

轻工特色展会

# 第104届糖酒会创下两个新纪录

## 展览总面积、参展商数量均为历届之最

4月9日,第104届全国糖酒商品交易会成都中国西部国际博览城正式落下帷幕。10日,在本届糖酒会情况通报会上,组委会副主任、秘书长杨成刚表示:“本届全国糖酒会创造了糖酒会历史上的两个新纪录:21.5万平方米,史上展览面积最大的一届糖酒会;4106家展商,史上参展商最多的一届糖酒会。”

据介绍,本届糖酒会共有来自42个国家和地区的4106家食品饮料、酒类、调味品、机械包装及技术服务企业参展。其中,传统酒类展区770家企业参展;葡萄酒及国际烈酒展区910家企业参展;食品及饮料展区是本次展商数量最多的展区,参展商达1237家,其中进口食品企业约200家;调味品及配料展区共502家企业参展;食品机械展区有436家企业参展,其中近三分之一为国际知名机械厂商;包装展区251家企业参展,主要来自宣城、温州等知名包装产业聚集地。

通过在展馆中的探访,记者观察到在本届糖酒会上,网红化、功能性、个性化成为食品和酒类行业厂商所追逐的新赛道,带动行业进一步呈现垂直细分、渠道下沉趋势。

据组委会介绍,“李子柒”等电商平台火热的“网红”品牌首次亮相全国糖酒会,受到专业观众的高度关注;而近年来连续参加全国糖酒会的“网红”品牌,加速布局线下传统渠道市场。

另一方面,在白酒、休闲食品等品类,诸多传统品牌也在包装风格、营销渠道等方面进行大胆升级,纷纷推出令人眼花缭乱的“试水”,意图争夺年轻“新世代”消费者的青睐。

记者发现,“直播带货”成为本届糖



酒会参展企业的“标配”。据杨成刚介绍,会期三天,糖酒会组委会联合淘宝直播共同设立的“官方好物推荐”和“糖酒品牌时间”两大主题直播间举办了38场直播活动,吸引超100家参展商参与直播,累计观看量突破300万人次。除此以外,根据展商调查统计,共有180家参展企业自己展位上设立直播间,线下构建营销体系与线上促销“打品牌”。

记者观展还发现,功能性食品也是本届糖酒会的一大亮点。过去,在全国糖酒会上活跃的功能性食品数量较少,主要以保健食品和运动饮料为主。而今年,大量新锐功能性食品品牌如雨后天春笋般呈现,主要聚焦于三个品类:以辅助减肥功能为主的纤体食品、面向老人小孩特殊群体的特需食品以及各种口味自热饭为代表的方便食品。

展会上,“低卡零卡”“低脂零脂”

“高纤维”“低聚异麦芽糖”等名词成为诸多参展产品大力宣传的卖点。而在方便食品领域,最早在第96届全国糖酒会上以“一鸣惊人”之势出现的自热火锅产品,随着技术、渠道以及消费者认知的逐步成熟,在本届糖酒会上,已发展成为涵盖自热中餐、火锅、麻辣烫以及粥、粉、面等全形态的庞大“家族”,呈现“百花齐放”的繁荣景象。

个性化是本届全国糖酒会上体现出的另一个重要的行业变化趋势。过去一个时期,中小新生食品和酒类企业的品牌策略以向同业知名大牌趋同化发展为主,个性强烈、品牌印象独特的新生品牌往往如昙花一现,很难立足市场。

然而,记者从本届糖酒会上观察到的趋势来看,这种局面已得到根本扭转。无论是大型企业推新品,还是

中小新生企业在市场亮相,普遍高度重视品牌的差异化和个性打造。随着信息渠道的多元化,消费者消费习惯更加理性和选择的多样化,只有具备强烈个性化元素的新品牌才有机会占据消费者的心智,已成为从业人士的基本共识。

据了解,本届糖酒会举办期间,共计34场配套论坛活动在中国西部国际博览城举办。其中,既有关于行业大势、消费趋势、高质量发展、养老健康食品、数字营销、智能制造、渠道运营、包装创新等主题,偏向思想交流和信息共享性质的论坛和研讨会类活动。同时,也举办了集中签约暨乡村振兴新品发布会、选品会及供采对接会等多场产销对接活动,强化全国糖酒会交易洽谈的核心功能,助力经销商高效选品交易。

据了解,本届糖酒会是全国糖酒会历史上第31次在成都举办。组委会发布的数据显示,在疫情防控常态化前提下,在按照防疫管控要求对入场人数进行限流的情况下,三天时间,累计有32万人次观展。现场交易、洽谈气氛热烈,参展商与观众对展会场面及效果表示满意。

杨成刚表示,本届糖酒会这些新纪录的背后,既体现了国内消费需求的强大增长潜力,更体现出产业链内外双循环的强大驱动力。“在把握新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局的大背景下,本届糖酒会的举办,将有效推动食品酒类产业继续开拓创新、转型升级,更好地满足人民群众对美好生活的向往,为探索消费驱动的中国经济增长新动能,做出应有的贡献。”他说。

(人民)

## 第31届中国(北京)国际墙纸墙布窗帘暨家居软装饰展开幕 整体软装需求旺 环保成为关注点

近日,第31届中国(北京)国际墙纸墙布窗帘暨家居软装饰展览会在北京中国国际展览中心(新馆)开幕,展会规模达12万平方米,吸引了1500多家品牌参展。展品涵盖墙纸墙布、成品窗帘及配饰、家纺布艺、背景墙及壁画、家居饰品、皮革及软包产品、地毯挂毯、软件培训、生产设备、集成墙面、原料及辅料等。

展会主办方相关负责人表示,本届展会顺应时代趋势,以“引领整体软装新时尚”为主题,在中国制造、中国品牌崛起的浪潮中,不断扩大影响力,使展览平台成为科技创新和产业发展的助推器,在“整体软装”风口下助力企业塑造品牌形象。

### 整体软装成为新趋势

近年来,“90后”“95后”新生代消费群体迅速崛起,他们开始追求个性化、有品位的生活,相信专业,注重设计,更偏向“一站式”购物的消费习惯,整体软装的需求成为行业主流。

记者在现场看到,精美的墙纸布艺挂满每个展位,刺绣墙纸吸引了很多观众。这种刺绣墙纸采用“以针引线”的传统刺绣工艺,将不同颜色的丝线绣成各种图案,生动勾勒出各种物体,具有很高的艺术价值,是墙纸墙布中的精品。

本届展会期间,墙纸风格多样,从中

式到西式,从繁复到简约,从现代到古典,受到消费者的好评。墙纸产品拥有丰富的色彩与图案,加上逼真的肌理表现,多样化的材质,以及功能各异的实用性,使其逐渐成为家居墙面装饰材料的首选。

某展位负责人李先生告诉记者,如今的墙纸已经超越了传统的单一材质,纯纸、PVC、无纺布这三类材质是当前比较常见的,而在跨界融合思想的驱使下,一些新材料墙纸崭露头角。

在本届展会中,自然风、亚马逊、泰祺鸿等多家企业展示了天然植物纤维壁纸。这种壁纸是将葛藤藤、草编、麻纺、芦苇、竹片、纸编等通过切割组合,保留织物特有的纹理疏密变化。

“这种天然材质的墙纸贴在墙上就像是铺上凉席,有一种原生态的味道。”李先生告诉记者,近年来,随着人们物质、精神文化水平的提高,对家居生活的要求也发生了变化,更加注重关注和便捷化,单产品链已经远远不能满足当前消费者对个性化定制的消费需求,多数消费者在选购墙纸墙布时更希望获得墙纸墙布、窗帘、地毯、配饰等一体化的整体软装搭配服务。

### 产品环保性是一大亮点

记者获悉,作为建筑装饰产业链的

重要组成部分,实现绿色、安全、健康发展,毋庸置疑成为了墙纸行业未来发展的重要目标。

业内专家表示,随着新时代消费者综合素养的提高,消费者的消费理念也从产品使用价值聚焦转向附属价值泛化,环保已成为家居建材行业的主要关注点,特别是经过新冠肺炎疫情,这一关注点被放得更大,国家的相关政策也促使市场向这一重点倾斜。

在本届展会中,很多墙纸企业持续创新,将环保理念引入墙纸制造,让墙纸更加美观,还更加安全、健康。记者在展会上了解到,除了植物纤维被用于墙纸制造,真丝、皮革、金属、银箔、珠粒等材料也被用于墙纸制造,这些特殊材料制成的壁纸极大满足了买家的猎奇心理。

记者了解到,此次贝拉丽展出的全线产品因环保性能方面的亮点获得了客商们的认可和肯定,这也是该公司占据市场的一大法宝。

“我们一直重视产品环保性能,所有面料通过了纺织品环保认证OEKO-TEX100。”贝拉丽展台的负责人介绍



说,拥有此标签的产品经过15个国家的知名纺织鉴定机构的严格测试和认定,产品不含有害化学物质,婴幼儿接触也不要紧。

一种采用砂岩艺术研发而成的墙纸产品也引起了记者的注意。据该展台负责人介绍,砂岩艺术很早就出现了,如敦煌壁画,其呈现的效果就如岩壁一般,纹理清晰,很有质感。该负责人表示,来参加此次展会,希望将砂岩艺术、传统材料风格和现代家居软装结合起来,让古代艺术和现代家居完美融合,以此创造新的家居氛围,让家居生活更有品味。

(胡心媛)

## 展出各大产区建陶产品 涵盖家装建材全要素

# 升级VR全景云 家博会“双线”齐展

近日,第四届中国(晋江)国际家装建材博览会在福建晋江举办。

本届家博会为期三天,展览面积2万平方米,共设置1007个国际标准展位,规划岩板展区、潮流家设计展区、个性化定制展区、机械及新材料展区、“磁灶窑”陶瓷文化长廊、安溪工艺家居馆、德化陶瓷馆、综合服务贸易馆等特色展区,匹配VR线上办展等创新服务举措,并设立税收志愿服务专区,实现展馆与展会的双升级。

去年为应对新冠肺炎疫情影响,晋江家博会率先创新“云上”办展,开

启线上展会新模式,成为全省首个在线上举办的大型行业性专业展会。

泉州市委常委、晋江市委书记刘文儒表示,这是疫情防控时期的非常之举,也是晋江加快展会数字化转型的探索实践。此次博览会升级VR全景云展会,线上线下同步办展,不仅规模扩大了,而且品类更全、内涵更丰富。

据主办方介绍,本届家博会组织了福建、广东、江西、山东等各大产区的建筑陶瓷产品参展,以及定制家居、新材料、机械等建材产业链代表性产品,展出范围涵盖瓷砖、岩板、地

铺石、木纹砖、智能厨卫、定制家具等,共计超百家企业参展,展品涵盖了家装建材的全要素。

此外,本次展会推出原创设计展区——潮流家。展会还设置“磁灶窑”陶瓷文化长廊,多维度展现1700多年来磁灶窑从日用陶瓷到工业陶瓷的发展及产业转型升级的成果。

据了解,本届家博会还举办了2021年福建省陶瓷行业协会年会、中国建陶营销高峰论坛、潮流家·新星造——福建国际设计师闪电思维等配套活动。

(王敏霞)

# 参展商联盟绿色智能家电家居专委会成立 进博会将推动绿色消费升级

4月8日,中国国际进口博览会参展商联盟—绿色智能家电家居专业委员会成立仪式在国家会展中心(上海)举行。博西家电、松下、卡赫、德龙、喜德瑞等11家行业龙头企业作为创始成员单位加入绿色智能家电家居专委会。其中,博西家电担任专委会首任会长单位,松下担任首任副会长单位。中国机电产品进出口商会作为专委会行业支持单位受邀出席成立仪式。

进口博览局财务总监马凤民表示,成立绿色智能家电家居专委会旨在构建政商交流、企业合作、产业创新发展平台,突出专委会行业发展风向标的作用,引领绿色智能家电家居生产和消费升级,为“双循环”多元发展、跨界融合、创新驱动增添动能,满足百姓对美好生活的向往,助力进博会越办越好。

在成立仪式上,专委会各成员单位就绿色低碳实践、促进行业可持续发展、专委会建设等进行发言,共叙中国百姓“居家”故事,共话行业未来发展,共谋进博家电家居事业。

博西家电大中华区总裁唐善达表示,公司在全球的所有工厂、研发和办公场所已于2020年年底实现碳中和,这彰显了企业对可持续发展的承诺和贡献。博西家电将与专委会各成员单位共同努力,充分发挥专委会的引领和示范作用,助力家电家居行业绿色可持续发展,在践行企业社会责任的同时提升消费者的居家生活品质。

松下电器(中国)有限公司总裁赵炳弟表示,公司始终坚持绿色发展,持续开展二氧化碳减排活动,提高商品的节能性,积极导入可再生能源。“松下希望利用自身在绿色环保、智能家电方面的经验和优势与行业内各企业加深交流与合作,共享经验,共同为中国早日实现碳达峰、碳中和目标贡献力量。”

当今世界,树立和践行绿色发展理念已成为重要趋势。今年年初,商务部等12部门联合印发《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》,其中明确鼓励绿色智能家电消费升级。“十四五”时期甚至未来更长一段时间,家电家居行业在原材料采购、生产加工、包装及运输、消费等各方面都将践行绿色发展理念,倡导简约适度、绿色低碳的生产生活方式,着力碳减排,引领可持续发展,顺应中国百姓对绿色生活、智慧家居的向往。(顾春娟)

## 专为电竞打造

# TCL游戏智屏C9亮相AWE2021



3月23日,以“AWE新十年,智竞未来”为主题的中国家电及消费电子博览会(简称AWE2021)在上海虹桥国家会展中心正式拉开帷幕。智慧科技领军企业TCL除3150平米的史上最大面积展区外,更是携包括C12灵悉全套系AI家电在内的重磅阵容参展。

值得一提的是,继2月TCL正式宣布成为英雄联盟职业联赛(LPL)官方合作伙伴后,此次AWE展会上TCL在电竞领域再度升级,正式成为EDG战队官方合作伙伴。同时“电竞神装”TCL游戏智屏C9重磅亮相,再秀电竞核心竞争力。

据悉,作为专为电竞而打造的智屏,C9的大屏可以承载更多的游戏操作,助力各位峡谷视野全开,各种微操尽收眼底,游戏开火先人一步,全面终结以前受制于显示器大小的弊端。

同时,TCL C9搭载六大电竞神装:120Hz高刷和运动防抖技术,让画面不卡顿、无拖影,精准捕捉赛道每一个细节,让画面更加流畅;VRR可变刷新率,做到帧率同步,防止画面撕裂,让眼前的每一帧画面都完美呈现;ALLM自动识别并优化卡顿的画面,实现4ms超低延迟,让画面更流畅;HDMI2.1在传输性能上实现突破性升级,可支持4K分辨率120fps的传输、8K分辨率60fps传输,让主机游戏画面跑的更流畅;3GB超大内存快速运行,32GB超大存储空间,完美装载所有热爱;另外全生态HDR,使得游戏画面明暗细节清晰可见,带来极致的视觉享受。

影音效果上,C9配备的安桥Hi-Fi音响+超大冲程低音炮+丝膜球顶高音振膜+50W强劲功率的组合,在杜比全景声和智能音响模式的加持下,让电竞峡谷的玩家们的游戏体验更真实沉浸感,在“声临其境”的氛围中畅玩电竞世界。

此外,C9还拥有TCL云游戏生态,通过联合咪咕快游、网易云游戏、天翼云游戏、海马云、蘑菇云、沃畅游、格来云游戏,内含300+3A史诗巨作,为玩家打造高质量、低成本的云游戏体验。依托强大的云端服务器,想玩大型游戏不用等,随时随地点开即玩,每一位玩家随时都可以轻松的在大屏上享受畅玩的游戏体验。

回顾过往,从早期赞助中国女排,到成为CBA联赛官方合作伙伴,再到签约足球巨星内马尔为全球品牌推广大使,TCL的体育基因一直在延续。此次游戏智屏C9则是TCL智慧科技在游戏领域带来的一款诚意之作。“敢凭实力见”!未来TCL将立足“AI x IoT”核心战略,加速智慧科技在多领域的互联互通,“屏”实力推动电竞智慧产品的生态构建,推动电竞产业飞速发展。



## 丰台市场监管局之窗

### 丰台区市场监管局保健食品课堂进社区

近日,丰台区市场监管局特食科和东高地街道所的执法人员来到东高地街道万源南里居委会,为社区居民带来了一堂别开生面的“保健食品知识科普小讲堂”。什么是保健食品,如何科学选购保健食品到购买到问题产品怎么办,执法人员现场通过一个个鲜活生动的实例,将保健食品知识以深入浅出形式呈现出来,引导社区居民远离保健食品推销骗局,避免盲目相信广告宣传。培训会后,特食科的执法人员还当起了“问诊”大夫,一对一地提供起了保健食品知识咨询服务。丰台区市场监管局提示消费者,选购保健食品时要坚持“五看”,即一看“小蓝帽”,二看“批准文号”,三看“产品信息”,四看“生产企业信息”,五看“功能宣称”,遇到消费纠纷,及时拨打12315维护自身合法权益。(何慧超 王文一)