

北京烘焙展让观众 津津有味

■ 本报记者 谢雷鸣

民以食为天。自古以来,食品就发挥着重要的文化功能,与政治、经济也有着密切的关系,大到国家交往,小到朋友聚会、生日纪念,都少不了食品的参与。在现代社会,烘焙食品在人们的生活中占有越来越重要的地位,不仅是烹饪的组成部分,而且已成为一种文化象征,比如生日蛋糕、中秋月饼等都反映了不同的文化内涵。

4月12日至14日,以“幸福烘焙、活力北京”为主题的2017第十四届中国(北京)国际烘焙展览会(以下简称北京烘焙展)在北京中国国际展览中心举办。展会期间,还举办了烘焙大师创意大赛、国际甜品装饰大赛、中国月饼精英技能大赛、烘焙高峰论坛、中国烘焙管

理营销技术大讲堂等十多场丰富多彩的活动,向国内外观众展示了中国烘焙行业的最新发展水平和未来发展潜力。

烘焙盛宴吊足观众胃口

近20年来,烘焙行业在我国得到持续快速发展,烘焙爱好者群体不断壮大,尤其在都市年轻人生活中,家庭烘焙已成潮流趋势,以面包、蛋糕等为代表的各类甜品成为部分居民生活中的标配食品。据北京烘焙展组委会工作人员介绍,目前,烘焙食品正从一二线城市逐渐向三四线城市以及农村市场渗透,面包、蛋糕、饼干等烘焙食品逐渐成为我国居民的早餐主食。

展会现场,来自广州、汕头、青

岛、香港等地的相关企业展示的新技术、新产品、新工艺、新材料及优质食品原辅料、器具设备,吸引了年轻观众的目光。一位30出头的刘姓女士告诉记者,她和家人对烘焙颇感兴趣,听说国展有烘焙展,还有烘焙厨师现场传授技艺,就过来看看,找点新发现。

丰富多彩的活动组织形式和展会大量的专业观众,让数量庞大的参展商在展会期间获得更多多元的信息。汕头市富昇食品有限公司区域经理陈春荣表示,巨大的参观客流使其获得了更多的合作机会。

据悉,作为一个大型的专业性展会,北京烘焙展已成功举办了13届,共有40多个国家和地区的6300

家企业参加。本届展会规模有了新突破,展出面积达4万平方米,观众超过8万人次。

差异化成企业关注焦点

随着家庭烘焙、私房烘焙、烘焙现烤门店的兴起,中国以满足家庭和个性化需求为代表的手工烘焙业迅速发展,已成为推动烘焙业发展的重要力量。随着收入的增加和外来文化的影响,人们的消费观念和消费习惯发生了极大变化,烘焙食品愈加受到青睐。在这样的市场趋势下,烘焙急剧向二三线城市大范围扩张,行业发展潜力不言而喻。

尽管市场形式丰富多样,但是国内烘焙产品同质化现象也值得关注。生产者推出的烘焙产品大多千

人一面,缺乏鲜明特色,对消费者的吸引力不断下降。一些烘焙企业坦言,烘焙行业从经营到品牌化需要解决的问题还很多,其中,差异化、独树一帜已成为许多烘焙企业经营者关心的话题和关注的焦点。

北京烘焙展组委会有关人员表示,希望通过展会的举办,为烘焙行业带来一些新信息,让更多烘焙行业经营者可以捕获商机,寻找到差异化项目。据介绍,为提升展览平台价值,除了扩大展区规模外,主办方也积极争取国际级烘焙赛事在展会期间举办,吸引欧美及亚太地区烘焙业者进行产业交流,促进中国(国际)烘焙文化及国内外高级烘焙大师的技艺交流,力求打造一场真正具有国际水准的烘焙行业盛会。

义乌文交会走出品牌文化展之路

■ 本报记者 毛雯

4月27日至30日,第12届中国(义乌)文化产品交易会(以下简称第12届义乌文交会)将在义乌国际博览中心举行。

创办于2006年的义乌文交会在今年迈入第12个年头。从最初在小商品之城创办文化产业交易会,到2010年升格为国家级文化产业展,再到2014年开启转型升级之路,义乌文交会一步一个脚印地走出了一条独具特色的文化产业交易展发展之路。

实施本质化转型升级

义乌文交会的前身是中国义乌文化产品交易博览会,从2007年第2届开始,文化部文化产业司开始参与主办,2008年便被评为“中国最具影响力的文化行业品牌展会”,成为国内文体行业唯一的外贸主导型展会。2010年2月25日,文化部正式发函批复,与浙江省人民政府联合主办,并将其列为文化部“十二五”期间重点扶持的品牌展会之一。至此,义乌文交会正式升格为

国家级展会。

为了使展会由政府主导向市场化运营转型,2013年,在文化部的推动下,文化部和中国贸促会的两家下属企业——中国文化传媒集团有限公司、中国国际展览中心集团公司与浙江中国小商品城集团股份有限公司三方合资,组建了专业展览公司——中义国际会展(义乌)有限公司,作为义乌文交会唯一的执行单位,负责义乌文交会的组织运营工作,这意味着义乌文交会将通过企业运营和市场化运作提高其专业化及国际化程度。义乌文交会迎来本质化的转型升级,由文化部、浙江省人民政府和中国贸促会共同主办,形成国际国内文化展强势品牌的同时,还给国内其他文化展以启迪和借鉴。

义乌文交会依托义乌特有的地理区位优势、商品资源优势、加工制造优势、商贸流通优势、贸易地位优势,自2014年起实施本质化转型升级,从第9届起原“中国义乌文化产品交易博览会”正式更名为“中国

(义乌)文化产品交易会”,从而更加注重经贸性和实效性,坚持“市场化、专业化、国际化”的办展思路,以文化产品交易为核心,以国际水准为目标,在原有展会基础上,出新意、出亮点、有特色,努力打造成为中国文化产品交易的重要平台、中外文化交流的重要窗口、中国文化产业国际贸易的“风向标”、促进文化产品结构调整和创新的重要载体,推动文化产业发展和中华文化走出去。

打造全产业链生态化营销模式

义乌文交会通过市场化运营以及多年来参展商和众多专业观众需求信息的积累,深知中小生产制造企业受困于产品附加值低、利润甚微以及来料加工、被动的订单式生产销售、销售渠道窄等问题。

文化创意和设计服务作为一种低能耗、低污染、高知识性、高附加值的文化产业链条的重要环节,是促进产业转型升级的重要途径,对提升国家文化软实力和产业竞

争力具有重要意义。近年来,随着我国文化产业的大发展、大繁荣,文化创意和设计服务已贯穿在文化产业的各个领域,呈现出多向交互融合态势。义乌文交会在第9届转型升级之际,围绕文化产业新业态、新技术、新产品、新概念、新工艺、新设计的“六新”概念,紧抓住文化创意和设计服务的融合特性,打造全产业链生态化营销模式。

文化创意和设计服务作为纽带,不仅为传统生产制造企业提供优质的创意、产品设计、包装设计、工业设计等,促进产品附加值提升,而且还为动漫游戏企业衍生品开发、文化文物单位文创产品开发、非遗和工美领域的中国传统文化元素二次开发创意产品提供服务。同时,又可以从两个方面获得第一手市场反馈信息,了解市场需求,并且可以通过生产制造企业熟悉文化产

品领域的工艺流程、工艺特点等讯息,从而降低设计成本和企业研发成本。另外,开发出来的动漫游戏衍生品、文化文物单位文创产品、非遗和工美创意产品,为生产制造企业提供了市场“新蓝海”。生产制造企业和贸易企业为以上IP授权者拓展了更加广阔的销售渠道,也为其反馈了市场需求,从而促进更优质、更符合消费需求的创意产品进入市场。

义乌文交会不断通过市场调研结论去优化设置参展内容,引入文化领域“六新”企业,在致力提升参展企业创意水平和整体实力的基础上,努力促进文化创意和设计服务与IP持有者、传统生产制造企业的对接合作,以文化提升相关产业产品和服务的附加值,以融合发展来拓展文化产业发展空间,努力实现文化产业与相关产业相互促进、共同递进。

◆ 义乌文交会系列报道(一)

◆ 信息集结号

东博会文化展打造广西特色旅游盛宴

本报讯 4月16日,2017中国—东盟博览会文化展在广西南宁国际会展中心闭幕。与往年不同的是,本次展会在南宁国际会展中心D-14号馆首次开设广西特色旅游文化主题展馆,以“特色旅游·八桂巡礼”为主题,集中展现了广西特色旅游名县的创建经验及风采魅力。

据介绍,广西特色旅游文化主题展整合大新县、邕宁区、桂平市等24个广西特色旅游目的地旅游资源进行参展,通过特色民俗风情表演、参展县市现场旅游推介、广西创特大事记文化长廊、广西特色旅游名县立体影像集群、360°全景采访直播、旅游创意产品市集等内容,面向国内外旅游市场展现广西旅游新发展、新面貌,致力于增强中国与东盟国家的文化交流。

展会期间,主办方通过泰国全国排名前三的直播视频平台TuTu Live,以广西特色旅游名县为主要代表,系统打包广西优质旅游资源,面向泰国网民进行国际直播覆盖推介。(蓝于涵)

上海国际零售业设计设备展26日启幕

本报讯 4月26日至28日,第三届上海国际零售业设计与设备展(C-star)将在上海新国际博览中心举办。

据了解,本届展会将携手上海酒店工程及商业空间系列展(HOTEL PLUS)同期举行,届时会推出零售、连锁加盟、自助售货、建筑装饰、工程设计、家具照明、空间陈设、清洁养护、智慧教育及游艇休闲等主题专区,共同打造中国最大的商业空间采购平台及整体解决方案。据介绍,两大展会总面积达20万平方米,将启用上海新国际博览中心17个展厅,预计将吸引超10万人次专业观众参观采购。

据悉,此次上海国际零售业设计与设备展将首次推出在线商务配对系统,展商和观众可提前规划预约。(赵瑞琴)



CCPIT PATENT AND TRADEMARK LAW OFFICE
中国国际贸易促进委员会专利商标事务所

- ◎ 60年历史
- ◎ 600人团队
- ◎ 知识产权全领域服务
- ◎ 权利的取得与保护
- ◎ 遍布全球的合作伙伴

Beijing NewYork Munich Tokyo HongKong Shanghai Guangzhou
北京 纽约 慕尼黑 东京 香港 上海 广州