

海宁家博会探寻行业转型新路径

■ 本报记者 兰馨

近日,在浙江海宁·中国家纺城国际贸易中心举办的2016年海宁·中国家用纺织品(春季)博览会(以下简称海宁家博会)上,再出发的海宁家用纺织品企业抓住国家战略机遇,进一步加快转型升级,力争在品牌创新上寻求新的竞争力。

据悉,以“平衡·创新·专注·共赢”为主题的本届海宁家博会,其规模达到50余万平方米,吸引了3100多家国内外家纺布艺、家居软装行业的品牌参展。

谋求战略机遇

与大多行业一样,海宁家用纺织品的企业同样面临“去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板”的挑战。

尤其是近两年来,从国家提倡的“一带一路”政策解读,到产业转型的压力,布艺名镇许村也经历着转型的阵痛。在这一背景下,许村联手2016年中国纺织工业联合会创新人物组委会,从产业集群的转型出发,本

着跨界共赢的思路,为海宁家用纺织品企业的创新升级,提供可借鉴的经验。

据海宁许村镇镇长杜莹池介绍,今年前2个月,许村家纺生产总值达40亿元,利润2.5亿元;同比分别增长了12%和25%。尽管去年家纺年产值下降了0.55%,但预计今年将仍保持增长势头。

杜莹池强调说,今年许村家纺将进一步帮助企业提升家纺布艺的品牌知名度,在品牌创新上,政府将给予配套支持。

打造O2O平台

本届海宁家博会期间,由许村镇支持的窗帘布艺行业O2O平台“帘到家”与京东达成战略合作,借助京东家居家装板块的优势,实现窗帘布艺产业链资源整合、优势互补,在提升行业品牌价值和消费者体验的同时,为窗帘布艺行业的转型寻求新的机遇。

作为品牌窗帘O2O模式平台,“帘到家”致力于创新窗帘行业的发展,通过整合产业

链各环节资源,充分利用电商优势,以网络平台为销售载体,以线下服务网点为体验据点,有效实现产业集群、品牌抱团、规模发展。

据了解,消费者通过“帘到家”平台在线上下单后,就会有线下工作人员提供上门测量、实物展示、设计制作等服务,每笔交易有发票、可追踪,真正做到“阳光销售”。目前,“帘到家”服务点已有3000余家,覆盖浙江、山东、黑龙江、福建、江苏等地,已有1666款产品在京东上线。

业内人士认为,“帘到家”在打破上下游产业链、制造商与消费者之间的樊篱,给消费者带来实惠的同时,也实现了产业集群、规模发展。

助推转型升级

“‘帘到家’也将加速行业洗牌,淘汰产品不达标企业,促进产业结构调整。”海宁市家用纺织品行业协会会长曹咬强在接受采访时指出,传统家纺产业已然出现产能过

剩、产品品质参差不齐、盗版侵权行为泛滥等问题,行业亟待转型。

据了解,本届海宁家博会是首次实行市场化运作,旨在通过市场化吸引更多的客商与会。“本届展会客流量明显增大。”海宁中国家纺城董事长姜仲民介绍说,今年第一次接手展会,在加大了资源整合力度的同时,邀请电商团队进驻展会,为与会客商提供便捷的服务。

姜仲民强调,随着市场环境的变化,参展商的观念已经发生了根本上的改变。本届海宁家博会融进了论坛、创意大赛等活动,利用展会这一平台,将原本1+1做的事情,让更多人参与进来,汇聚更多群体的智慧。此外,展会主办方还与广交会组委会合作,邀请境外客商与会,促进出口贸易。

曹咬强表示,随着客商数量和展会品牌知名度的提升,将有助于海宁家纺设计理念,实现大家居的目标。他强调,家纺用品的趋势将以成品为主,这也是企业需要面对的创新与转型升级。

国产无人设备亮相阿布扎比航空航天周

日前,第二届无人系统会议暨展会在阿联酋首都阿布扎比国家展览中心开幕。本届展会是阿布扎比航空航天周活动的一个重要组成部分。展会重点关注创新未来,讨论如何利用和发展更为先进的无人系统,使其服务于国防、安保和其他民用领域。会议吸引了全球一大批无人系统行业的专家、学者和业内相关人士与会,并有来自23个国家和地区的90多家企业和机构参展。

阿布扎比酋长国执行委员会副主席谢赫哈扎·本·扎耶德·阿勒纳哈扬出席了当天的开幕式,并在中国驻阿联酋大使常华的陪同下,参观了中国北方工业公司展台。

在本届展会上,中国北方工业公司送展了旗下的“锐爪1”和“锐爪2”两款无人设备。据北方工业公司参展人员介绍,“锐爪1”是中国第一款出口型无人设备,该无人武器平台可以应对所有地形、天气情况,可以执行边境巡逻等任务。“锐爪2”是一台无人驾驶装甲车,定位是侦察机器人,车身装备6个全驱轮。

中国航天科技集团公司推出了新近研制成功的彩虹五号无人机。据公司参展人员介绍,该款无人机旨在在战斗中执行侦察和打击任务,其载重能力为1吨,起飞重量超过3吨,能够携带可穿透墙壁的雷达,以辨认和追踪建筑物内的目标。(欣华)

厦门国际石材展成就行业最大专业展

日前,第十六届中国厦门国际石材展开幕。受益于厦门国际会展中心四期展馆的全面竣工和投入使用,本届厦门石材展展览面积攀升至18万平方米,规模再创历史新高,共设置国际标准展位9300个,来自全球56个国家和地区的逾2000家企业前来参展。

据本次展会主办方之一的厦门会展泓信展览有限公司总经理赖国香介绍,2015-2016年度对石材相关企业而言是充满考验和挑战的一年。厦门石材展应对全球市场变化需求,调整招展方向,在保持规模优势的基础上,进一步优化参展企业结构,在全球范围内吸纳新展商,在莅会参展的2000余家企业中,首次参展的企业占到总数的20%。其中,有携新矿品种而来的采矿企业,有技术革新、异军突起的新兴企业。

世界各国展馆规模均有扩大,其中,意大利展团总面积扩大19.6%,埃及展团扩大50%,土耳其展团扩大32.9%。与此同时,新增捷克、委内瑞拉、津巴布韦、塞舌尔、斯里兰卡、

阿富汗和摩洛哥等多个参展国。

面对石材行业同质化的发展问题,越来越多的企业着力探索摆脱传统石材企业粗放、单一、盲目的作坊型经营模式,走出一条标准化、规模化、个性化,顺应国际趋势和时代需要的转型之路。

据介绍,多家知名企业与国际顶尖设计师和行业专家联手,多个全新品牌将在厦门石材展上亮相。“设计”和“创新”将成为本届厦门石材展最大特色。艺术美学、简明实用、概念跨界等一系列新兴理念必将令全行业乃至全社会耳目一新。

本届展会迎来了重量级伙伴——美国大理石协会(MIA)的全面加盟,引起业界关注。该协会历史悠久,其前身可追溯至于1907年成立的美国大理石经销商协会;本届厦门石材展期间,美国大理石协会不仅组织了百人团前来参观采购,考察本地企业,还特派5位顶尖专家加入世界石材大会智囊团,举办7场学术讲座。

在历时4天的厦门石材展举办期间,作为



石材行业年度学术盛会的2016世界石材大会同期举行,六大板块涵盖了建筑和室内装饰、产品设计革新、高端科技发布、应用误区分析、商贸经验交流及从业人员知识技能扩充等一系列与石材行业发展息息相关话题。

(杨伏山)

新形势下出展须学会规避风险

■ 张 力

装备制造合作的跟随者和配套提供者。目前,国家倡导、各地政府推动、有金融和信保支持护航的以大型中央、地方国有企业为主体的产能合作正如火如荼地开展。作为跟随者和配套建设者的中小企业则是跃跃欲试、热情高涨。因此,一方面,中小企业加强与大型国企、央企的先头部队紧密对接,谋求在产能转移过程中与大企业合作,通过“曲线救国”“走出去”。另一方面,中小企业继续依托各种对外经贸合作活动和平台,选择“一带一路”沿线国家和地区的市场加紧“勘探”、实地考察,争取比竞争对手先一步发现商机。

展会、论坛、考察是展览公司、行业组织在开展国际经贸合作中的主要商务活动形式。展会作为加强与国外经济合作的最直接和最重要的平台,其主办、承办、组团单位也积极在“一带一路”搭建、寻求好的展会平台,以满足广大中小企业探求商机、转移产品和产能的合作需求。对于已经多年在发达国家闯荡的出国展览业同样面临新形势下开发新市场的挑战,“一带一路”沿线国家和地区的展览市场既是前所未有的机会,同样也暗含着多重风险。

主要风险如下:

首先,是国别风险。国家发改委联合外交部做了60多个国家的国别调查,充分了解这些国家和地区对国际产能和装备合作的

需要和诉求,最终以我国周边国家为“主轴”,以非洲、中东和中东欧国家为“西翼”,以拉美国家为“东翼”,综合确定了45个产能合作重点国家。这些国家政治形势不太稳定,中东北非动荡持续,宗教地区冲突也时有发生。还有些高度集权的国家,位高权重

的个人言行能左右一个展会是否在这个国家如期举办以及举办效果。

其次,是经济上的风险。有些国家经济动荡,债务情况严重,财政、经济各个方面情况都不明朗。有些国家市场规制薄弱,法律不健全,经济政策高度不确定,监管机制运行不透明,汇率变化是其中最突出的经济风险因素。如某展览公司在津巴布韦主办某展,预先准备吃早饭的钱在半小时后,由于汇率的剧烈变化,已经远远不够支付展团人员的早餐费用,更不用说整个展团在一周内的各种展览费用的支付了,在当地各华人机构的帮助下,多方筹集资金才将展会顺利办完,展会的实际收益已经与半年前的预算收益相差十万八千里了。

最后,是安全风险。很多国家治安状况不是太好,有些国家甚至有战乱,内部威胁非常严重。会展企业通常都会带领几十上百家公司走出国门,队伍庞大,人员多元,如果当地治安状况不佳,给展团管理带来极大的挑战,因涉及到参展人员安全,这是企业“走出去”

过程中要特别注意的风险防控点,这方面的实例举不胜举,在此就不一一列举了。

当然,出国主办、承办、组团单位面临和遇到的风险远不止以上所述,诸如签证、运输、通关、腐败、劳工保护(搭建现场)等都是出国展览行业经常遇到的常规问题。

在笔者看来,针对这些风险,企业需要针对性地根据自己的目标市场做好风险评估和管理,并根据企业自身的资源和实力谨慎选择目标国家和市场。

此外,政府也要从战略层面进行风险把控,对不同的国家和地区给出不同的市场进入的风险防控建议。不同于产品输出,产业输出、产能合作最终是需要以产业园区作为依托的。展览会的筹备和举办是相对短期的行为,中小企业通过展览会的平台找到合适的市场和机会后,要实现产业转移和产能合作,投资落户境外、扎根产业园区是个相对长久的过程,这就远远超出了出国展览企业对境外展览环境的风险评估和防控的范围了。

(作者系西麦克国际展览有限责任公司执行董事、总经理)

会展红粉秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

▼信息集结号

北流陶瓷博览会将设电商馆

以“打造合作平台·共享发展商机”为主题的第六届中国(北流)国际陶瓷博览会将于4月18日至20日在广西北流国际陶瓷贸易城举办。

其间,展会将围绕主题开展开幕式、经贸洽谈、合同签订、陶瓷产业发展论坛、出口基地建设经验交流、陶瓷展览、陶艺展示、陶瓷作品评奖、陶瓷精品公益拍卖、旅游美食、名家家居饰品展、名优特色产品展销等系列活

动。本次展会共设有5个展区、1500个展位,使用面积3.8万平方米。主要参展品种有日用陶瓷、艺术陶瓷、高科技陶瓷、工业陶瓷、电子陶瓷、建筑陶瓷、卫浴陶瓷、酒店瓷、礼品瓷以及陶瓷机械、原料、包装辅料等。此外,展会还专门设置了北流陶瓷电商馆,在其中除了可以直接触摸到北流陶瓷精品外,还可以直接连接北流陶瓷电商平台,通过电商平台深入了解北流陶瓷发展的各方面情况,也可以直接下单购买,实现线上线下的互动,促进陶瓷产品体验式的流通,更加突出了时代的特色。

青洽会将举办30余项活动

2016年中国·青海绿色发展投资贸易洽谈会将于6月20日至23日在青海国际会展中心举办,会期4天。

据介绍,今年青洽会的展会活动共有开幕式系列活动、“一带一路”绿色发展主题活动、大会论坛、招商引资专项活动、第三届环青海湖(国际)电动汽车挑战赛、展览展示共六大类30余项活动。

此次青洽会的展览展示将围绕“一带一路”战略、生态文明建设和“十二五”建设成就及“十三五”发展热点领域,设立“一带一路”综合馆、三江源及环湖地区生态建设馆、地区及产业发展馆、企业馆和商品贸易馆。作为展会的重头戏,今年的大会论坛紧扣“一带一路”主题,设立深度融入“一带一路”高峰论坛、“一带一路”文化创新发展论坛、“高原业一新生态”国际高峰论坛及“中国制造2025”专题论坛、中小企业专题论坛、和谐宜居城市建设论坛、昆仑玉产业发展论坛等七大论坛。

中华老字号博览会 设立十大展区

中华老字号博览会暨名优精品展将于9月9日至11日在广州交易会琶洲展馆A区举办。

据悉,本届博览会全新推出十大展区:知名老字号集团展区、老字号中医中药展区、中华老字号美食展区、中国名酒名茶展区、创新旅游商品展区、老字号历史文化展区、广府文化国际交流展区、非物质文化遗产展区、互联网+电商展区、主题和专业活动展区等。同时,博览会举行期间还将举办“老字号+旅游”研讨会、“互联网+”老字号行业交流会,邀请旅游专家、电商企业优秀代表、老字号精英等,就相关话题展开精彩讨论,打造一场老字号行业的思想交流盛会

泰国首届能源展即将开幕

2016年泰国可持续能源与科技展将于3月23日至25日在曼谷国际贸易展览中心举行。此次展览项目的执行委员会主席副教授塔差博士表示,该展会是在泰国举办的首届能源展,得到来自全球15个国家超过300名能源高管的支持,他们也将展会上分享能源政策、科技、创新以及运输方面的知识及经验。

此次展会预计吸引超过2500人参加。国内外领先国有和私营能源组织,将通过超过150个展位呈现先进科技及创新产品;举办超过100个主题的国际专题学术研讨会,话题涉及能源科技的现状和未来发展趋势;获取资金源,形成业务对接,贸易伙伴和业务配对谈判项目超过300项,包括根据亚开行代表提出的建议方案,通过这个平台获取全球领先金融机构的资金源。

越南国际贸易展览会 4月在河内举行

以“加强地区和国际经济对接”为主题的2016年越南国际贸易展览会将于4月13日至16日在河内市陈兴道街国际展览中心举行。该展览会将成为促进越南与地区乃至世界各国贸易的重要桥梁。

据悉,本次展览会将吸引20个国家和地区的450家企业参展,共设520个展位。目前,组委会已收到韩国、乌干达、捷克、斯里兰卡、日本、新加坡和南非等国代表团报名参加。这是越南企业推介产品,同外国经营商互相见面交流、开拓国内外市场的良机。此外,本次展会还为参展各国企业了解越南市场,同越南企业交流和开展投资等创造了平台。

此次展会将展出机械、五金、灯具照明、纺织面辅料、皮革箱包、消费电子、家用电器、家具用品、办公用品、体育及休闲用品等领域产品。此外,该展会还为各家企业提供投资政策、提高企业设计能力的咨询等。

(本报综合报道)



加强国际产能和装备制造合作是实施“一带一路”国家战略的重要内容。从行业来看,如果高铁、核电、通信、新能源等高端行业及基础设施建设,是国际产能和装备制造合作的主要行业和“走出去”的主要领域,那么成千上万的中小企业则是国际产能合作和装