

亚太区DI创新思维邀请赛围绕创意做文章

业内通告

首个中国县域会展研究基地在浙江余姚成立

本报讯 近日,我国第一个县域会展研究基地在浙江余姚成立。余姚是我国县域会展的“明星”城市。在该市举办的展会中,中国塑料博览会已举办15届,为全国知名的行业展会。此外,一年一度的杨梅节特色鲜明。近年来,余姚连续获得中国品牌会展城市、中国最美会议城市和全国优秀会展城市等荣誉。在余姚设立中国县域会展研究基地,将吸引更多业界人士关注余姚,为余姚会展业的发展带来新的机遇。(柳依)

■ 本报记者 范丽敏

“12月6日至9日,由DI中国区主办的2013至2014年度亚太区DI创新思维北京国际邀请赛(以下简称DI邀请赛)将在北京举办。”近日,DI中国区首席执行官(CEO)肖力在DI邀请赛新闻发布会上介绍说,届时,将有来自美国、加拿大、波兰、英国、韩国等国家的参赛队以及来自26个省市自治区的国内参赛队,共5000多名青少年创意精英参加这场创意思维的盛宴,这是本年度国内极具视觉冲击力和影响力的青少年创意盛会。据了解,DI是英文“DESTINATION IMAGINATION”的缩写,原意是“目的地想象”。这是一个全世界历史最悠久、规模最大的,旨在培养青少年实际创新能力的国际性教育组织。DI协会成立于1983年,为各年

龄段的青少年提供教育服务已有30年时间。DI协会总部设在美国的新泽西州,目前全世界已有75个国家和地区的青少年参与过DI赛事及其各类活动。

邀请赛首次在美国之外举办

“DI邀请赛实际称得上是一场小型的DI全球赛,本次是首次在美国之外的城市——中国北京举办,足见DI协会总部对中国市场的重视。”肖力介绍说,DI中国区于2006年起在中国推广DI,致力于使更多的中国青少年从中受益。经过7年的发展,现已覆盖了包括4个直辖市在内的26个省市自治区,影响着全国数百万青少年。

据悉,DI有一套先进的教育体系,适用于从幼儿园至大学的青少年及儿童,项目涉及学前教育、基础教育和高等教育领域。DI

始终坚持创新思维的教育理念,引导青少年的创意性思维和判断性思维,培养他们创意、团队合作及解决实际问题的能力。参与者在过程中会不断挖掘出自己的天赋与潜能,更好地了解自我,发现自我,找到自己的与众不同之处。

打造创意平台

“本次比赛围绕创意做文章,除了DI传统的机械类、科技类、艺术类、即兴类、结构类和‘明日之星’六大挑战题,还有一道由DI和美国国家地理频道与甲骨文公司联合研发的极限挑战题。”肖力透露,题目将结合DI特有的理念和中国特色元素,以实际问题解决为基础展开,以此来全面提升中国青少年的创新能力。赛前题目均保密,要靠参赛者临场发挥与即兴创意,通过

团队合作完成。

此外,肖力介绍说,大赛还将设有全新、互动、科技、创新的开幕式和功能型闭幕式活动,专属于孩子们的午夜化妆party,各国教育精英参加的创新教育论坛。赛事之余组委会还为参赛队员提供了徽章交换区、涂鸦区以及互动体验区等各种国际交流和文化展示创意平台。

“本次DI邀请赛的开幕式将区别于传统的多数人看少数人表演的形式,以‘人人都是主角,个个都要出彩’为特色。每个团队都将佩戴自主设计的创意帽子,展现不同文化、不同个体的创意与个性。”肖力透露说。

本版话题

外展推荐

2013美国国际家用纺织品展览会

展会名称:2013美国国际家用纺织品展览会
展会时间:12月8日至11日
展会地点:美国高点国际展览中心

展品范围:皮革类家居用品、沙发面料、装饰性纺织布料、环保纺织品、住宅及商用装饰布料、窗帘窗饰、透明薄织品等

展会介绍:高点位于美国北卡罗来纳州皮耶德蒙特三角地区,是美国著名的家具制造产业聚集地,该区涵盖4000家厂商、雇用6.5万人,年营业额90亿美元,生产产品包括木工、装饰材料等,销售网遍及全美。该展会高点每年举办两届,每届约250家厂商参展,包括经销商、批发商和现有美国国家布料市场之布厂供货商,平均每届有超过800位专业买家到场参观洽谈,其中包括美国家具制造商、经销商、批发商,以及旅馆业、休旅产业、游艇业与家用纺织品专业观众等。展会采用买主在线预约机制,以往平均每个参展商有70到100个洽谈机会。但只有会员才能参加。自2012年6月起,该展会首次接纳非会员国际展商,除了近100家美国本土参展企业外,还有来自土耳其、中国等国家和地区的21家国际展商参展。该家纺展展品不仅包括各类具有民族风情的家居和酒店纺织品,还向专业观众展示高科技及高端产品。在这里不但能获得美国市场关于面料设计,颜色和结构需求的第一手资料,还可以学习其他同行的市场定位,以及颜色样式定价等最新的趋势。

预计本届展会将吸引近230家展商和850位专业观众。展会期间将组织各类研讨会,帮助中国企业开拓美国市场、对美国市场上流行的样式和颜色做详细的介绍。同时还将邀请家具展主办方以及今日家具杂志负责人发表关于美国家纺历史和发展方向的报告。通过得力的展会广告,网站和电子邮箱展示广告,直邮广告,实时电话邀请买家,本届展会将为展商和观众打造更为便捷的商业交流平台。(静安)

微话题

展会服务存漏洞

葛梁平:在上海汽车会展中心举办的星尚汇·2013台商庙会管理太乱了,许多上海市民从市区赶来,到门口要收30元的门票,交完钱就拿到一张说明书,无任何收费凭证,来钱也太容易了!这里面难道没有漏洞,难道这些部门就没有“四风”问题?

国内会展课程教师应具备相关从业经验

张凡的会展微博:国内上会展专业课程的老师,很少有业内人士出身的。如想把课上好,提高学生求职的成功率,并赢得会展业口碑,没有从业经验的老师确实需要先做学生再做先生。以其昏昏如何使人昭昭。



近日,2013中国国际珠宝展在北京中国国际展览中心闭幕。仅仅只过了3天,为期4天的2013第九届北京国际珠宝首饰展又在全国农业展览馆开幕了。

虽说珠宝首饰消费正成为继住房、汽车之后的又一个消费热点,但是两个展会举办时间相隔如此之短,后者还能吸引观众吗?效果又如何?

日前,记者在农业展览馆珠宝展现场看到,来自美国、英国、斯里兰卡、波兰、缅甸、中国台湾和香港等地的珠宝厂商带来了极具特色的珠宝首饰。与此同时,不畏寒风赶来的观众络绎不绝,各种别致奢华的珠宝首饰“点燃”了他们的消费欲望。放眼望去,几乎未见有展位无观众光顾。热情的观众将此次珠宝展推向了高潮。

图为展会现场。

本报记者 叶灵燕 摄影报道

全球设计师西子湖畔论剑

■ 本报记者 静安

近日,台湾著名设计管理专家、台湾师范大学设计管理教授邓成连,香港十大顶尖设计师之一的梁志天、香港著名设计师陈幼坚、日本设计师黑川雅之相继抵达杭州,参加在杭州运河国家广告产业园举办的2013亚洲设计管理论坛(ADM,以下简称亚洲设计论坛),这几位全球设计界大咖的出现,成为本次亚洲设计论坛的亮点。

作为第十五届杭州西湖博览会文化板块的重磅高端活动,也是压轴项目,2013亚洲设计管理论坛以“CHANGE/改变”为主题,为期两天,以美丽活力的杭州为展示平台,融合城市深厚的文化软实力,以全球的视野和创新的思维,广邀亚太顶级的建筑事务所、设计师、房地产企业、材料品牌商以及政府官员参加,中外结合,以更高的专业性集中体现行业国际化水准。

本次论坛由杭州市政府、中央美术学院主办,杭州西博文化传播有限公司、《设计管理》杂志社承办。

亚洲设计论坛首次落户杭城

亚洲设计管理论坛是首次真正在设计

学、美学和商学的框架下讨论设计和创新。

之所以这次选择杭州为举办地,其组委会秘书长海军介绍说,亚洲设计论坛选择杭城的理由是:“拿杭州的公共自行车项目来说,北京也曾经做过,但最后不了了之,而杭州不仅坚持下来,而且很成功。还有杭州的动漫节和动漫产业。从这些方面,都可以看出杭州这座城市对创意产业的重视。”

杭州本土的设计师对此也深有感触。“曾经,设计师就是为他人作嫁衣的幕后人员”,在杭州从事设计工作13年,曾在UT斯达康、虹软科技等公司任设计总监的张劲松说:“2000年的时候,在拥有近3万名员工的华为公司,所谓的‘工业设计师’只有5到6人,到了今天,在20万员工中,就有近千位‘工业设计师’,这说明,企业越来越重视设计师的力量。”

全球设计大咖齐聚西湖

本次论坛以中国和亚洲为基础,整合全球创新资源,服务中国整体的产业创新、城市创新和生活创新。

据了解,邓成连、梁志天、黑川雅之、陈幼坚等设计大咖作为演讲嘉宾,在论坛上分

别就产品设计管理、品牌设计管理、建筑设计管理、室内设计管理等发表演讲。论坛在设计学、美学和商学知识架构中,为业界专业人士提供了一个专业国际平台,以互动交流与体验的方式,探索从设计创意到整体的商业成功、社会成功和文化成功的策略、方法、价值和立场,是企业家、创业家不能错过的一场思想盛宴和一次全球性的经验交流机会。

参会者更是涉及了产品设计、建筑设计、室内设计、品牌设计、时尚设计、设计教育、企业和研发中心等几乎所有领域,其中既有独立设计师,也有设计负责人、设计总监、创业家和企业负责人,此外还有设计教育工作者、媒体和设计促进机构的代表。

杭州西湖博览会办公室副主任惠秀琴说,本次论坛通过邀请最高质量的演讲嘉宾和最专业参会嘉宾,以求搭建成为亚洲最顶尖的真正的分享、协作、对话和交流的业界平台。

引进全球设计大奖

此次论坛引进素有“室内设计奥斯卡奖”之称的“安德鲁·马丁(Andrew Martin)国

际室内设计大奖”颁奖盛典,以此提高行业专业化水准,提升论坛影响力,并将论坛培养成为国内、亚洲,乃至国际的专业设计界盛会。

安德鲁·马丁国际室内设计奖由英国著名家居品牌安德鲁·马丁设立,是国际范围内最具水平的,专门针对室内设计和陈设艺术设立的奖项,旨在为国际室内设计行业推介设计明星,并提升优秀室内设计师们应有的知名度,该奖项凭借其广泛的社会影响力,评审团的广泛社会代表性、公平性和高深的行业水平,吸引着全球设计界的眼光。该奖被美国《时代》、英国《星期日泰晤士报》等主流媒体推举为室内设计行业的“奥斯卡”,而《Andrew Martin国际室内设计大奖年鉴》则被誉为“室内设计业的圣经”。

该奖于2007年引入中国,自2008年以来越来越多的中国设计师作品也陆续被收入《Andrew Martin国际室内设计大奖年鉴》,让中国设计赢得了世界的瞩目和认可。今年,共有14位华人设计师入围本年度“安德鲁·马丁国际室内设计大奖”,杭州本土设计师金坚也在获奖名单中。

借力“大虹桥” 昆山现代服务业谋求转型

■ 王英华 张博

近日,上海大学会展研究院和上海会展行业协会共同制定了《昆山花桥会展业发展战略暨实施方案规划纲要》(以下简称《纲要》)。据悉,该《纲要》受昆山市委政府和花桥开发区管委会委托制定,涉及战略、战役、战术三个层面。

根据昆山的规划,当地将推进创新驱动、服务业转型、五位一体发展和全面小康建设的主导产业、引领产业乃至支柱产业,三五年内“坐三进二”,跻身会展二线城市之列。

建成上海后花园

近年来,随着资源、能源、环境问题的加

剧、劳动力成本的不断攀升、外贸走势下滑、产业急需转型升级等带来的冲击,昆山市需要将转型发展、创新驱动作为新的课题。

数据显示,2012年,昆山GDP总量达2730亿元,人均GDP高达16.6万元。而花桥发展会展业仍需在区位优势上寻求机遇。花桥距昆山市中心16公里,距上海市区20公里,距虹桥机场、高铁枢纽25公里。花桥旅游文化资源丰富,两湖三镇、名人故里星罗棋布,商贸服务、节庆休闲、人文旅游等在逐步发展过程中,具有较大开发潜力。

按照昆山的发展规划,当地将由会展业引领,由台商集聚区建成上海的“后花园”,并以此走向国际知名、国内一流的现

代服务业创新城市,创新研发基地、品牌营销基地、文化产业集群、交通物流基地,成为上海西部一个现代服务业创新城市。

促进竞争力升级

当前,会展业作为城市核心竞争力转型升级的抓手,已成为国内外许多城市高度重视并竞相投入的重点行业。展览王国德国的经验证明,城市经济的崛起须借助会展业的有效支撑。

众所周知,会展业在全球范围内成就了诸多知名城市,如会议城市:日内瓦、洛桑、达沃斯;展览城市:汉诺威、法兰克福、杜塞尔多夫、慕尼黑、米兰;节庆城市:爱丁堡、奥兰多、潘普洛纳等。在国内,义乌、东莞厚

街、柯桥、南宁、成都、广州等,均是由于会展业的发展带动出创新驱动、品牌营销力、产业整合力、文化凝聚力和社会感召力,进而使一个城市有能力在全球市场实现资源配置、品牌营销、关系建构、供需互动、创新引领。同时会展业也在一定程度上标志并决定着该城市现代化进程和方向、内容、结构、特点和水平。

据透露,上海大学会展研究院将对昆山市花桥会展业发展继续提供相应的服务支持,助力昆山现代服务业的创新转型。

会展观察