

轻工特色展会

# 第23届中国国际皮革展将于9月1—3日在上海如期举办

本报讯(记者 史晓菲)记者日前从中国皮革协会获悉,第23届中国国际皮革展将于9月1—3日在上海如期举办。据悉,即将召开的中国国际皮革展是新冠肺炎疫情后的第一个召开的国际皮革贸易展。

中国作为世界制造大国,特别是皮革行业,承担着全球大部分鞋包、皮革制品的生产供应。面对疫情对国内外消费市场和皮革产业的冲击,中国皮革协会作为全国性行业组织,在配合政府抗击疫情的同时,积极号召、推动企业复工复产,并充分利用中国国际皮革展览会这个国际性贸易交流平台,为行业企业提供一个汇

聚众多客商,寻求新订单、新机遇的合作机会。

疫情之后,随着消费活跃度的增加,将大大促进鞋包、服装服饰、家具、汽车内饰等商品的消费,从而推动并加大皮革、合成革、皮化、机械等材料与装备的生产性需求。从展会角度来看,展览会作为参展商和专业买家相互展示和交流的平台,已成为高速有效地洽谈合作、交流信息、集中解决各自商业需求的最佳形式。

主办方在一份声明中说:“没有比现在更好的机会来重建和定位企业在中国市场的位置,中国市场将是2021年全球经济恢复增长的主要贡献者。”

随着中国疫情形势的好转和其他国家开始逐步放松限制,贸易活动,包括展览活动正在步入正轨。”据介绍,在多种努力下,本届展会将会为展商们带来更多高质量的专业观众群体。随着后疫情时代的来临,随着国内经济明显回暖的发展态势,中国国际皮革展的如期举办将预示着皮革行业正在回归正常的经济发展轨道,更坚定了行业健康发展的信心。

据悉,今年的展览会依然有众多的真皮、合成革、皮化、鞋材、皮机等行业名企集中亮相,如:兴业、隆丰、宝恩、东明、梅花、柏德、鲁牛、森源、达威、德赛尔、胜达、盛汇、不欣控股、

安利、华峰、科天等各实力企业将携他们最先进的工艺和产品与与会者呈现一场全新的视觉体验。

在为期三天的展览期间,中国皮革协会还将举办生态皮革标志展示活动,并设立获得生态皮革标志产品的展示区。主办方将召开半天的科技及发展峰会及多项商业洽谈活动来吸引更多的鞋履、服装及汽车材料买家前来洽谈采购。

展会主办方称,尽管市场受到年初疫情的影响,但国际皮革制造网预测2020年中国的经济还将维持1.2%的增长,2021年中国的GDP将反弹至9.2%。



“展会挤爆下半年”,这对展览业是一个非常利好的消息。记者从江苏省南京国际展览中心、南京国际博览中心、南京市两家主要展馆7月份展会排期发现,南京市展会正逐步进入恢复期。家装博览会、国际润滑油及技术设备展览会、智能汽车展……随着南京国际博览中心的7月展会预告出炉,记者发现,开展的日子开始“不断档”。

南京国际博览中心宣传推广中心经理孙楠介绍,其实就在6月,在南京市卫健委、建邺区疾控中心等相关单位的大力支持下,已经举办了一场专业类大型展会。从反馈来看,参展商还是非常需要线下展会的恢复的,“线下展会能够聚集众多有合作需求的专业观众,与现场展示的产品零距离接触,互动参与,具有良好的体验感;参展商通过线下展会能获得订单,进行有效招商,开发新的市场还能提高自身品牌的知名度。”

孙楠告诉记者,目前南京国际博览中心下半年档期基本排满,主要是原先既定展会与上半年延期调整的展会,以中大型展会居多;如若增加小规模展会可根据档期进行调剂,大规模展会得等到明年安排。

南京国展中心是南京市首批政府批准恢复会展业务的展馆,6月已经举办过2场展会,相关负责人表示,下半年将举办20多场重点展会,包括“2020中华医院信息网络大会暨中国医疗信息技术应用展览会”等知名品牌展,加上中小型展会共有60多场。一方面在积极恢复行业,另一方面南京市会展业办公室等也联合出品了《南京市会展活动疫情防控行动指南》,以报告制度、注册登录等12个章节对各方防疫职责及具体工作进行了规定,包括场馆要有医务室,客商洽谈距离1.5米以上等等。

受时间、场地限制,尽管下半年展会满档,但对全年的经营而言,创伤难以抚平。近日,南京网上会展联盟也宣布成立,要求大家拧成一股绳,共同发力,协同作战,目前云商展会平台已经开放,主办方可以开展网上招展等,来弥补线下展会部分缺失。

“因为疫情,各地都在推进线上线下结合的模式。南京成立了网上会展联盟,作为对线下展会的补充,相互融合,相互促进,实现行业资源互补,为主办方、服务商、参展商和观众带来一体化的便捷服务。”孙楠说。

南京国展中心在室内会展停摆的同时,通过外摆、夜市等方式充分利用户外场地,策划组织“鲸鱼夜市”,五一期间三场室外活动联动,端午期间“星空帐篷节”以舞台表演+国风集市+帐篷露营创意组合形式吸引观众超1万人。相关负责人表示,下一阶段将继续培育室外“潮集市”,进一步促进夜间消费,形成具有国展特色的集餐饮、文化、娱乐为一体的夜间消费地。

(苏新)

## 江苏南京会展业将步入恢复期 下半年迎来多场展会

## 会展业价值在于强大的带动效应

球展览日”是6月3日举行,主题是“展览是重建经济的关键”。这一主题充分折射出恢复和发展会展经济的重要价值与意义。

从“会展产业”方面看,会展业本身产值并不是很大,但是会展业具有强大带动效应,能够带动吃、住、行、游、娱、购等相关行业的发展。“通常认为,会展业的带动效应是1:9,据测算广交会带动效应是1:13.6,会展业重启对于城市经济复苏绝对大有裨益。据估算,在会展业发达城市,每1万平方米展览会可以吸引约1万名展商和观众参与。”刘松萍说到。

从“产业会展”方面看,产业会展是产业振兴的平台,能够促进信息技术交流,加快科技成果转化,推动产业转型升级。产业会展的兴衰不仅是行业经济的风向标,它更是产业界对一个国家或地区信心的体现。在疫情影响下,产业会展是帮助所在行业走出困境、恢复正常发展的重要平台,彰显出会展业作为“生产性服务业”的力量与价值。

协会需要主动承担起政府与企业的桥梁职责,及时将行业信息传达给政府主管部门,帮助政府了解行业的真实情况,研究存在问题及解决方案,为政府、企业提供有益的建议。

二是深入企业调研,了解行业行情。协会应当全面收集会展业的信息,了解企业的实际情况,征集会员单位意见建议,形成系统性调研报告,实事求是地反映行业现状。

三是搭建学习平台,促进交流合作。例如行业协会组织业内专家,通过网络直播等方式,为行业提供针对性的培训课程,充分利用空档时间,帮助企业提升“内功”。(广报)

### 发挥行业协会作用 帮助企业提升“内功”

作为会展行业协会,担当如何体现?刘松萍认为应该从三方面看,一是主动联系政府,积极献智献策。

## 在线展会将迎来四大发展趋势

不同种类、性质的展览的便利模板的创建,寻找一个机制保证信息传输的安全性,保证虚拟内容的持续更新,这个更新必须是全部内容的更新,而不是仅仅一个文件的更新。国外会展业中现在出现了一些颇受欢迎的新功能,如系统集成数据库、集成买家检索分析系统、对观众信息发布、客户关系管理、在线配对买卖服务、现场跟踪、后期数据挖掘、智能化设备管理等,这些应该成为中国在线展会平台功能的发展趋势。

趋势二:更加人性化的服务。在线展会平台的服务要更加人性化,提供有针对性的服务,方便展商监控会展全过程,展位有详细的数据统计,从而为

展商提供实时信息,包括参观者数量、注册用户数量,点击率,流量。参展商可以将该窗口下载到自己的计算机上,这样参展商不要登入平台或者链接,就可以实时监控自己展位的动向。

趋势三:注重平台品牌化建设。在线展会成功的关键是流量,流量越大,参展商越高兴,因为这意味着潜在的商机越多。要增加流量,重点在于提高该在线展会平台的知名度和扩大其传播范围。在线展会平台必须要有完整的营销策划方案,实行全球沟通战略,实施品牌化战略,以便在全世界范围内产生流量。在线展会方必须重视顾客满意度,要精心设计虚拟会展的网站、服务项目和功能,不断提升平台的知名度。

趋势四:移动互联网改变习惯方式。移动互联网可以改变观众的参观习惯,提升参展体验;移动互联网改变展会的宣传推广方式。移动互联网还可以改变商业思维,可以用国际思维聘用国际人才,可以合作分享跨界思维方法促进会会展业繁荣发展。

在电子商务日益成为一种重要的经济运行形式的今天,作为各行各业的交叉和集合体的会展行业本身必须适应这种新的形势,利用在线展会的优势,才能更好的为实体经济服务。(论道)

合作,邀请各大直播平台的母婴类主播到会参观、直播、采购甚至品牌代理。

主办方表示,今年上半年全球的经济运行都不太理想,特别是国外一些市场经济陷入停滞甚至倒退,影响对玩具的需求,做好国内市场成为不少企业“活下来”的重要一步。深耕玩具产业经过30余年的深圳国际玩具展,掌握业内最全面的厂家和买家资源,是一个高效的商贸对接平台,相信深圳国际玩具展的顺利开展,不仅给了业界一个积极向上的信号,1300多家参展商带来的新品,也会实实在在地给广大买家带来新的商机。

主办方表示,今年上半年全球的经济运行都不太理想,特别是国外一些市场经济陷入停滞甚至倒退,影响对玩具的需求,做好国内市场成为不少企业“活下来”的重要一步。深耕玩具产业经过30余年的深圳国际玩具展,掌握业内最全面的厂家和买家资源,是一个高效的商贸对接平台,相信深圳国际玩具展的顺利开展,不仅给了业界一个积极向上的信号,1300多家参展商带来的新品,也会实实在在地给广大买家带来新的商机。

主办方表示,今年上半年全球的经济运行都不太理想,特别是国外一些市场经济陷入停滞甚至倒退,影响对玩具的需求,做好国内市场成为不少企业“活下来”的重要一步。深耕玩具产业经过30余年的深圳国际玩具展,掌握业内最全面的厂家和买家资源,是一个高效的商贸对接平台,相信深圳国际玩具展的顺利开展,不仅给了业界一个积极向上的信号,1300多家参展商带来的新品,也会实实在在地给广大买家带来新的商机。

主办方表示,今年上半年全球的经济运行都不太理想,特别是国外一些市场经济陷入停滞甚至倒退,影响对玩具的需求,做好国内市场成为不少企业“活下来”的重要一步。深耕玩具产业经过30余年的深圳国际玩具展,掌握业内最全面的厂家和买家资源,是一个高效的商贸对接平台,相信深圳国际玩具展的顺利开展,不仅给了业界一个积极向上的信号,1300多家参展商带来的新品,也会实实在在地给广大买家带来新的商机。

主办方表示,今年上半年全球的经济运行都不太理想,特别是国外一些市场经济陷入停滞甚至倒退,影响对玩具的需求,做好国内市场成为不少企业“活下来”的重要一步。深耕玩具产业经过30余年的深圳国际玩具展,掌握业内最全面的厂家和买家资源,是一个高效的商贸对接平台,相信深圳国际玩具展的顺利开展,不仅给了业界一个积极向上的信号,1300多家参展商带来的新品,也会实实在在地给广大买家带来新的商机。

主办方表示,今年上半年全球的经济运行都不太理想,特别是国外一些市场经济陷入停滞甚至倒退,影响对玩具的需求,做好国内市场成为不少企业“活下来”的重要一步。深耕玩具产业经过30余年的深圳国际玩具展,掌握业内最全面的厂家和买家资源,是一个高效的商贸对接平台,相信深圳国际玩具展的顺利开展,不仅给了业界一个积极向上的信号,1300多家参展商带来的新品,也会实实在在地给广大买家带来新的商机。

主办方表示,今年上半年全球的经济运行都不太理想,特别是国外一些市场经济陷入停滞甚至倒退,影响对玩具的需求,做好国内市场成为不少企业“活下来”的重要一步。深耕玩具产业经过30余年的深圳国际玩具展,掌握业内最全面的厂家和买家资源,是一个高效的商贸对接平台,相信深圳国际玩具展的顺利开展,不仅给了业界一个积极向上的信号,1300多家参展商带来的新品,也会实实在在地给广大买家带来新的商机。

主办方表示,今年上半年全球的经济运行都不太理想,特别是国外一些市场经济陷入停滞甚至倒退,影响对玩具的需求,做好国内市场成为不少企业“活下来”的重要一步。深耕玩具产业经过30余年的深圳国际玩具展,掌握业内最全面的厂家和买家资源,是一个高效的商贸对接平台,相信深圳国际玩具展的顺利开展,不仅给了业界一个积极向上的信号,1300多家参展商带来的新品,也会实实在在地给广大买家带来新的商机。

主办方表示,今年上半年全球的经济运行都不太理想,特别是国外一些市场经济陷入停滞甚至倒退,影响对玩具的需求,做好国内市场成为不少企业“活下来”的重要一步。深耕玩具产业经过30余年的深圳国际玩具展,掌握业内最全面的厂家和买家资源,是一个高效的商贸对接平台,相信深圳国际玩具展的顺利开展,不仅给了业界一个积极向上的信号,1300多家参展商带来的新品,也会实实在在地给广大买家带来新的商机。

主办方表示,今年上半年全球的经济运行都不太理想,特别是国外一些市场经济陷入停滞甚至倒退,影响对玩具的需求,做好国内市场成为不少企业“活下来”的重要一步。深耕玩具产业经过30余年的深圳国际玩具展,掌握业内最全面的厂家和买家资源,是一个高效的商贸对接平台,相信深圳国际玩具展的顺利开展,不仅给了业界一个积极向上的信号,1300多家参展商带来的新品,也会实实在在地给广大买家带来新的商机。

主办方表示,今年上半年全球的经济运行都不太理想,特别是国外一些市场经济陷入停滞甚至倒退,影响对玩具的需求,做好国内市场成为不少企业“活下来”的重要一步。深耕玩具产业经过30余年的深圳国际玩具展,掌握业内最全面的厂家和买家资源,是一个高效的商贸对接平台,相信深圳国际玩具展的顺利开展,不仅给了业界一个积极向上的信号,1300多家参展商带来的新品,也会实实在在地给广大买家带来新的商机。

主办方表示,今年上半年全球的经济运行都不太理想,特别是国外一些市场经济陷入停滞甚至倒退,影响对玩具的需求,做好国内市场成为不少企业“活下来”的重要一步。深耕玩具产业经过30余年的深圳国际玩具展,掌握业内最全面的厂家和买家资源,是一个高效的商贸对接平台,相信深圳国际玩具展的顺利开展,不仅给了业界一个积极向上的信号,1300多家参展商带来的新品,也会实实在在地给广大买家带来新的商机。

主办方表示,今年上半年全球的经济运行都不太理想,特别是国外一些市场经济陷入停滞甚至倒退,影响对玩具的需求,做好国内市场成为不少企业“活下来”的重要一步。深耕玩具产业经过30余年的深圳国际玩具展,掌握业内最全面的厂家和买家资源,是一个高效的商贸对接平台,相信深圳国际玩具展的顺利开展,不仅给了业界一个积极向上的信号,1300多家参展商带来的新品,也会实实在在地给广大买家带来新的商机。

## 深圳玩具展8月再启航

据了解,业界瞩目的2020深圳国际玩具展、童车婴童展、授权展将在8月正式启动。

本次展会将有1300多家展商参与,数以万计的新品将在2020年首次集中展示。主办方等有关方面在展会现场将严格按照国家卫健委和当地政府部门指引,配合展馆做好各项防疫措施,保证展会安全有序进行。

过去这半年,玩具企业遇到很多困难。疫情初期面临人手不足、生产滞后问题;国内疫情控制住了国外又迎来暴发,导致外销订单大受影响;这期间已有一些抗压能力差的企业无奈倒闭。如今深圳国际玩具展重新安排开展,为

业界提供了无限商机。

传统的采购渠道已经非常成熟,而新兴渠道则蕴藏强大动能。深圳国际玩具展主办方早部署、早行动,积极组织跨界买家到会参观采购,从展会实际效果看,来自电商、跨境电商、时尚生活馆、连锁便利店、书店、主题乐园、游艺中心、母婴店等新兴渠道的买家不断增加,给参展商提供了更多发展机会与空间。深圳本地有大量电商和跨境电商资源,这也是展会今年从广州移师深圳的一大亮点。

过去两年,参会的电商买家数量有

## 新渠道买家成一大亮点

两位数以上的增长,今年主办方不仅联合深圳市电子商务协会合作举办一场“电商暨玩具及母婴童用品选品峰会”,还会与省市各级电商、跨境电商协会联动引流,吸引更多电商买家现场参观采购。

更多直播渠道资源

受困于疫情,很多厂商只能通过电商平台进行销售,直播成为线上促销的“大杀器”。广东是积极推动直播产业发展的省份之一,多地的专业市场也鼓励商户借助直播销售。据了解,根据市场的需求和国家的引导,深圳国际玩具展主办方将加强与更多直播电商机构

第25届中国美容博览会CBE、SUPPLY WORLD美妆供应链博览会,11日在上海新国际博览中心(浦东)圆满闭幕。这是全国乃至全球疫后首个重启的超20万展览面积的大展。

本届博览会规模达22万平方米,3000多家覆盖中国美妆产业上下游企业,以及进口代理商带着数万新产品新技术参展,预示着美妆市场的全面复苏。上海展会上,伽蓝、百雀羚、珀莱雅、环亚、相宜本草、拉芳、名臣、上海新高姿、澳希亚、雅芳、菲洛嘉等实力企业,以及莹特丽、科丝美诗、科玛、太和集团、唯客乐、伊斯佳、德之馨、帝斯曼、HCT GROUP、贝蒙、诺斯贝尔等主力供应商,都在本次展会上精彩亮相。

欧莱雅、资生堂、妮维雅、如新等化妆品集团亦全力参会支持,数千个进口

品牌也通过中国分公司、中国代理等途径,如约亮相本届CBE。

为切实保障参展和观展人员的健康安全,本届展会采用的是“线上实名登记”、现场“刷身份证入场”的形式,并且协调场馆制定了完善的防控措施和应急预案。展商和观众入场时,从“随申码”的验证,到体温监测,再到刷身份证入场,整体运行井然有序。

同时主办方也积极探索线上线下相融合的新会展服务模式,精心筹划推出“CBE云上美博会”,在展会期间,作

为增值服务对3000多家展商免费开放,并对数场线下活动进行云直播。

作为美妆行业的风向标,每年展会都能折射出新的行业趋势,指引着产业未来的前行方向。展会期间发布的行业白皮书称,当前消费者在购买化妆品时,有47.8%的人考虑化妆品的科技宣传,并且随着消费群体对成分认知的不断上升,这一比例不断扩大。由此可见,科技观消费者这一族群正逐渐在中国崛起。

白皮书说,中国美妆企业研发费用

率平均分布于2.5%-4.0%之间,其中值得一提的是,2019年伽蓝集团研发费用率高达4.4%;国产品牌美妆产品科技

主要体现在产品形态创新及产品包装升级,国外产品科技力主要体现在原料创新和配方工艺技术升级;企业及产品营销科技力方面,以AI、VR技术手段丰富消费体验,以收集用户数据辅助企业决策,精准开发产品,美妆与数字科技的合力刚开始便让人充满期待。

白皮书同时指出当前中国美妆企业科技发展主要面临三大挑战:其一,国内美妆企业研发费用较高,但由于营收体量差异,研发投入仍存在提升空间;其二,产品原料层面创新难,企业技术布局领域窄,品牌分布不均;其三,面对多渠道、多平台分散化运营,企业内部管理跟不上外部冲击。

## 北京大兴国际机场临空经济区 会展项目向全球发“招贤令”

北京大兴国际机场临空经济区将建设国际会展中心。北京大兴国际机场临空经济区(大兴)管理委员会30日面向全球发出“招贤令”,对外发布临空经济区会展项目理念,拟向全球招募投资及运营团队。

这是记者当日在“云”平台举行的北京大兴国际机场临空经济区会展项目论坛上获悉的。

作为北京大兴国际机场临空经济区开发建设的核心平台——北京新机场控股有限公司相关负责人介绍,在临空经济区建设国际会展中心,是拉动临空经济区经济发展的重大引擎,是建设国际交往中心功能承载区、打造国家发展新动力源的重要支撑。未来,大兴国际机场临空经济区国际会展中心将建立以国际化创新产业为内核的会展生态,通过汇聚

国际物流、资金流和信息流,为京津冀科技创新和改革开放最新成果提供展示平台,推动区域跨越式发展。

论坛上,大兴国际机场临空经济区(大兴)管理委员会相关负责人表示,为推动会展项目落地,已全面启动临空经济区国际交往功能区专题研究,并组建会展行业专家委员会,拟于今年下半年推出会展建筑设计国际竞标,力争2021年实现会展项目落地实施。

受新冠肺炎疫情影响,本次论坛通过“云”平台召开。来自德国及中国的业界代表还围绕“京津冀会展业发展情况”“全球会展场馆建设及运营挑战”“中国会展行业发展趋势”“国际会展业在会展行业的应用”等话题展开探讨与交流。(中新)

## 中国美容博览会闭幕 折射美妆行业新趋势

47.8%的消费者会考虑化妆品的科技宣传 中国美妆企业研发费用率平均分布于2.5%-4.0%之间

一,国内美妆企业研发费用较高,但由于营收体量差异,研发投入仍存在提升空间;其二,产品原料层面创新难,企业技术布局领域窄,品牌分布不均;其三,面对多渠道、多平台分散化运营,企业内部管理跟不上外部冲击。

本届展会上,除了汇集美妆全产业链的品牌和企业外,各产业基地组团参展也是本届CBE的一大亮点,汕头馆、东方美谷、中国美妆小镇、江苏新沂产业园等主题馆,在各地主管部门的支持下开展本届展会。

上海市会展行业协会会长、中国美容博览会创始人、组委会主席桑敬民表示,本届博览会的举办对美妆行业、对消费市场,对整个经济领域都具有十分重要的拉动作用及示范效应。

