



信息集结号

2015中国昆明泛亚休博会闭幕

本报讯 日前,由国际休闲产业协会休闲养生专业委员会、中国贸促会云南省分会、昆明市博览事务局、昆明广播电视台(集团)共同主办,云南华朗会展有限公司承办的2015中国昆明泛亚休闲产业博览会在滇池国际会展中心闭幕。首届休博会为期5天,规模为3.5万平方米,吸引了10多个国家和地区代表参展,展品涵盖飞机、游艇、房车、名车、房地产、重装摩托、越野改装车、自行车、民俗婚庆产业、儿童主题乐园、温泉度假、景区景点、时尚俱乐部、珠宝红木、休闲食品、进口水果、一县一精品高原特产等20多个休闲相关行业。

据介绍,本届休博会将为国内外休闲产业领域提供广泛的交流采购平台与合作渠道,为广大消费者提供一个一站式、全方位、高品质的休闲生活方式体验平台。

休博会组委会希望依托云南昆明得天独厚的旅游休闲产业优势和面向南亚东南亚的区位优势,未来把休闲产业博览会办成面向东南亚、南亚的休闲经济的重要载体,规模持续扩大、内涵不断丰富、层次逐年提升、效益更加彰显,形成集展示、展销、论坛、评选为一体,亚洲规模最大、专业化程度最高、品牌影响力最大的专业国际展会,为中国与东南亚、南亚及世界各地交流休闲文化、促进休闲产业合作提供平台。

(滇闻)

第二届茶业大会
聚焦“一带一路”机遇

本报讯 由中国农业国际合作促进会茶产业委员会、清华大学紫荆创新研究院主办的2015第二届茶业大会将于9月19日至20日在北京中国农业科学院国家农业图书馆报告厅举办。本届大会以“融合与发展”为主题,旨在结合当前国内外经济大环境共同探讨中国茶叶发展新道路。

2015第二届茶业大会将邀请国内外涉茶代表500名,结合当下市场发展状况,围绕“一带一路与中国茶叶”、“涉茶扶持政策解读”、“茶叶质量、标准、生态安全”、“互联网+中国茶产业”、“国外茶叶深加工技术”五大板块进行,商务部、发改委、农业部多位专家,知名茶企、线上交易平台CEO齐聚一堂,深入探讨和交流中国茶叶发展新方向。

同期,还将邀请来自中国农科院质量标准与检测研究所、中国标准化研究院、中国医学科学院药用植物研究所、中国中医科学院中药研究所和上海通标标准有限公司(瑞士SGS集团)多位专家老师到场,同期举办“2015第一届养生茶论坛”、“第二期全国茶叶质量、标准及出口法规、生产管理培训”以及养生茶发展研究中心、茶叶质量研究中心成立仪式,“一带一路”与中国茶叶课题组成立仪式,中国茶叶质量、标准宣传月启动仪式等。

(李俊杰)

中国微商品牌论坛在京闭幕

本报讯 日前,中国微商品牌论坛暨2015中国微商品牌榜颁奖盛典在北京京西宾馆闭幕。本次论坛是由中国互联网新闻中心主办,中国网公益中国频道、中国品牌领袖联盟协办,中国网中国品牌频道、中视聚联(北京)文化传媒有限公司承办,并由中央电视台著名主持人阿丘、尼格买提和蒋蓝诺联袂主持。

中国网中国品牌频道、公益中国频道总编辑吴仕鹏表示,举办这样的论坛,是希望能站在行业角度上提出一些规范,达成一些共识。全国政协副秘书长、国务院参事室原参事、中国民营经济研究会会长保育钧肯定了微商行业对国家经济的发展做出的贡献,同时也指出微商发展过程中的问题和不足。

“2015中国微商品牌榜”也同期发布,数十位来自化妆品、服装、食品等门类的微商品牌和企业荣获“2015中国微商品牌榜”各项荣誉。论坛还举行了“第二届中国行业影响力品牌夏季峰会”和公益类纪实专题节目《爱心公益行》的启动仪式。

(任作君)

专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对下述专利(申请)权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅该公司网站www.jbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

1.一种性爱辅助工具(201410339534.7)

本发明包括4个构件,它们相互结合、相互配合。该工具彻底解放了女士在性爱活动中的性主动,可以使女士抛去体力与体重的包袱去更投入、更主动、更持久的获取最优性愉悦。其市场前景广泛,经济效益巨大。

2.一种磨刀机(ZL201420630755.5)

本专利代替普通的砂轮打磨,应用于玉米收割机刀具或其他类似刀具的打磨,使刀刃平滑,打磨后的刀具在满足使用要求的同时,刀具损耗低,使用寿命常,同时,降低了农用收割机因刀具间隙及刀具自身原因造成的事故及损失。



“纺织周效应”为纽约展加温

■ 方茂

近日,由中国纺织工业联合会主办,中国贸促会纺织行业分会与法兰克福展览(美国)公司共同承办的第十六届中国纺织品服装贸易展览会(纽约)暨纽约国际家纺采购展(HTSE)、纽约国际服装采购展(APP)、美国TEXWORLD USA服装面料展(统称纽约展)在纽约贾维茨会展中心举办。作为同期举办的“纽约纺织周”的组成部分,纽约展与同期在纽约市举办的其他纺织服装类专业展会,发挥纽约市时尚中心的优势,为全球业界的采购商提供了一个集约、高效的集合时尚采购平台,已经成为美国东海岸乃至全球重要的时尚产业供应链节点之一。

纽约纺织周聚集超高人气

本届纽约展是该项展会举办的第16个年头,共有来自中国、美国、印度、巴基斯坦、土耳其、哥伦比亚、意大利等20多个国家和地区的逾千家参展商参展,展品涵盖服装服饰、服装面料及辅料、家用纺织品等。展会为期3天,展出面积近3万平方米,比上届增加了近30%。其中,中国企业展出面积增长明显,服装同比增加50%,面料同比增加36%,家纺与去年持平。这一方面反映出在当前国际需求不振的情况下,国内企业对美国市场的期待加大;另一方面也反映了主办方平台升级、服务优化的持续努力受到参展商的认可。此外,土耳其展团展出面积扩大了一倍,美国本土企业则首次以展团形式在纽约亮相。

值得一提的是,在纽约州政府的支持下,从2015年春季展会开始正式引入“NYC Textile Week(纽约纺织周)”品牌概念。在7月21日至23日夏季“纽约纺织周”期间,除纽约展(APP、HTSE、Texworld USA)三展隆重举行之外,还有主要定位于男装的

Mrket(男装展)、Project NewYork(男士休闲装展)和TENTS(男装展)、AGENDA(潮流服装服饰展),以及以面料为主的PV New YorkPV面料(纽约)展和Milano Unica New York米兰面料(纽约)展等业内众多知名展会齐聚纽约,同期举办。在纺织产业链之间产生前所未有的集聚效应,提升纺织服装产业在社交、教育、商业和文化方面的综合影响力,突显“中国制造”在全球纺织产业链中的重要力量。

中国企业参展诚信客缘

今年上半年,我国外贸出口出现下滑,与欧盟、日本两大传统市场以及东盟市场相比,我国对美国出口情况较为稳定,在主要市场中降幅最小。4月,我国纺织品服装对东盟和日本市场出口下降比率超过15%时,我国对美国仅下降4.4%,其中纺织品还有7.8%的增长。5月,我国纺织品服装出口额总体下降6.3%,但当月对美出口仍保持7.6%的增长,中美两国纺织服装贸易的稳定与长久令人期待。

曾经以出口澳大利亚、新西兰和欧洲为主的无锡吉润国际贸易有限公司就是其一,今年公司开始将美国视为重点发展市场。

常州老三集团有限公司也是今年首次参展的企业,主要参展产品为POLO衫、T恤和针织夹克。据集团“80后”二代接班人姚顺介绍,由于近年来日本、欧洲市场波动较大,企业3年来开始开拓美国市场,订单比例迅速达到集团外贸量的50%。“近几年我们的实践证明,美国市场广阔,作为拥有织造、染整、印花、水洗、成衣生产流水线,享有自营进出口经营权的生产企业,我们开拓美国市场大有潜力。借此次参展的机会,我们将面对面与客户交流。”

宁波高度进出口有限公司是第三次参加纽约

展。公司总经理翁利是位有经验的“老外”。开展第一天,仅半天工夫,他已结识了来自美国、加拿大等地的20多位新客户。“通过历届纽约展,我们结识了很多重要客户。在现场,我们一方面展示自己具有自主知识产权的新产品,一方面从客户那里得到市场趋势的新资讯,很有收获。”翁利表示:“现在带着常规产品到美国找寻大单的心理已不实际,拥有小批量、多品种、自主研发能力的企业才有市场。市场新需求也倒逼企业逐步在战略思路、产品研发、供应链管理上转型升级,拓宽服务领域。我们正在迈向一条新外贸之路。”

现场活动看点颇多

与以往整个会场设置一个主趋势展区不同,本次展会现场,纽约展艺术总监路易斯·热兰与格雷戈里·拉姆达将在面料和服装区域分别搭建大小不等的四处小型趋势展台,为观众带来更加美妙的观展体验。除此以外,展会开幕当天上午,主办方将组织专场2016/2017秋冬趋势解读,到场观众可以现场与艺术总监零距离互动。

在家纺区域,主办方继续与法兰克福家纺展的合作单位WGSN(Worth Global Style Network)配合,形成欧洲与美国市场的联动。WGSN基于大量研究,通过对杂志、博客、时尚达人、展会等相关信息的搜集,对消费者心情和购买行为变化进行了深入分析,本次展会上,WGSN将分享相关案例,帮助观众对行业未来趋势“知其然,也知其所以然”。

今年展会现场的论坛活动数量也创下了历届之最。论坛围绕采购商关注的热点问题,如:下季流行趋势、技术创新、产品设计、零售市场、可持续发展等展开主题讨论。论坛采取开放式入场形式,除采购商外,参展商如有时间也可前往,座位先到先得。

走马观花

2015亚洲户外展:酣畅狂嗨10周年

■ 本报记者 叶灵燕

在狂热的7月,在“火炉”南京,为期4天的2015第十届亚洲户外用品展览会(以下简称2015亚洲户外展)酣畅地躁动了一把。

2015亚洲户外展恰逢创展10周年,是一场里程碑式的行业盛宴,更是一场开启翻滚狂嗨模式的“户外世界”聚会。

7月23日,记者在展会开幕当天注意到,展会现场不仅有众多新鲜出炉的高科技新品,还有各种不容错过的升级版配套活动,更有难得一见的户外大咖亲临现场,让中外观众忙得团团转。

最潮装备集体来袭

正如欧洲户外展项目总监Stefan Reisinger所言:“德国菲德烈斯哈芬展览团队会全力支持亚洲户外展,在10年的基础上,继续谱写辉煌。”

国内外各大户外品牌也一如既往地倾力支持亚洲户外展。为2015年亚洲户外展10周岁庆生,他们携最新、最潮的户外装备盛装亮相。

记者在展会现场看到,绿波户外携2015秋冬产品、超前的O2O营销方式,以全新的品牌形象惊艳亮相。特别是绿波简洁、环保而带着原生态气息的体验馆备受瞩目,走入其中,就仿佛从繁华的城市转身于自然之中。作为此次展会的一大亮点,绿波O2O智能店与广大观众见面。绿波户外现场工作人员告诉《中国贸易报》记者,绿波是此次亚洲户外展数百家参展品牌中唯一一家以O2O智能店为主打的户外品牌。

记者还看到,作为亚洲户外展新生力量之一的海康威视旗下品牌萤石,携自主知识产权产品S1互联网运动摄像机出现在展会现场。观众在现场与产品进行体验互动,工作人员则在旁边热情地介绍其产品的不同之处:可以高速抓拍精彩瞬间,自行

对视频进行剪辑,极具大片效果,更具运动气息……让观众尽情享受户外运动的魅力。

2015亚洲户外展不但有TOREAD、KAILAS等老朋友的支持,而且还有芬兰高端滑雪品牌HALTI和儿童户外品牌Reima等的新近加盟。据主办方提供的资料显示,本届展会总面积达到5万平方米,共有617个参展品牌。其中,国际品牌160个,占26%。

可以说,2015亚洲户外展首次组织的俱乐部之家和集团采购会,为俱乐部与参展品牌、商场百货与参展品牌之间建立起直接的合作交流平台。

最酷活动竞相躁动

不仅如此,2015亚洲户外展还精心策划了一系列聚合品牌、经销商、专业媒体、赛事组织机构优势的10周年庆典活动。

2015COA户外高峰论坛、COA中国户外产业报告会、2015亚洲户外产业大奖颁奖典礼、诺诗兰NORTHLAND冠名的“量山好汉”紫金山荧光跑、首届亚洲青少年户外教育论坛、KAILAS杯亚洲户外展攀岩挑战赛等,哪个活动更精彩?

当然,经典依旧出彩。扁带秀、攀林、欢乐骑行等精彩活动,继续为大家带来一个活力酷爽的亚洲户外展。不过,首次举办的活动也大有看头,让人既酣畅疯狂又“涨姿势”。

业内人士预计,未来5年内,青少年户外用品市场将成为户外市场新的增长点。作为行动派的亚洲户外展洞察到这一趋势后,今年专门设立了青少年户外专区,同期配有首届亚洲青少年户外教育论坛、青少年夏令营等一些列活动,吸引不少专业青少年户外教育机构到场交流。记者在展会现场看到,分不同时段开讲的青少年户外讲座每次一开讲总能吸引不少认真听讲的好学生。

首次举办的活动,除了有“涨姿势”的活动外,



还有让人玩嗨的活动。2015亚洲户外展首次引进新兴潮流运动、户外运动新秀品种——干攀,携手KAILAS共同举办刺激烧脑的干攀挑战赛。在本届亚洲户外展攀岩区,参与、围观干攀的人不少,很多人觉得既新鲜又刺激。一位刚体验完干攀的王姓小朋友告诉记者,她是第一次接触干攀,觉得利用冰镐和冰爪进行攀岩很好玩,但人感觉很累。

最炫大咖高调驾到

每个热爱户外运动的人心里都住着一个打不败的“怪兽”,不轻易放弃、不轻易停下脚步……内心强大而又感情充沛,走过的路、登过的山、跨过的河,故事那么多,就等着与大家一起来分享。

2015亚洲户外展和一些参展品牌很早就“昭告天下”,会邀请众多户外大咖,如刚拿到世界杯三连冠的世界攀岩冠军钟齐鑫、备受关注的“中国民间女子登山队”代表等驾临现场神侃狂聊,分享其那些年的户外体验,传播正能量。

展会开幕当天,中国首部户外探险电影《七十七天》剧组在南京国际博览中心举行媒体见面会。《七十七天》电影导演、编剧、主演赵汉唐亲临现场,讲述横穿羌塘无人区拍摄电影经历的难以想象的生死考验,令粉丝们听得如痴如醉。据悉,该影片目前已经完成了前期拍摄,整部影片将于2016年6月杀青。

再比如2015COA户外高峰论坛,云集了北京探路者控股集团股份有限公司董事长盛发强、北京思凯乐旅游用品有限公司总经理曾花、南京边城体育用品股份有限公司董事长黄耿等户外行业大咖,使亚洲户外展富有深度、更具内涵。台上,大咖嘉宾们分享“干货”、巅峰对决;台下,与会者听得认真,“涨了姿势”。据记者了解,不少参展商是“翘班”跑来听会的。

好听的故事、好用的产品、好玩的活动,我们在2015亚洲户外展现场亲身感受这场户外盛会的创新表现。亚洲户外展的10周年的这一刻,有你我他共同见证。

