



信息集结号

中国国际管材展9月将在沪举办

本报讯 由中国钢铁工业协会、中国贸促会冶金行业分会、冶金工业国际交流合作中心主办的2013中国国际管材展览会(Tube & Pipe hina)将于9月4日至6日在上海新国际博览中心举行。国内外许多知名钢管生产、加工及设备制造企业将积极参与本次展会。

我国钢管产量已连续10多年位居世界第一,2012年,中国的钢管产量和出口量仍然保持两位数增长。在中国现代化、城镇化进程中,加强污水资源化处理,给排水系统,建筑采热系统,供水、排污管,燃气、采热管道,大口径埋管等应用前景十分广阔。近4年来,我国钢管生产技术装备的数量和水平得到了进一步的发展和提升。目前,占我国无缝钢管年产量60%以上的无缝钢管生产机组技术和占我国焊接钢管年产量50%以上的焊接钢管生产机组技术均处于国际先进水平。部分无缝钢管机组和焊管机组技术处于国际领先水平。在工艺技术、产品质量、新产品开发等方面,中国钢管产业取得了举世瞩目的成就。

中国国际管材展览会顺应了钢管产业的飞速发展,成为展示产品和技术平台,为中外供需双方交流提供了重要机会。

(崔玲)

2013数控机床展将全新布局

本报讯 2013数控机床与金属加工展览会进一步完善布局。秉承为钣金生产工厂提供优质供应商、搭建核心平台的宗旨,今年,展会将为钣金加工行业带来更多惊喜体验。届时,在超过3万平方米的金属成型馆中,众多国内外优秀企业将带来最新、最先进 的钣金加工设备、服务和技术,与现场的应用行业观众共同探讨行业进步理念与发展方向。2013(第二届)钣金加工技术峰会也将以全新主题——“打造高效、柔性的中国钣金加工产业”与展览同期亮相,为一线企业“发声”提供平台。

为帮助外资企业快速融入中国市场,正在开展的2013钣金加工技术峰会巡回研讨会,既为展会期间同名峰会打了前站,也为展商深入长三角产业聚集地、考察一线买家需求提供了优质渠道。企业通过与指定行业用户的面对面交流,进一步明确相互间需求,奠定更好的合作基础。

(王婷 海蓉)

节庆快递

第十七届宁波国际服装节10月举行

近日,记者从宁波市政府获悉,第十七届宁波国际服装节将于2013年10月24日至27日在宁波举行。本届服装节由中国纺织工业联合会、中国服装协会、宁波市人民政府主办,宁波市经济和信息化委员会等单位承办。

记者了解到,宁波国际服装节以服装服饰展示、交易为主,将启用宁波国际会展中心的6个馆,共设展位2000个,分设精品男装馆、时尚女装馆,生产企业品牌直销馆、面辅料/服装机械馆、国际交流馆以及OEM展区、儿童生活展区和运动(户外)服装展区。参展商品覆盖服装服饰、服装机械、面辅料、服装CAD等上中下游产业链。其中,宁波本地品牌及企业占50%,市外品牌企业占25%,国际品牌占25%。还将邀请不少于8500名的境内外专业采购商和20个重要贸易团组。

(杨江 邓远德 成羽)

第七届青岛凤凰岛文化旅游节开幕

为期两个多月的2013中国·青岛凤凰岛文化旅游节(以下简称文旅节)于7月26日晚在青岛经济技术开发区金沙滩演艺广场拉开序幕。在接下来的两个月时间里,这里将举办国际啤酒嘉年华、中国电影表演艺术学会“金凤凰”奖颁奖典礼、唐岛湾市民消夏节、“好客山东”休闲会、飞翔嘉年华、“唱响幸福”系列广场群众文化演出、文联之声主题活动、世界城市音乐节、青岛金沙滩音乐节等五大板块15项主题活动。

本届文旅节延续政府引导、社会参与、市场运作、全民共享的办节原则,突出海洋文化、旅游休闲文化、群众文化。

(王丽艳 赵冉)

展业聚焦

2013亚洲户外用品展：

流行元素玩转户外新风尚



■ 本报记者 叶灵燕

“过去的8年里,亚洲户外用品展览稳步发展。每年,国内外的户外品牌商、经销商、代理商、户外业专家聚集于此。如今,该展会已成为中国规模最大的专业户外用品展,也成为中国户外产业的晴雨表。”亚洲户外用品展的德国顾问耶格如是说。

凯乐石、牧高笛、探路者、BEMIS、Black Diamond等国内外知名户外品牌继续参展,Gregory、KEEN、The North Face等国际著名户外品牌首次融入……近日,2013(第八届)亚洲户外用品展在南京国际博览中心举办,高端品牌云集、专题活动荟萃,无论是规模还是亮点,都大大超越往届。本届展会展览面积达5.2万平方米,共有22个国家和地区的610家展商(2012年为570家)盛装登场,不少品牌展台面积都有30%以上的增长,尤其是209家海外展商的参与,更展现了亚洲户外用品展的国际化程度逐年提高。这场为期4天的专业户外盛宴,不仅为品牌展商及采购商提供了一个展示、体验、交流的立体平台,还为行业带来了新风尚。

家庭元素

记者在展会现场采访多家展商调查得知,中国户外产业正在转型,以“休闲、快

乐”为主题的“泛户外”方式兴起,家庭户外、亲子户外、儿童户外等新概念开始流行,成为市场新热点。很多家长乐于带孩子参加户外运动,培养孩子热爱自然,乐于分享等品质,儿童户外用品市场也逐渐被品牌商重视。

在本届展会上,牧高笛、阿尔派妮、KingCamp等品牌展出的亲子户外服装、家庭户外露营装备、儿童户外服装和装备等,使家庭户外元素得以充分体现。记者在展会现场看到,在络绎不绝的专业观众中,不乏以家庭为单位的观众,较去年呈现爆发式增长。

记者注意到,多年参展的牧高笛首次“试水”儿童户外用品市场,为其儿童系列展品特别布置了一块区域进行展示,从迷你冲锋衣、背包、手套,到帐篷、水杯,门类非常齐全,产品造型十分可爱。牧高笛童装事业部运营经理牛英飞在接受《中国贸易报》记者采访时说,他们的儿童户外产品还没有在市场上销售,这次展出主要是看市场反响如何,下半年将正式推出实体店。

阿尔派妮区域销售职员姬小姐介绍说,其实在欧洲等地,亲子户外概念很普及。在欧洲,大部分家庭十分注重孩子从小的体育锻炼和素质培养,父母会带着孩子一起参加户外运动。现在,中国家庭户

中国水处理企业“走出去”靠实力说话

■ 本报记者 郝昱

近日,第十三届中国国际环保展览会(以下简称环保展)在中国国际展览中心举办。在展会上,记者了解到,近年来,在政府和社会各界的大力支持下,中国环保产业发展迅猛,环保行业的创新和企业技术实力在不断提高。

环境保护部部长周生贤在本届展会开幕式上表示,7月12日召开的国务院常务会议,要求加快发展节能环保产业,既要有政策支持,更要鼓励引导社会资本包括民间资本积极参与。一要推动节能环保和再生产品消费。政府公务用车、公交车要率先推广使用新能源汽车,同步完善配套设施。到2015年,使高效节能产品市场占有率提高到50%以上。二要提升产业技术装备水平。推动高效锅炉、高效电动机等领

域节能技术装备升级。三要加快节能环保重点工程建设,完善污水管网等城镇环境基础设施,开展绿色建筑行动。四要营造有利的市场和政策环境,完善价格、收费和土地政策。五是加大中央预算内投资和节能减排专项资金支持力度。

会议专门研究部署了“加快发展节能环保产业,推动经济转型升级”的工作,加快大气、水、土壤等污染治理技术装备研发推广,加大关键共性技术攻关,提高自主创新能力,加大中央预算内投资和节能减排专项资金支持力度,继续安排国有资本经营预算支出支持重点企业实施节能环保项目。

中国式环保:环保效益、经济效益难两全

北京腾骧时代科技有限公司副总经理李影对《中国贸易报》记者表示,以前,

中国注重经济发展效益而忽略了环保指标,如今,中国环境治理效果显著,但治理之后的经济效益不突出。如土壤治理方面,被污染的土壤治理过后,土壤结构被破坏、肥力下降,很难再利用,发挥经济效益。

她还表示:“中国的环境污染问题已经非常严重。如土壤治理,目前最大的问题是国家在土壤治理方面没有标准可依,而且治理实践时间短,技术还不成熟,仍在实践中摸索。中国在土地开发前期没有采取环保措施,导致土壤污染源复杂、面积大,各种污染复合在一起,破坏土壤结构,使土壤肥力下降。而在国外,由于环保意识较强,在土地开发前期会采取相关环保措施,污染因素单一,相对更好治理。在土壤治理方面,我们中国本土的技术更有针对性,成本更低。”

中国水处理技术具备国际竞争力

在展会上,记者了解到,与土壤治理技术水平相比,中国水处理技术已经具备世界领先水平。

桑德国际的王万如表示,环保市场持续升温、前景广阔。水处理行业是基于民生的行业。相对于大气治理、土壤治理技术而言,我国水处理技术更成熟,而且有标准可循。

王万如说:“目前,水处理海外市场政策等逐步完善,我们可以提供设备OEM以及相关技术。根据各海外市场需求状况,决定是否实行设备探入,或是直接运营整个工程项目。由于中国技术成本低、相关政策达标率高,我们的技术项目和设备受到很多发展中国家及部分发达国家的欢迎。这也说明中国水处理企业的技术确具有国际竞争力。”

珠宝展移师国家会议中心 2000展位呈现珠宝盛宴

王女士表示,在这个曾经举办过奥运会的地方办展览,感觉很国际化、很高端;而来自浙江的展商李先生回答得更干脆:“闭展后,先要去鸟巢、水立方玩一玩!”

新作品 首亮相

随着珠宝展从稚嫩走向成熟,现在,越来越多的展商愿意把自家的最新作品拿到这里进行展示和推广。在本届珠宝展上,央企品牌“中国珠宝”的展台吸引了众多观众的目光。它们的推广人员张女士告诉记者,“中国珠宝”这次首推了其签约设计师——国家级工艺美术大师王鹏设计的具有中华民族文化意蕴的“梅、兰、竹、菊”等系列产品,旨在让更多的人认识“中国珠宝”这个品牌。

而韩国参展商威先生的想法与“中国珠宝”不谋而合。“我们准备了几个

月,这是CONE JEWELRY的产品首次在中国亮相,接受市场的检验。”威先生的展品可以说在整个珠宝展上独具一格。不同于其他展商展出的翡翠、珍珠等贵重珠宝,威先生的展品全部采用925银制作。他说:“我们要用最简单的原料,配以时尚的设计和精致的做工,来帮助广大女性实现有品质却不奢侈的美丽梦想。”

威先生的韩国合伙人徐女士表示,CONE JEWELRY的产品在韩国很受欢迎,还曾被作为国礼赠送给国内外友人。这次亮相珠宝展,观众的反馈给了她很大的信心,如此之大的中国市场,一定可以大有作为。

市场风向



■ 本报记者 郭亮亮

尽管7月的北京已经到了最热的时节,但酷暑依旧挡不住人们“淘宝”的热