

海外展商超三成 中国市场成热点

北京裘交会引领发展趋势 构建产业新生态

■ 本报记者 毛斐

日前,2019北京国际裘皮皮革制品交易会(BIFE,以下简称北京裘交会)在北京国家会议中心闭幕。每年1月的第三周,是北京裘交会举办的日子,也是全球皮草人在北京一年一度见面的时候。

当下,经济下行压力加大、国际形势错综复杂、消费升级等热点问题正在深度影响行业的发展,作为毛皮产业发展的“风向标”和“晴雨表”,为期3天的展会揭示了毛皮行业的当下和未来的发展趋势。本届北京裘交会汇集了13个国家和地区的300余家知名裘皮企业。

中国市场发展空间大

“近年来,国际皮草行业在韩国、中国和俄罗斯拥有蓬勃的发展态势,2017年之前一直保持着两位数的增长,2018年行业经历了重大衰退,这也为2019年的发展带来了更多的不确定性。”首次参加

北京裘交会的意大利高端皮草品牌nello santi相关负责人如是说。

该负责人表示,国际环境越来越复杂,业务拓展的最好方式就是长期留在在中国,并同一个或多个中国企业建立合作关系。

“正因为更多的国际企业将目光投向中国市场,今年的国外展商数量较往年有所增加。”北京裘交会主办方有关负责人介绍说,今年,来自海外的参展商占比达到了34%,其中包含世界主要裘皮生产国土耳其、丹麦、美国、英国等以及世界知名裘皮机构IFF国际皮草协会、NAFA北美裘皮拍卖行、芬兰皮毛拍卖行等。

作为2019北京裘交会的合作伙伴,NAFA北美裘皮拍卖行此次展示了高品质的皮草原料,从农场水貂皮——世界顶级品质的Black NAFA和Blackglama(宝嘉美)本黑水貂皮系列到种类丰富的野生毛

皮,以及一些采用NAFA水貂皮、NAFA野生皮和NAFA狐狸皮制作

创新是发展的持续动力

“摆脱传统款式、传统工艺、传统运营方式,大胆创新,要融入时装行业,毛皮的原材料要成为时装面料的一部分,各种面料和裘皮的结合是产品的发展方向。”北京元隆皮草皮革有限公司董事长李庆元表示,毛皮行业属于高消费行业,由于经济下行压力加大,行业和企业受到很大影响,企业需要不断创新保证核心竞争力。

“也正因为不断创新,2018年华斯保持了平稳增长。”在华斯控股股份有限公司总经理贺素成看来,未来的皮草一定是时装化的,毛皮在中国市场也会更加普及。针对流行趋势和消费趋势的变化,企业应该打破传统的毛皮设计和

制作工艺,把毛皮当作一种单纯的服装面料,大胆创作和设计,突破传统的束缚。

“未来皮草的流行趋势是产品更加多元化,以符合消费人群的多样化。年轻人更加追求轻、薄、软的趋势。”李元庆认为,在消费升级驱动下,对于毛皮行业来说,无论是设计还是商业模式,如何吸引年轻一代主流消费者尤为重要。

皮草设计大赛为年轻设计师提供平台

本届北京裘交会迎来了奢求奖·中国国际皮草设计大赛的第十五周年。作为中国服装设计界的顶级赛事之一,过去十五年,其为皮草行业持续地注入了创新活力,极大地带动了皮草服装设计的转型升级和可持续发展。

本届皮草设计大赛赞助商北美裘皮拍卖行(NAFA)国际营销高

级副总裁Rob Cahill表示,今年的大赛与往年明显不同的是强调了皮草与其他面料的搭配,尤其是强调了皮草与面料比例的进一步平衡,“我们相信这是未来皮草时尚的趋势。NAFA非常高兴多年来能够为学生们搭建这个平台,见证中国年轻设计师的成长。”

据组委会有关负责人介绍,今年有5家品牌参演“Fushon Night皮草时尚之夜”,不仅有国内皮草巨头品牌华斯、银杉、元隆,还有北美裘皮拍卖行(NAFA)以及意大利皮草品牌NELLO SANTI的加入。此次皮草设计大赛不仅仅是流行趋势发布会,更是让观众都身临其境地于冰雪森林的场景式发布。

作为中国皮草行业对外出口的重要窗口,北京裘交会为国内外各大皮草生产制作商家们搭建起产品展示、设计交流、时尚发布、商贸对接的平台。

信息集结号

国际润滑油展将在沈阳举办

本报讯 由天津市润滑脂行业协会、山东省润滑油行业协会、中国汽车维修行业协会润滑油工作组委员会共同主办的2019年第十三届中国(沈阳)国际润滑油品展览会将于3月29日至31日在沈阳国际展览中心举行。

据悉,作为润滑油行业创新交流的平台,中国国际润滑油品展览会已经成为“一年两届专业油品盛会”。沈阳西安两城联动,秉承“搭建国际润滑油采购贸易平台、促进企业交流合作”的宗旨和“创新思维创造市场创新发展”的主题,利用区域优势,有效带动了整体市场创新发展。

(俞家诚)

上海海上安全与防务展将于4月举行

本报讯 为推动我国海上安全与防务和国际相关行业利用技术领域的交流合作,搭建新的贸易平台,助力海洋强国建设,由上海市航海学会、中国气象学会等单位共同组织的2019上海国际海上安全与防务展览会将于4月10日至12日在上海跨国采购会展中心举行,此次展会主题为“交流创新科技 助力海洋强国建设”,围绕海上安全与防务发展需求和社会需求,整合各类资源,着力打造海上安全与防务行业唯一国家级综合性海上安全与防务展览会。

据主办方介绍,本次参展范围广泛,包括大型航运集团公司形象展示、国内外大型航运集团公司成果展示、海上应急救援系统与装备、港口航道与航运管理系统、通信电子及导航系统、造船材料与装备、海事服务、港口安全等。

据悉,主办方将通过线上线下、展商专业观众互动等全方位多角度的宣传渠道,除传统宣传方式外,将运用新媒体、新形式深度宣传,以确保专业买家到场质量,展商实现贸易合作与品牌推广双赢。

(马洛)

全球智博会将促进新要素融合发展

本报讯 近日,2019全球人工智能产品应用博览会首次新闻发布会在北京举行。2019全球智博会将于今年5月9日至11日在苏州工业园区举办,以“见智·见未来”为主题,分展、会、赛、奖、演五大板块,包括开幕式及主论坛、产品博览会、奖项评选、年度颁奖盛典、新品发布及表演等活动,全面展示全球人工智能产业技术创新和最新应用成果。

与上届大会相比,本届博览会全面提升权威性、专业化、国际化及参展质量。在主论坛环节,将特邀重量级嘉宾作主题演讲,设置主题论坛20多场,围绕国家新一代人工智能发展规划的五大技术方向和四大应用方向,集中展示国家创新力量和全球人工智能产品应用的最新成果;产品博览环节将增设国家级人工智能开放创新平台特别展区,突出展示科技部主导的首批五大人工智能开放创新平台,进一步提升智博会的国际化水准,促进产业、学术、资本、人才等新要素融合发展,全面提升品牌影响力。

(何进)

第二届淮安食博会将于5月举办

本报讯 1月18日,第二届中国(淮安)国际食品博览会招商说明会在北京举行,向境内外食品企业发出参展邀请。本届淮安食博会由中国国际商会、中国食品工业协会、中国烹饪协会等主办,中国国际商会会展部、江苏省商务厅、江苏省贸促会、淮安市政府承办,将于5月9日在淮安市国际食品博览中心开幕。

食博会组委会副主席兼秘书长、淮安市副市长顾坤在致辞中表示,淮安举办国际食品博览会拥有优质农产品资源、特色食品产业、淮扬菜美食文化,办展办会经验等四大优势。

淮安市商务局局长张冬来表示,淮安将高标准定位、高水平规划,高质量举办该博览会,打造基于淮安、立足江苏、面向全国、拓展海外的国际食品展会品牌,努力为参展商、采购商创造价值。

(牛莉)

老博会:传承与创新并举 新老品牌交相辉映

■ 本报记者 苏旭辉



1月19日至22日,2019年首届中国(广西)老品牌博览会(以下简称老博会)在南宁华南城会展中心举行。这是国内外老品牌企业首次在广西办展,受到了国内外相关机构的广泛关注。

本届老博会由中国贸促会中华老字号国际交流中心、中国商业联合会中华老字号工作委员会、中国贸促会商业分会、广西国际商会、广西日报传媒集团、南宁华南城有限公司共同主办,旨在弘扬老品牌优秀文化,扩大老品牌消费,促进老品牌转型升级,提升新锐品牌的品质。

2019南宁华南城新春产品展销会也同期举行。广西贸促会会长、中国—东盟商务与投资峰会秘书处秘书长李常官表示,举办老博会是广西推动品牌建设、弘扬老品牌文化、促进老品牌创新发展、加快传统企业新旧动能转换的重要举措,希望广大老品牌企业借助本届博览会平台,加强与海内外品牌企业的交流沟通,取长补短、合作共赢。

组委会有关人员向《中国贸易报》记者介绍,本届老博会分别设置了6个展区,包括各省老品牌老字号品牌形象区、“一带一路”沿线国家特色产品展区、国际展区、广西展区、非遗展区、国际水果集市。来自国内外的400余家企业参展,其中有100多个老字号老品牌以及“一带一路”国家和地区的老品牌产品等亮相本届老博会。

在“国际水果集市”展区,展出超过15个国家的30多种主流水果产品,产品源自泰国、越南、马来西亚、柬埔寨等东盟国家和美国、智利、俄罗斯等国家。满载水果的冷链集装箱现场待命,所有水果按批发价直销。

展会期间,顺顺种植的果王“黑刺”和“猫山王”如约来到南宁,让广西观众一睹真容,并品尝这一世界美味。

来自泰国顶级香椰产地的上千颗A级老椰,椰香浓郁、味道甘醇,

让观众不出国门就能品尝到最具东南亚风情的特色美味。据介绍,因其制作需刀工精巧、保鲜困难、不易运输,之前未有加工好的成品进入中国市场营销。广西运多供应链管理有限公司携手泰国BN惠丰国际贸易公司耗时6个月成功推出这款新品,本届老博会成为A级老椰产品登陆中国的第一站。

新鲜水果离不开冷藏保鲜技术。国家农产品现代物流工程技术研究中心携“冷冻鱼复活”技术亮相,将冷冻活鱼放入水中,十多分钟后冷冻鱼即能“复活”。参展商说,并不追求用“鱼复活”来博眼球,而是希望更多地运用水果保鲜技术将水果送到消费者手中。

广西日报社社长、广西日报传媒集团董事长崔佐钧表示,老博会的举办,既是弘扬老品牌优秀文化、扩大老品牌消费、促进老品牌转型升级的一次隆重集结,也是促进“广西产品”向“广西品牌”转变的一次生动实践。

让老品牌焕发新活力,是本届老博会的初衷。通过举办老博会,旨在弘扬老品牌优秀文化,扩大老品牌消费,促进老品牌转型升级,提升新锐品牌的品质,为老品牌企业提供展示平台,为新老品牌搭建交流沟通、合作共赢的桥梁。

本届老博会由中国贸促会中华老字号国际交流中心、中国商业联合会中华老字号工作委员会、中国贸促会商业分会、广西国际商会、广西日报传媒集团、南宁华南城有限公司共同主办,旨在弘扬老品牌优秀文化,扩大老品牌消费,促进老品牌转型升级,提升新锐品牌的品质。

2018年,第二届青岛国际汽车嘉年华吸引了“D1 GRAND PRIX 漂移锦标赛”“齐鲁赛车英雄会摩托嘉年华”“模型漂移嘉年华”等众多精彩有趣的相关活动、赛事。

其中,“D1 漂移锦标赛”是首次亮相青岛,成为2018山东汽车展会的年度亮点之一。以汽车展销为推介,繁荣区域市场,助推汽车文化,青岛国际汽车嘉年华将以此方向,继续前行。

据上述有关负责人介绍,青岛国际汽车嘉年华引入大数据系统作为线上交互手段,同时也将众多前沿科技带到现场,为消费者提供更为新奇细腻的观展体验。无人驾驶、智能泊车、虚拟现实、4D竞技手游等众多汽车科技都已在嘉年华现场亮相。免费地铁接驳车、观展温泉礼、购车送油卡等一系列配套服务也得到了观众的好评。

今年,青岛国际汽车嘉年华将继续对展会进行创新性探索,引入更多精彩活动赛事,进一步提升现场服务水准,在区域市场拉动与品牌文化塑造方面上升一个台阶。



新疆新春年货博览会汇集百万种商品

■ 刘新



1月18日至2月2日,第十二届新疆新春年货博览会在新疆国际会展中心举办,汇集国内外500余家的百万种商品供消费者选购,观众可一站式采购年货。一走进新疆新春年货博览会现场,随处可见的灯笼、中国结、窗花剪纸等中国传统元素使观众感受到浓浓的年味儿。

本届博览会展览面积近3万平方米,分室内和室外两部分。室内设有品牌企业区、食品区、酒水区、洋货街、百货区、服装服饰区、箱包纺织区、舞台活动区、民俗文化区,室外设有喜庆用品区及冷冻食品区。

本届博览会吸引了来自北京、上海、广东、浙江、山东、安徽、河南、内蒙古等省市以及哈萨克斯坦、韩国、丹麦、马来西亚、澳洲等21个国家和地区的500余家企业参展。

与往届博览会相比,本届博览会在参展产品的种类及数量上较往届展示内容更加丰富,层次更高,呈现品牌知名、品种多样、物美价廉等亮点。品牌年货、茶糖酒、绿色农副产品、箱包服饰等应有尽有。

本届博览会特设民俗文化区,观众可现场领略捏糖人、吹糖人、剪窗花、棉花糖、手工糖葫芦等传统民俗表演,春节前夕喜庆、热闹的氛围浓厚。观众可品尝到冰糖葫芦、精致糕点等特色传统民俗小吃。同时,在为期16天的展会期间会有50场歌舞、戏曲、书法秀等表演,可谓“天天有好戏”。

以差异经营展现品牌内涵

2018年,第二届青岛国际汽车嘉年华吸引了“D1 GRAND PRIX 漂移锦标赛”“齐鲁赛车英雄会摩托嘉年华”“模型漂移嘉年华”等众多精彩有趣的相关活动、赛事。

其中,“D1 漂移锦标赛”是首次亮相青岛,成为2018山东汽车展会的年度亮点之一。以汽车展销为推介,繁荣区域市场,助推汽车文化,青岛国际汽车嘉年华将以此方向,继续前行。

据上述有关负责人介绍,青岛国际汽车嘉年华引入大数据系统作为线上交互手段,同时也将众多前沿科技带到现场,为消费者提供更为新奇细腻的观展体验。无人驾驶、智能泊车、虚拟现实、4D竞技手游等众多汽车科技都已在嘉年华

以文化引领拉动区域市场

随着新技术的推进,汽车产业面临着新一轮的技术更迭与产品换代,各汽车品牌对于深化形象与稳固市场愈显迫切。

凭借山东地区的汽车产业基础与汽车消费市场,青岛国际汽车嘉年华已成为各汽车厂家抢占区域市场和拓展品牌辐射的重要平台。

数据显示,2018年,第二届青岛国际汽车嘉年华吸引60余个品牌762台展车参展,豪华品牌占比近两成,观展人次与现场成交突破历史新高。为促进区域消费,聚焦行业发展,展会同期将举办“青岛二手车出口国际研讨会”“日产筑梦课堂”等活动兼具行业前瞻性与汽车文化特色,吸引了业界的广泛关注与热情参与。

据有关负责人介绍,青岛国际汽车嘉年华旨在通过高端论坛引领、前沿科技展示、线下贸易对接、等方式搭建一个全领域、立体式的品牌和行业互动平台,与市场贴近,让理念落地,为科技助力。

2019第三届青岛国际汽车嘉年华确定10月举办

即墨以创新服务打造长江北品牌车展

■ 本报记者 毛斐

日前,记者从青岛即墨贸促会方面获悉,2019第三届青岛国际汽车嘉年华将于10月18日至21日在青岛国际博览中心(即墨·温泉)举办。

由中国贸促会汽车行业分会、中国国际商会汽车行业商会、中国国际展览中心集团公司主办,青岛即墨贸促会、青岛新南国际博览中心有限公司、青岛德润国际会展有限公司承办的青岛国际汽车嘉年华已举办过两届,作为长江北的汽车品牌展会,依托其差异化的展会定位,已形成独有的品牌文化,并凝聚了强大的品牌影响力。

以文化引领拉动区域市场

随着新技术的推进,汽车产业面临着新一轮的技术更迭与产品换代,各汽车品牌对于深化形象与稳固市场愈显迫切。

凭借山东地区的汽车产业基础与汽车消费市场,青岛国际汽车嘉年华已成为各汽车厂家抢占区域市场和拓展品牌辐射的重要平台。

数据显示,2018年,第二届青岛国际汽车嘉年华吸引60余个品牌762台展车参展,豪华品牌占比近两成,观展人次与现场成交突破历史新高。为促进区域消费,聚焦行业发展,展会同期将举办“青岛二手车出口国际研讨会”“日产筑梦课堂”等活动兼具行业前瞻性与汽车文化特色,吸引了业界的广泛关注与热情参与。

据上述有关负责人介绍,青岛国际汽车嘉年华引入大数据系统作为线上交互手段,同时也将众多前沿科技带到现场,为消费者提供更为新奇细腻的观展体验。无人驾驶、智能泊车、虚拟现实、4D竞技手游等众多汽车科技都已在嘉年华