉确实大不一样。

肖华告诉记者,他早就听说过潍坊风筝,可一直没机会亲眼目睹。这次趁着风筝会,准备好好好看看潍坊风筝,好好在潍坊转一转。

潍坊风筝不仅吸引着肖华,更吸引着无数的游人。

据不完全统计,虽然今年的开幕式恰遇春雪,但放飞场上依然是人头攒动,热闹非凡,约有数万人在现场观赏。

邱松告诉记者,为了更好地带动旅游、风筝、文化、住宿、餐饮、商业、交通等第三产业的大发展,潍坊从2005年的第二十二届风筝会起,专门举办了全国旅游商品交易会暨首届世界风筝都旅游节。

记者了解到,今年,潍坊风筝会前后,还举办了第八届潍坊旅游节。在旅游节期间,潍坊各县市区举办“百、千、万”系列活动,即百名新闻媒体旅游记者潍坊行、千家中外旅行社潍坊行和万名旅游者潍坊体验之旅,以进一步加大目标客源市场开拓力度及客源输送量,积极争取外地签约旅行社尽快组团到潍坊旅游,力争实现潍坊接、送旅游人次的新突破。

本版话题



春夏面料展：欧企进军中国市场的坦途

■ 张凯欣

“第十九届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会(intertextile以下简称春夏面料展)买家的采购方式有些改变,越来越多客户乐于在展会上向中国生产商直接下订单,而不只是观看最新产品。”法兰克福展览(香港)有限公司高级总经理温婷如是说。

据其展后的统计数据显示,今年3月,在北京中国国际展览中心举办的春夏面料展吸引了来自16个国家和地区逾1300家参展商参展,比去年同期增长2.5%;买家人数超过2.5万人次。其中,海外买家主要来自韩国、中国香港、日本、美国、土耳其、俄罗斯、中国台湾地区、印度和巴基斯坦。再一次表明,展会成为海外企业进军中国市场的首选。

本届春夏面料展创下多项新记录,包括时尚欧洲馆(SalonEurope)的参展商数量增加超过35%,意大利Milano Unica展团也是同样的增幅。买家的良好评价显示出国内消费者购买力不断提升,对欧洲制造的产品需求有所增加。

欧企开拓中国市场

根据调查显示,多数欧洲参展商认为北京春夏面料展会,成为其进军中国内地市场的有效平台,而北京更是接触本地买家和制造商的理想之地。连续10年参展的瑞士Riri SA大中华区总经理谷小虎表

示:“北京春夏面料展区域性强,对中国买家来说吸引力更大。我们的展位吸引了大量专业买家。”

此次,葡萄牙展团组织方也表示,北京是进军中国市场最理想的出发城市。Associacao Selectiva Moda总监Sofia Botelho指出:“与其他同类展会相比,北京春夏面料展更能捕捉中国内地市场。她表示,买家的采购习惯正在改变,更乐于在展会中下订单,而不像过去那样只是参观,展会后再下订单。

欧洲供应商继续受惠于中国买家对欧洲制造产品的需求。本届春夏面料展时尚欧洲馆和意大利Milano Unica展团参展商数量大幅增加,足以证明越来越多欧洲纺织品牌,有意进军需求量不断上升的中国市场。

时尚欧洲馆和Milano Unica展团的参展商数量与2012年相比,分别跃升35.6%和35%,而时尚欧洲馆的占地面积也增加了20%,占用了两个展馆。

Milano Unica展团是第二年在春夏面料展上亮相,超过1500名经特别邀请的买家应邀出席参观,为展团提供特别待遇。Lanificio F.Lli Cerruti SpA总裁Simone Guicciardini表示:“此次参展,为我们的产品增值不少。展会期间接待了很多优质客户。”

英国Huddersfield Fine Worsteds的中国代理商上海好为贸易有限公司总经理黄建

芬表示:向中国出口优质面料的业务增长迅速,很多买家正在采购英国的产品。

土耳其Soktas Tekstil Sanayi Ve Ticaret AS也感受到了中国买家青睐欧洲面料的趋势,该公司的市场部主管Burcin Durgun介绍说,“这是我们第三次参展,发现买家开始采购更高品质的面料。”

而来自意大利Zip Gfd SpA的George Goffredo表示:“我们的目标是开拓中国市场,因为中国市场越来越广阔,必须把握这个机会。中国是我们未来的希望。”

中国买家购买力提升

虽然中国市场对欧洲产品的需求越来越大,但亚洲其他地区供应商仍对中国内地买家不断增长的购买力感到满意。韩国Scenic Inc董事长Scenic Jiang表示,今年已是第九次参展,明年还打算继续参展,此次面料展与约200名买家进行了深入的接触,此外,还谈妥了多笔订单。“本次展会期间,大多数询价的客商是中国的知名品牌。”台湾伟特企业股份有限公司是众多将其重心从国际市场转向中国市场的参展商之一,其公司代表王逢德表示,此次参展收获颇丰。

香港华实有限公司同样希望利用内地市场占尽发展优势,其外贸经理董欣华解释说:“我们的海外市场非常成熟。希望通过春夏面料展拓展内地市场,展会期间,接触了很多有意下订单的内地买家。

无论是有意寻找欧洲和其他亚洲供应