



## 信息集结号

## 2013工业自动化展打造致胜平台

**本报讯** 作为工业自动化领域名副其实的亚洲第一展,2013工业自动化展将以更大规模和更优规划于11月5日至9日在上海亮相。届时,超过500家国内外领先的自动化企业将齐聚上海新国际博览中心,全面演绎智能化产品、技术和解决方案,展出面积将达到4万平方米的历史新高。2013工业自动化展将顺应整个产业智能化、网络化和集成化的发展方向,作出一系列优化调整:按产品分类专业划分展区、细化分类邀请重点买家、引进全球领先的理念与专业论坛等,旨在更好地服务企业,帮助企业实现市场扩张和转型升级的愿景。

今年,展会将首次按照展品类别划分展馆和展区,进一步凸显专业性,也引导观众第一时间对接到意向的自动化企业。

另外,2013工业自动化展将与同时举行的中国国际工业博览会各大主题展会形成产业链互动,并共享超过10万的专业观众资源。

值得一提的是,本届展会还将引进德国汉诺威工业博览会的能源效率论坛,并结合中国市场增加“功能安全”的主题。

除此之外,展会同期还将举办多场不同主题的论坛与会议,以展览、会议相结合的方式助力企业致胜市场。(王婷 海蓉)

## 2013中国应急技术产品展将再度打造“中国应急展之最”

**本报讯** 2013中国应急技术产品展览会是中国中小企业博览会旗下的重点专题展之一,确定于9月25日至28日在广州中国进出口商品交易展览馆A馆与中国中小企业博览会同期举行。

据了解,本届展会以“科技应急·平安世界”为主题,涉及的行业领域广泛、参展产品科研技术精深、技术论坛研讨专业权威、地域交流区域广阔,除国内的尖端技术参展之外,更引进了国际尖端水平的应急技术产品参展。此外,展会主办方在内容创新方面也不断给自己提出了新要求,除满足政府、科研机构、各参展企业之间的要求之外,更为所有参与此次展会的企业、个人预备了惊喜。(钟笑)

## 国际核工程大会探讨发展绿色核能

**本报讯** (记者邓万祥 吴书秀)日前,第21届国际核工程大会在成都召开。该大会是国际核工程领域最具影响力的行业盛会,被誉为核工程界的“奥林匹克”。

此次大会以“绿色核能,保障世界”为主题,吸引了20多个国家和地区的1200名专家、学者、工程技术人员参加。本届大会共设置了15个平行技术分会和10个专题讨论会,主题为当前国际核界关心的话题,如内陆核电站建设经验与展望、核工程教育、核废物处理等。在为期4天的会议中,与会代表就当前核能发展存在的问题与挑战以及未来趋势展开了深层次、多方面的交流与探讨。

成都市委副书记、市长葛林说,早在上世纪50年代,成都就是中国重点发展的核工业研究、开发和制造基地。进入21世纪,成都在核工程领域又有了长足发展,现已拥有一批具有中国乃至世界先进水平的核能科研机构和制造企业。成都将以本届大会举办为契机,进一步推动本地专家、学者、工程技术人员积极参与国际核工程领域的技术交流合作,加快推动当地核工业产学研快速发展。

国际核工程大会是全球核工程领域同行开展交流合作、推动技术创新的重要平台,本届国际核工程大会乃第三次在中国举办,首次在成都举办。主办方表示,选择成都,一方面是基于四川已拥有完整的核工业产业链,是中国核工业最主要的核科研基地与核设备制造基地之一;另一方面是财富全球论坛让成都具有举办国际性会议的经验。

## 以“酸奶”为媒 2013拉萨雪顿节今天开幕

**本报讯** 今天,为期7天的2013中国拉萨雪顿节在西藏拉萨开幕,将为中外游客及广大市民呈现一场多姿多彩且富民族特色的节庆盛宴。

今年的雪顿节以“美丽家园·幸福拉萨”为主题,将雪顿主题曲创作征集、“微雪顿”,雪顿之星暨音乐高峰论坛,藏戏汇演、比赛暨论坛,唐卡、书画、摄影作品展,“雪顿之夜”大型音乐会暨雪顿节闭幕式等八项重点活动有机融合,亮点纷呈。

为了增强公众的参与度,今年的拉萨雪顿节将应用网络新媒体开展“微雪顿”,借助网络媒体平台,在雪顿节期间,组织游客和广大市民群众用手机拍摄和撰写雪顿微电影,展示普通人眼中的雪顿节。(盛昱)



本报记者 范丽敏

10多年前,如果提起孕婴童用品,不过是奶瓶、奶粉、痱子粉、童装童鞋等“老面孔”。

如今,孕妇防辐射服、婴儿游泳池、脖圈、润肤露、沐浴露、澡盆、摇篮、童车、童床、玩具等各式各样的产品,真可谓让人眼花缭乱。

业内人士表示,中国孕婴童产业正在步入高速发展期,成为21世纪朝阳产业之一。

近日,在第五届中国(北京)国际妇女儿童产业博览会(以下简称妇儿博览会)上所上演的火爆场面,足见孕婴童行业极具发展潜力。

“很多人只看到了孕婴童行业的‘美’,没有看到其中的‘苦’。”接受《中国贸易报》记者采访的多位业内人士表示,随着跨界涉水企业的增多、大量资本的涌入和国外品牌的加速布局,孕婴童行业竞争将日益激烈,行业格局已经不可避免地迈入高速整合期。

## 一块万亿元的“蛋糕”

7月26日早上8:25,当记者来到国家会议中心妇儿博览会现场时,早已人满为

患。少则一个,多则三五个大人领着一个小朋友,翘首以待。

“请观众再稍等一会儿,9点才能进场。”门口的保安面对跃跃欲试的家长和孩子,不停地解释着。

9点一到,门口的观众蜂拥而至进入展馆,迅速将2.4万平方米的展区填满。

“本届展会由北京市妇联、中国贸促会北京市分会、国家会议中心共同主办,以‘公益成就梦想’为主题,通过展览、体验、表演、讲座、比赛等一系列群众喜闻乐见的活动,让前来参观的家长和孩子深入了解到儿童教育、儿童食品、儿童用品,以及妇女儿童健康方面的知识。”北京德佰展览服务有限公司副总经理孔祥非在接受记者采访时表示。

记者在展会现场看到,儿童成长教育专区吸引了纽约国际俱乐部、迪士尼教育、巧虎、欧杰思、学而思、贝比佳、戴尔英语等30多家国内外知名的儿童教育机构参展,展示了0岁至16岁儿童综合早教、儿童英语、儿童体育、儿童益智等各类特点教育课程;而在乳制品展区,21家主流乳制品企业以寓教于乐的方式,向消费者宣传乳制品营养知识,增强消费者信心。

最能吸引小朋友的,当属是各类玩具。在玩博会展区,不管是HAPE、乐高拼

插、木玩世家,或者是大黄蜂、精灵高中,还是培乐多彩泥、风火轮模型等,每一个玩具展区都挤满了家长和小朋友,他们玩得真是不亦乐乎!

“今天是展会举办的第二天,这些人其实并不算多。”孔祥非告诉记者,等到周六、周日,现场肯定会出现挤爆的场面。

孔祥非表示,近年来,孕婴童产业发展迅速,已经成为名副其实的朝阳产业。

这从中国婴童产业研究中心公布的数据中得到了印证。数据显示,2012年中国0岁至12岁的婴童市场总规模已达1.32万亿元。按照近几年婴童市场15%左右的高增速,到2015年,婴童市场将达到两万亿元的规模。

国家统计局更是预测,自2005年开始到2020年,中国将迎来第四次人口出生高峰。每年新增婴儿数量在1600万左右,若累加计算,0岁至6岁婴幼儿数量已达1亿多,第五次婴儿潮预计在2025年左右出现。

“未来,中国将成为全球最大的孕婴童消费市场,孕婴童产业也将成为国民经济支柱型产业。”孔祥非说。

## 蛋糕的“诱惑”

巨大的市场规模就像磁石一样吸引着无数企业陆续进入。

除了深耕于婴童领域的乐友、爱婴岛、丽家宝贝、贝贝熊、好孩子等行业知名企业外,李宁、苏宁、万达集团等已经或正在通过各种途径进军这个“朝阳产业”,推出自己的婴童产品。

以苏宁为例,继去年成功收购好孩子之后,苏宁易购近日宣布将加速好孩子实体店落地,首家实体店将于近期正式开业。

“好孩子实体店建成后,将延续苏宁双线同价策略,苏宁双线同价战场将拓展到母婴化妆品品类。”苏宁易购执行副总裁李斌表示,好孩子实体店凭借自身精细化的母婴经营经验,并结合苏宁大数据的精准营销等优势,将强势介入母婴市场。而延续线上线下同价策略则将进一步实现了苏宁在商品出样、展示、支付等多维度的融合,为苏宁的“超电器化”战略加码。

此外,敏感的风险投资者则如猎人,

同样“嗅”到了婴童行业这块大“蛋糕”的香味。

“近年来,至少有一二十个PE(私募股权投资)涌入母婴行业。”从事母婴行业10余年的林先生在接受本报记者采访时举例说,英氏已经获得了4轮融资,贝贝熊也获得了两轮融资。

究竟有多少风投进入母婴行业?投中集团给出了具体统计数据。

统计数据显示,近6年来,中国母婴行业共有38笔VC(风险投资)/PE融资案例,涉及24家企业,累计披露融资规模达33.12亿元。

## 来自海外的“鸭梨”

如此庞大的市场,国内企业能分到几块“蛋糕”?

一位业内人士曾表示,虽然本土品牌大力耕耘中国孕婴童市场,但其市场份额居然还占不到30%,并且国际孕婴童品牌仍在不断蚕食份额。

最新消息显示,作为2004年进入中国市场并获得极大成功的乐扣乐扣,未来将婴童事业作为企业成长的新的领域。

“进军婴童市场是公司的既定战略,为此,乐扣乐扣集团已经准备将近4年的时间。”乐扣乐扣大中华区总裁安秉国表示,乐扣乐扣将以安全、健康、环保为首要研发准则,并最终确定推出Hello Bebe(哈乐哈乐)品牌。目前,该品牌已经成功开发出哺乳用品、离乳用品、洗护用品、纸尿裤及日用品5大类超过300种产品,涵盖了从新生儿开始的人生最初阶段的各个方面。

“随着国外品牌的加速布局,再加上跨界涉水企业的增多、资本的涌入,孕婴童行业竞争将会日益激烈,行业格局也会不可避免地迈入高速整合期。”在林先生看来,从2010年开始,行业集中的趋势就已经很明显,而未来随着行业发展速度越来越快,行业集中度会越来越高。

为此,林先生建议,中国企业应该加大开拓远城区尤其是农村市场。

“目前,商家主要开发的是城区的市场,远城区尤其是农村几乎从未涉足,每年3万多的远城区新生儿具有极大的挖掘潜力。”林先生说。

## 聚焦酒店与建筑照明 上海照明展盛大起航

## ■ 梅童

为了向华东乃至全国的专业买家提供高端、节能的照明解决方案,由中国照明电器协会和上海博华国际展览有限公司共同主办的中国(上海)国际建筑照明展览会(以下简称上海照明展),将于2014年3月31日至4月3日再度登陆上海新国际博览中心,聚焦酒店工程照明,创新LED照明以及时尚装饰照明。

上海照明展是服务于地产开发商和建筑设计的照明商贸平台,上届展会联袂中国(上海)国际建筑装饰展同期举办,吸引

了43932名国内观众和3906位海外买家到场参观,成为全球规模最大的商业空间设计装饰界盛典。

## 倡导节能环保 拓展商业空间照明市场商机

目前,中国照明市场正呈现快速增长的态势。据统计,预计2015年中国照明市场可提升到全球市场的18.3%,市场总额接近200亿美元。而随着城镇化的快速发展和节能改造的需要,以酒店为代表的商业空间与建筑照明市场尤其令人瞩目。作为专注于建筑和商业空间照明的

展会,上海照明展预计将吸引超过10万名来自酒店、房地产、超市、商场、社会餐饮及娱乐场所、建筑及室内设计等方面的专业人士到访,成为照明行业不容错过的平台。

展会同期举办以科技、创新、贸易为导向的中国饭店节能照明改造论坛,为饭店节能照明改造提供有益的思路和完美的照明解决方案,获得业界高度赞誉。

## 汇聚一线设计师 共襄设计潮流盛宴

始创于2006年的上海国际室内设计

周是上海照明展同期举办的设计界盛典,每年设计周都是建筑和室内设计师、工程公司、装饰装潢公司等行业人士展示创意、分享观点、领略设计前沿趋势的舞台。展会期间,国内外知名设计机构联手展会主办方,举办各类精彩行业设计活动,以此充分展示设计带动产业发展的联动效应,并且彰显中国新生代的设计力量和国际流行时尚。40多场建筑师、设计师论坛及颁奖活动,每年吸引7000多位建筑师、设计师前来参观,上海照明展也因此成为对接照明企业与设计师、工程师和业主的绝佳平台。

## 精湛传统工艺凸显红木家具收藏价值

## ■ 本报记者 郝昱

近日,第八届中国(北京)国际红木古典家具展览会在中国国际展览中心举办。记者在展会上了解到,红木家具不仅能体现使用者的高端品位,更具有收藏价值。虽然中国的红木制作工艺优良,但由于红木树木生长周期十分漫长,过度砍伐缺少保护,导致目前红木家具资源依赖进口,原料稀缺。因此,红木家具价格将呈现上升趋势,再加上现代家



具制作工艺不断完善,红木家具的收藏价值不可小觑。

## 红木家具价格将保持上升趋势

所谓“物以稀为贵”,由于国内红木家具资源锐减,价格不断攀升,同时也提高了红木家具的收藏价值和升值空间。

元清古典家具行的王德淑告诉《中国贸易报》记者,目前,中国红木家具基本依赖进口,如中国经常进口老挝的红酸枝、缅甸的花梨等。由于红木树木生长周期长,红木资源逐年呈现减少趋势,珍贵的红木很难求。所以,一些传统的红木材料价格将会保持上升趋势。

北京德成古韵坊古典家具有限公司负责人王德成表示,目前红木资源需要引进,但关税很高,再加上红木树木生长周期长,国内的采伐力度太大,如今资源几乎枯竭。

## 优良红木家具需材质、工艺兼具

谈到红木家具的特点和如何挑选,王德成说,首先,红木本身有收藏升值空间;

其次,适合保存;最后,精湛的传统工艺能够充分凸显红木家具的价值。红木家具其实材质都一样,只是红木品种丰富,中国的红木家具工艺类别较多。就目前来看,红木家具的使用价值不高,但颇具收藏价值。在众多红木品种中,花梨价值最高,这种木材在中国由于多砍伐少保护几乎绝种。此外,海南黄花梨木材本身会散发一种香味,可以降低血压、降血脂,在以前是皇家御用木材。中国也从越南、老挝进口黄花梨,但越南等地的黄花梨材质远不能和海南黄花梨比。

据了解,一些买家在购买红木家具时“唯材质独尊”,即只看材料。对此,王德成指出,家具收藏要看重材料和工艺两方面。同一种材质,由于料的大小、年代等不同,价格差距很大。同样,一件家具也有板材厚度、是否整料,不能单单以原料价格来衡量家具的收藏价值。同样,家具还有工艺是否规范等差别,这也决定了家具的使用寿命和收藏价值。所以,收藏家具不仅要选材



料,还要衡量工艺因素。

王德淑建议,红木家具经常以次充好,以杂木充当红木,选购时最好有内行陪同。

## 市场风向