



信息集结号

2014 慕尼黑上海电子展 强势出击

本报讯 2014 慕尼黑上海电子展和慕尼黑上海电子生产设备展将于3月18日至20日在上海新国际博览中心举办,该展会形成较为集中的展示优势,本届展会将全方位展示电子产业链的关键环节。不同领域的国内外领先原厂将重装亮相。

慕尼黑上海电子展将立足于各种关键电子器件,重点展示半导体、分立器件、功率器件和模块、开关及连接技术、无源元件、微纳米及传感器技术、微波和射频器件、嵌入式系统、显示、PCB、线束等主题展品。着眼于各种精密电子生产设备和制造组装服务,展示核心科技,打造完美线束加工、EMS、测试和测量、点胶注胶、焊接、电子和化工材料等技术。 (吴 衡)

2014 广州广告标识展 预计展出面积 13 万平方米

本报讯 2014 中国(广州)国际广告标识展览会将于2月23日至26日在中国进出口商品交易会会馆(琶洲展馆)举办。本届展会预计展出面积将达13万平方米,参展企业近1800家,共设13馆5区。

该展会开创性地将户内外喷印、激光雕刻、展览展示器材、LED显示屏与LED照明产品同台分区展示,成功为广告行业打造了首个最为完整的一站式商贸采购平台。展会将继续以提升整个行业素质为使命,不断为展商和观众呈现更为完整、优质的广告生产加工制作产业链,带动广告行业走向国际化。同期展会及活动有:全球最大LED暨LED照明产业盛会——2014 第十届广州国际LED展览会(LED CHINA 2014)、展商自主主题产品研讨会、新品发布会等等。 (静 安)

2014 广州包装制品展 搭建高端供应商交流平台

本报讯 2014 第十届广州国际包装制品展览会将于2月26日至28日在广州琶洲南丰国际会展中心举办。该展会立足广东,旨在满足奢侈品、珠宝首饰手表、烟、酒、茶叶、化妆品、保健品、食品、电子产品及礼品等中高端商品的现代包装需求。展会坚持搭建终端用户与中高端包装制品供应商理想交流平台、实现艺术价值与商业价值之间的完美融合、提供专业且迎合当前行业及企业需求的活动策划。

经过多年的孕育,展会积累了丰厚的行业资源及人脉,从最初纯粹的展贸平台发展蜕变成成为现今的中国包装行业风向标,更成为了当今中国年度高端创意包装的采购平台。

作为中国主要的产品生产加工基地及主要商品进出口贸易通商口岸,广州是中国珠三角包装装潢工业领军者,以广州为中心的珠三角地区云集了数万家极具实力的创意包装生产加工企业,每年包装装潢工业产值占全中国的41%,更汇集了世界高端包装制品加工、设计、原料采购、市场信息及各种商贸活动。无疑,定包装,来广州,已成行业趋势。 (毛 雯)

节庆快递

2014 民俗文化艺术节 促进文化与旅游深度融合

本报讯 第十届民俗文化艺术节近日在湖南路狮子桥圆满闭幕。为认真落实有关部门提出的相关指导精神,进一步挖掘传统文化内涵,不断放大湖南路文化品牌,促进民俗与文明、传统与时尚、文化与旅游的深度融合,通过民间文艺才艺展示、民俗文艺演出等形式,让广大市民和八方游客在湖南路度过一个文明、祥和、喜庆、欢乐节日的同时营造氛围,是举办该节会的目的。本届节会设彩编、剪纸、竹刻、刺绣、木雕、糖艺、空竹、脸谱、风筝、葫芦雕、烙画、花灯、玻璃工艺、骨雕、瓷笛、玻璃拉丝等50多个民俗工艺展位。 (张 楠)



■ 本报记者 范丽敏

日前,为期3天的2014北京春季中国婚博会(以下简称中国婚博会)在国家会议中心闭幕。大部分观众表示,展会现场异常热闹,犹如一个“大卖场”。而不少参展商认为,时下年轻人更愿意举办少花钱、重实用的个性化婚礼,婚庆消费有所减少,一年举办春夏秋冬4届中国婚博会有点频繁。

除了中国婚博会外,各地婚博会近年来如雨后春笋般冒出,有些更是春夏秋冬一年举办4届。这些规模不一、档次不同的婚博会确实为观众提供了一站式采购的平台,但是婚博会亟需转型发展,其多与杂也让展商力不从心。

现场热闹异常 犹如“大卖场”

展会开幕当天,虽然已经立春,但是气温骤降,寒气逼人。

然而,料峭的春寒并没有阻挡住青年男女观展的脚步。记者刚刚走出地铁站,只见不少青年男女手拉着手,朝国家会议中心走去。路的两边,展商工作人员不自觉地形成了夹道热烈欢迎之势,不少“小蜜蜂”(到处拉客人到自己公司位置的临时工作人员)边介绍企业情况,边向过往的观众散发宣传资料。

中国婚博会现场更是热闹非凡,场面火爆。

“美女,来这看看。我们有许多套系都打了对折,非常优惠。”巴黎婚纱展台的“小蜜蜂”卖力地对着来往的青年男女吆喝着。

对面,蒙娜丽莎展台的“小蜜蜂”同样在奋力叫喊:“进来了解一下吧,我们这儿

婚博会频繁来袭 参展商力不从心

的婚纱照不但拍得专业,而且性价比高,来看看吧。”

不少观众向本报记者反映,参观中国婚博会,犹如在逛一个“大卖场”,吆喝声不绝于耳。尤其是婚纱摄影展台,四周都站满了工作人员,在全力“拉客”的同时,手里还拿着玫瑰花、毛绒玩具、小饰品,“诱惑”来往的青年男女。

“自从上世纪80年代国内婚纱摄影市场起步以来,全国各大婚庆机构如雨后春笋般相继涌现。进入新世纪,大大小小的影楼、工作室等更是遍地开花,在满足市场需求的同时,更加剧了市场竞争。作为国际化大都市,北京婚纱摄影市场的竞争逐渐呈现白热化。”聚焦摄影运营总监闫建哲告诉本报记者,各大婚纱摄影展商都推出了优惠策略,并极力“拉客”,欲在中国婚博会上赢得更多订单。

中国婚博会组委会宣传推广中心总监杜薇在接受本报记者采访时表示,此次中国婚博会展览面积达4万多平方米,吸引了来自英国、美国、法国、意大利、日本、韩国等3000多个国际国内顶级品牌参展,展示了包括摄影、礼服、首饰、彩妆、旅游等在内的50万款结婚新品,为观众提供了一站式结婚采购服务。

“春季中国婚博会结束后,北京将举办夏、秋、冬三季展会。此外,组委会还将在上海、广州、武汉举办春夏秋冬四季展。”杜薇说。

一年4届 展商认为过频

“在北京举办的春夏秋冬四季展会,我们都参加。”在接受本报记者采访时,多家参展商异口同声地说。

参加一年4届中国婚博会是主动选择?还是被动无奈?对此,他们却有了不同的声音。

“事实上,时下年轻人的婚礼观正在悄然发生改变,由原来的互相攀比排场、苛求仪式,转变为举办少花钱、重实用的个性化婚礼。为了一时风光而‘豪掷千金’的婚礼日益减少,相反,户外婚礼、海岛旅行等个性突出、充满爱意和祝福的婚礼却层出不穷。这不仅给婚庆从业者提出了更高要求,加剧了行业竞争,还令婚庆市场无形中不断萎缩。”有参展商告诉本报记者,一年举办春夏秋冬四届中国婚博会有点频繁,再加上展位费、灯光布展等费用,还有不断上涨的人员工资,他表示“鸭梨”很大。

还有参展商直言:“一般来说,春季、夏季的中国婚博会人气较旺,签单较多;夏季和秋季展会时间间隔较短,因此,秋季人气较为一般。”

名为“北京婚礼主持强子”的博主曾撰文写道:“最初的婚博会,婚礼服务行业对其充满了期待,因为一年一次,参展商准备充分,攒足了精神,产品精,服务好。后来变成了春秋各一次,也还可以,春季一次主要承接上半年的婚礼,秋季一次为来年做打算,既宣传了品牌,又可以吸引顾客。再后来,变成了一年四次,同样是锣鼓喧天,轰轰烈烈,热热闹闹,细品却索然无味。因为组织者已经对婚博会赋予了更多的商业内容,更重视招商,而逐渐淡化了服务。”

对此,组委会却有不同的看法。杜薇认为,北京婚庆市场广阔,为了强有力地拉动结婚消费,更好地服务消费者、使消费者能够省时、省力、省心地举办一场完

美的婚礼,组委会经过充分调研,将中国婚博会最终定为一年举办4届。

婚博会扎堆儿 鱼龙混杂

除了中国婚博会外,各地婚博会近年来如雨后春笋般冒出。

以二三月份为例,北京、上海、广州、苏州、成都、武汉、无锡、长春、西安、天津、济南等地都计划举办结婚类展览会。记者调查发现,这些展会在时间上像是约好了似的,乐此不疲地扎堆儿。有许多地方的展会都在同一时间举办,如2014北京婚博会(北京结婚展)、2014春季成都婚博会和第十届山东(济南)春季婚博会在2月22日、23日同时举办,2014上海春季中国婚博会和广州2014年春季中国婚博会都在3月8日、9日举行。

更让业界不解的是,中国婚博会组委会的做法在全国得到复制,不少地方也举办春夏秋冬4届婚博会。再加上一些小型的婚博会,有些城市一年竟能举办十几场婚博会。

观众肖先生说,婚博会多了,难免鱼龙混杂,有些婚博会“挂羊头卖狗肉”,有些婚博会组委会还做钓鱼网站,欺骗消费者。

有媒体报道,首次在云南昆明举办的婚庆博览会除了设有两个婚庆摄影的摊点以外,再无任何与婚庆相关的摊位,更多的摊位在贩卖饰品、服装、箱包等商品。

“确实,婚博会不宜过多过频。”肖先生认为,婚博会如果不讲质量而只讲数量和效益地盲目乱办,就不可能更好地发挥展览会的功能,甚至还可能会带来负面影响。



鼎文 摄

走马观花

台湾:灯会融汇传统与现代元素

■ 陈小愿

二月中旬,台湾南投县。天气虽然冷,中兴新村的人气较往年却“热”了许多。

近日,中式元宵节“巧遇”西方情人节,在中兴新村正式拉开帷幕的2014台湾灯会自然也多了一份浪漫气息。

迈入第二十五年的台湾灯会,在国际上已颇负盛名,曾被称为全球最佳节庆活动之一。

“我们希望在灯会上打造合家欢乐的概念,使之充满喜气洋洋的气氛,让前来赏灯的朋友都能感受到过年的热闹氛围。”台湾旅游业界人士刘喜临告诉记者。

而这份热闹,随着13日晚间的试灯活动已经开始升温。

传统花灯惹人喜爱

记者在位于中兴会堂大操场的主灯区看到,今年的主灯龙驹腾跃高达23米,为历年之最,其造型以擅于奔跑登高的古代名驹“焉耆马”为延伸设计,采龙驹姿态“腾跃”玉山之巅。主灯内有超过20万个LED灯泡,璀璨度更胜以往。“现代社会提倡节能减碳,采用LED灯,既可以达到高亮度,又可以较少耗能。”刘喜临说。

今年的灯会,传统元素依然浓厚,除主灯采马年属相外,“传统灯区”的“起源传说”、“日升月恒”、“快乐天堂”等六大主题灯饰,通过讲述远古传说、倡导“重德行善”等传统美德、反映民间祭祀习俗等题材的各种灯饰,呈现了自然和人文等相结合的传统文化特色。

灯艺师林健儿制作花灯已有28年,他向媒体表示,自己一直都抱着将花灯作为艺术品的心情去设计、制作,并致力于琢磨花灯技艺,提升花灯作品水准。“期望花灯这项民俗艺术能越来越精致,越来越受人们喜欢。”

灯会不乏流行元素

除传统民俗元素浓厚的灯饰外,记者也看到了大黄鸭、蜘蛛侠、愤怒的小鸟、变形金刚等现代流行元素灯饰,其色彩又多以黄色、红色等节日传统色调为主。

展出的花灯中,有一部分出自台湾中学生之手。刘喜临说,“通过

让青年学生亲身参与花灯创作,更有助于中华传统文化的传承。”

“以往的灯会比较重视家庭和亲子等因素,而这次正好遇到情人节,再加上2014(谐音‘爱你一世’),因此今年灯会特别重视浪漫元素。”特别设立的“爱你一世”灯区,以爱心及西方爱神丘比特等造型灯饰布置,开灯时将伴有绚丽的烟火秀,为游客营造幸福的氛围。

此外,今年的灯会还含有“大陆元素”。在“友好城市”灯区,展出了以杭州、泰宁、常州等大陆九个城市为主题的花灯。据刘喜临介绍,预计灯会期间将有超过两万名大陆游客前来南投赏灯。

“希望整个灯会能吸引全球超过600万人次的游客。”刘喜临说,因中兴新村腹地较小,主办方不会刻意去追求像去年新竹灯会1200万人次观光客那样的人潮,而是希望能让游客在赏灯过程感到轻松自在。

点评:从今年两岸灯会报道对比不难看到,台湾灯会传统元素依然浓厚,而在大陆,传统花灯的身影正在逐渐隐匿。不仅仅是传统花灯,如今,很多经

典传统工艺等都在渐渐消逝,被列为非物质文化遗产保护起来。有一句半玩笑半认真的话:一旦被“非遗”,就说明它要绝种了……只有民族的才是世界

大陆:难觅手工扎制花灯

元宵节期间,福州、苏州各地举办灯会,塑料花灯、折纸花灯、树脂花灯,种类繁多的花灯营造出了一派热闹喜庆的气氛。可在这些花灯中,却难觅手工扎制的传统花灯踪影。令不少市民感慨:传统花灯哪去了?

现在很难看到这些传统花灯,主要的原因是消费者需求有萎缩。随着民俗的渐渐淡化,传统花灯的数量也逐渐减少。现在新材质花灯特别流行,给传统的花灯市场造成了很大的冲击,那些塑料灯加入了声光电的元素特别受孩子们的喜欢。一家花灯店的老板介绍,经常有孩子就想耍新材质的飞机花灯,而旁边挂着的绸缎扎制的、纸质的金鱼灯、兔子灯等传统花灯就很少有人问津了。大家民俗观念渐渐淡化,需求量也少了,所以经销商就不会再去进货,卖

的情况也不好。

另外,传统花灯手艺面临失传。传统的花灯虽然很精美,但是花费的人力成本和时间成本都非常高,挣的钱又很少,每年只有一两个月的销售期,辛苦了一年挣的不过几千元钱,有时候很难糊口。

一些专家提出,传统花灯欲求发展就必须从两个方面下手,一方面就是应打文化牌,把花灯和本地的传统紧密结合,丰富的花灯文化内涵和地域特色结合,充分发挥传统花灯的魅力。另一方面,传统花灯也要加入科技的元素,把传统和科技结合起来满足市民求新求变的口味。台湾业内人士黄文全认为,传统的花灯也应该有时代感,这样才能让这种花灯制作技法在新时代理念中更好的传承。

(李 赢)

的,如何让传统花灯在元宵节大放异彩,如何让我们的千年文化代代传承并走向世界,台湾灯会以及当地灯艺师在传统文化上用的“心”,值得学习。