

轻工特色展会

旗下三大展会获“展会项目(行业知名活动)”认证

# 中国玩协引领玩具业高质量发展

近日,中国展览馆协会正式授予中国玩具及教育设备展览会、中国国际品牌授权展览会、中国国际学前教育及装备展览会(分别简称“CTE中国玩具展”“CLE中国授权展”“CPE中国幼教展”)“展会项目(行业知名活动)”认证称号。

展会项目(行业知名活动)是中国展览馆协会作为中国展览行业唯一的国家级协会,紧紧依托举办地展览场馆提供方和地方会展管理机构,根据行业发展需求,发起建立的认证体系,重点评定展会活动在行业内的影响力,推选出一批在全国确实具有引领作用、行业影响力大的展览活动。

CTE中国玩具展、CLE中国授权展、CPE中国幼教展由中国玩具和婴童用品协会(简称“中国玩协”)主办,每年10月在上海举办,经过多年发展,现已成为全球展商和买家优选、亚洲规模最大的专业化和国际化商贸行业平台,受到社会各界的高度认可。因此,经中国展览馆协会副理事长单位——上海新国际博览中心有限公司推荐,获得此次“展会项目(行业知名活动)”认证。

CTE中国玩具展自2002年开始,每年一届,已成功举办19届。作为亚洲规



模最大玩具类展会,展示品类覆盖十七大类,以及原材料、包装设备、技术、设计等全产业链,是众多国际品牌进入中国市场唯一选择的展会,更得到国内20大产区地方政府与协会的高度认可,产区优质外销型龙头企业和工厂悉数亮相。每年超过2000家参展商携全球首发新品亮相,吸引了来自全球130多个国家和地区近10万专业买家到会洽洽,CTE中国玩具展已成为亮品牌、选新品、看趋势的首

选展会。CLE中国授权展是商务部批准的唯一以“中国”字头命名的授权展。从2007年发展至今,CLE中国授权展已成功举办14届,被公认为在中国市场上开展授权业务的最佳商贸平台。为国内外最具影响力、最热门的IP授权项目提供了与各行业优秀制造商及零售面对面深入沟通的机会。

CPE中国幼教展是商务部批准的

“中国”字头幼教展会。CPE中国幼教展定位“国际化、品牌化、专业化”,集“论坛研讨+精准对接+趋势引领+跨界融合”四位一体,是引领幼教产品趋势、传播先进幼教理念、推动幼教全产业链健康发展的领先国际幼教行业交流平台。2020年,CPE中国幼教展国内外参展品牌超过900个,多家知名幼教集成商以近800平米的特大展位参展。展会同期举办了2020年中国学前教育发展大会和GEC全球托幼大会,近4000位幼儿园园长和托幼机构负责人到会。

作为亚洲玩具行业趋势引领平台,CTE中国玩具展始办于2002年,经过20年的飞速发展,已成为海内外知名品牌集体选择的展会,是广东东莞、深圳、澄海,浙江云和、永嘉,山东青岛,江苏宝应,福建晋江等各个地方协会认可参与,着力推广产区品牌的商贸平台,更是全球买家每年必到的展会。

中国玩协将不懈努力,力争百尺竿头更进一步,持续提升CLE中国授权展、CKE中国婴童用品展、CTE中国玩具展、CPE中国幼教展四大展会品质,引领行业持续高质量发展,促进行业合作共赢。(中国玩协)



7月23日,第十九届中国(凤池)铝门窗建筑装饰博览会(以下简称“凤池展”)在广东省佛山市南海区大沥镇凤池装饰材料市场圆满落幕。此次“凤池展”以市场+展会的模式,提供铝型材、全铝家居、铝门窗、门窗五金等相关配套产业搭建一个展示精品、招商加盟、商讨发展策略等高效交流合作平台。从2013年始,凤池装饰材料市场尝试与广州展会同步,在每年3月与7月举行大型建材博览会,以“对接广交会永不落幕展,广佛好产品商通全世界”著称。

佛山市大沥镇在上世纪90年代,借力凤铝、坚美两大龙头品牌效应,及其在中国铝材产业的重要地位和影响力,凤池装饰材料市场逐步建立起了“凤池铝材产业生态圈”。“在凤池,早上有了产品构思,晚上就能有产品呈现。”这句业界人士熟知的一句话真实展现了凤池装饰材料市场在产业链、材料设计、人才储备等多方面覆盖的优势。如今,大沥凤池成为全国少有的全产业链覆盖铝材产业基地,“凤池展”作为铝材产业集中采购的盛会吸引着全国各地采购商定期前来,成为新一年铝材产业链的风向标和晴雨表。

佛山凤派全铝家居科技有限公司经理梁晃东表示,从材料到机器到模具再到表面处理和成品等各个生产环节,在凤池都能够及时满足企业的要求。作为铝材产业风向标的“凤池展”既是聚集国内采购商的盛会,又能让企业更快更全面地了解市场的需求,及时调整、不断优化产品。



云华起华南分公司运营总监许秋丽表示,云华起是外地企业,将展厅设在凤池就是看中“凤池展”在全国行业中风向标作用,作为球高端磁悬浮智能家居移动系统方案提供商和服务商,云华起通过“凤池展”的聚合效应将磁悬浮门窗、橱柜、衣柜、窗帘遮阳等智能滑动系统应用推向全球。

凤池社区党委委员曹忠华表示,第十九届“凤池展”展会面积共1.2万平方米,以“聚力引流 赋能新机”为主题,来自市场1300商户以及400多个展位集体亮相,分ABCDEF六大展区,其中B展区为特装展区,吸引全国各地的客商云集。展会覆盖磁悬浮轨道等高科技型材料、全铝家居等新兴产业、铝门窗创新产品、各类铝型材、五金全产业链配套等,充分满足了全国各地采购商需求。与往年不同,本届“凤池展”主办方安排了20趟大巴来往广州琶洲与凤池两地,免费接送来往凤池展和中国(广州)国际建筑装饰博览会客商的同时,还启动了凤池新闻中心,通过搭建凤池信息发布平台、直播间等建立官方信息发布渠道,加强“凤池铝材产业”行业地标的宣传,更好的提供各项展会服务,为市场聚集人气,同时降低商户的运营成本。

“做生意,到大沥。”朴实而真诚的言语,代表了大沥包容和开放的精神。在大沥镇短短10公里的广佛路上,分布着“凤池装饰材料市场”等38个专业市场,6万多个工商户在这里从事商品贸易,年交易额超过6000亿元。如今,大沥正加快建设“全球采购中心”和“全球创客小镇”,推动本地民营经济走向全球市场,汇聚全球创新资源,以开放、协作、分享、融通的情怀连通世界。

## 成为铝材产业的风向标和晴雨表 第十九届中国(凤池)铝门窗建筑装饰博览会落幕

(赖群英)

展示全球服务贸易前沿成果

## 服贸会征集各领域服务示范案例

为展示全球服务贸易发展态势和前沿成果,突出新服务、新模式、新业态的示范与引领作用,扩大对优秀服务企业和项目的宣传及推广,2021年中国国际服务贸易交易会(简称“服贸会”)面向全球征集各领域优秀案例。

日前,记者从本届服贸会执委会会

活动组了解到,本届服贸会继续举办服务示范案例遴选活动,面向全球征集各领域优秀案例,境内外企业服务优秀案例皆可申请报名。本次遴选共设置“中国服务实践案例”“全球服务实践案例”“科技创新服务示范案例”“业态创新服务示范案例”“绿色发展服务示范案例”“发展潜力服务

示范案例”六大类奖项。

申报企业须按要求分别填写各类奖项申请表,同时提交相应证明文件,并在今年8月13日前将申报材料邮寄至遴选工作组指定地址。申报企业可通过服贸会官方网站通知公告栏目查询详细情况。遴选工作组将对参选案例的资质、申

报材料的真实性与完备性进行核实与初步评估,筛选出符合资质和要求的案例入围终选,并组织服务贸易领域专家评审对入围终选的案例进行现场评分,确定最终获奖名单。

据悉,本次遴选坚持“公平、公正、公开”原则,不收取任何费用,最终入选的服务示范案例将享有参展参会、宣传推广等方面的便利,包括可参与会期中展示,会期权威发布2021年服贸会服务示范案例名单,获选案例收录2021年服贸会服务示范案例手册,参加服务示范案例现场交流会暨颁奖活动等。(中新)

### 图上看展

## “闽漆风华”漆艺传承展亮相福州

7月20日,“闽漆风华”漆艺传承展在福建省工艺美术大楼开幕,展品包括福州脱胎漆器、雕漆、漆画、厦门漆线雕等。来自福建省漆艺界的工艺美术大师、非遗传承人、技术能手等创作的200多件(套)漆艺术品参展。



漆艺爱好者在拍摄漆器作品



观众在曲版印刷文化展上体验手摇铸字机

## 第30届书博会印刷展 揭开书本背后的故事

7月15日,第30届全国图书交易博览会在山东济南举行,由中国印刷博物馆带来的出版印刷文化展,自开幕起就人气高涨,想要体验手摇铸字机、雕版印刷、3D巧克力打印的观众大排长龙。

何谓“旅游+会展”?顾名思义,在万物皆可“旅游+”的热潮之下,会展行业也融入其中以以来来分得一杯羹。这其实得益于文旅市场“大升温”的大环境和会展业本身的独特性以及与旅游业的适配性。此外,就其本身而言,除了乡村、工业、博物馆、非遗等常规选项之外,会展是“十四五”旅游发展规划中被频频提及。

### “旅游+会展”释放三大利好信号

为什么会展在“旅游+”链接中如此亮眼?于旅游行业而言,会展最初的意义在于拉动激活城市人口的流动,催生商务旅行需求。而随着会展与旅游行业融合度的进一步提升,“旅游+会展”开始释放出更大的经济、社会效应,让人对其刮目相看。

最为直观的莫过于经济效益。“如果一个城市办会展,就相当于架飞机在这座城市上空撒钞票。”这是一位德国经济学家对会展经济做的生动比喻。

紧跟其后的是“旅游+会展”于旅游行业的积极效应。展会于行业而言,能够推动商业进程,实现快速对接资源、帮助参

观者早知道行业趋势并完成品牌的高效传播。最后是“旅游+会展”对城市发展的利好影响。早在1851年首届世界博览会开幕之时,现代会展业就开始向城市展现自己独特的魅力,深刻地影响着一座城市乃至一个国家的面貌。“会展之都”城市名片的成功打造,一方面有助于城市品牌的发展,另一方面增加了城市旅游的更多可能。

此外,“旅游+会展”作为会展业和旅游业融合发展形成的一种新业态,与传统观光旅游相比较而言,它具有消费档次高、规模大、停留时间长、产业关联性强等优点。根据学者对会展客商的意愿研究表明,67%的会展客商在参展期间有旅游的意愿。但与传统旅游者相比,会展客商更倾向于关注展会举办地的整体经济活力,比如展会的品牌、服务和设施以及城

市整体形象等方面。

### 未来方向:上“云”或入“圈”

今年2月底,飞猪在海南三亚成立子公司,经营范围含会议及展览服务。业内人士分析飞猪入局会展的动机是,旅游会展可以带动城市的商务旅游发展。正如“会展大王”邓鸿所言,会展与文旅的重组,“或开创一个有意思的时代”。看起来,这个时代的画卷正在徐徐展开,并有了更多的新方向。

一方面是,往云上建,往圈里建,边界褪去。受疫情影响,去年上半年会展业几乎一片空白。但是下半年按下“重启键”以来,淡季变旺季,展会排期爆满。以上海为例,2020年6—12月上海举办展会面积1067万平方米,恢复到2019年同期的近90%,25个10万平方米以上展会均在

下半年举办,大展数量与去年同期持平。上海会展业为何能“一键复原”?是会上“云”,线上线下“共振”的功绩。

不仅如此,在物理空间上,文旅会展业有所突破。从原本的固定城市到当下的五大会展经济产业带以及都市圈的会展经济名片建设。以粤港澳大湾区为例,目前已构建起了以广州、深圳、香港、澳门等城市为核心的会展业都市圈。至此,大众对会展的惯有理解——有一个建筑,很多人集中在一个地方开会或看展览,被打破。在创新风向标的指引下,线上线下的融合推进之下,未来的会展边界将慢慢褪去,文旅会展也不例外。

其次,向着内容高地前行,“秀场思维”至上。内容,已经愈发成为优质展会的重要标签之一,铸成了商业伦理的本质,以及品牌文化的骨骼。打造内容高

地的同时,呈现形式同样至关重要,秀场思维顺势而出。秀场之所以重要,引得奢侈品不计成本地只为更好的呈现,是因为其能够帮助观者不断强化品牌印记。

会展综合体的诞生,打造文旅目的地与传统的城市综合体不同,会展综合体是以“会展”为核心引力磁场的综合功能建筑群体,其办公、酒店、商业功能均与会展活动息息相关。同时,不同于传统的会展建筑,会展综合体更注重多元功能空间的活力共振,各功能空间不是仅仅作为会展的配套空间,而是作为独立的功能单元,通过有机整合,形成互为服务、互为补充的统一体。

业内人士认为,会展既是被译到空间中的行业意志,也是主办行业前沿思想的精神物化。文旅会展作为承载

“诗与远方”的行业物理形态,需要不断冲破偏见,不断创新,成为文旅行业复苏和发展的动力引擎。(综合)

### 丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局召开“四会”全方位提升全区药品质量监管水平

国务院办公厅印发《关于全面加强药品监管能力建设的实施意见》。丰台区市场监管局认真学习,主动作为,以实际行动把指示精神落到实处,全方位提升辖区药品质量监管水平。一是召开疫苗专题培训会。二是召开医疗机构推进会。全方位压实了药品使用单位主体责任。三是召开监管能力提升会。为提升区局执法人员的业务水平和执法效能组织召开药械使用环节监管培训会,全方位提高了基层执法人员药品使用环节的监管能力。四是召开“药品科技周”宣传会。开展药品科技宣传活动。此外丰台区市场监管局还以党建为引领,广泛开展药品科普讲座,将药品安全知识带进社区、学校、企业、机关,全方位提升了辖区居民药品安全意识和能力,营造药品安全的良好氛围。(赵洁)