

展现全产业链生态 汇集近百家优秀本土羽绒企业

第26届羽博会呈现前沿、专业、全面的行业趋势

本报讯(记者 史晓菲)记者日前从中国羽绒工业协会获悉,第26届中国国际羽绒博览会(以下简称“羽博会”)于3月上旬闭幕。中国羽绒工业协会介绍,该届羽博会总展出面积8000平方米,是羽绒行业规模最大、内容最专业的博览会,也是展现全产业链生态的行业专业展。羽博会旨在提振行业自信、国货自信、品牌自信,为参展商寻找客户和商机,为品牌商提升知名度,为行业提高影响力,为市场提升普及率,为满足消费者对美好生活的追求,做出积极的贡献。

数字显示,作为全球最大的羽绒及制品生产、出口和消费国,我国羽绒行业占据全球羽绒市场70%—80%市场份额,是名副其实的羽绒大国。据联

合国粮农组织(FAO)数据,我国鸭养殖量占全球74.3%,鹅养殖量占全球94.2%,羽绒原料资源拥有绝对优势。所以,全球80%以上的羽绒制品都是中国制造。

近年来,在国家三品战略及高质量发展战略推动下,中国制造在不断提升,民族品牌的实力在日益增强,国产羽绒制品的质量水平越来越高,大众对国货的信心日渐提升。本届羽博会,重点展示中国羽绒品牌及新产品、新技术和新服务理念,并对行业具有领先水平的技术创新、设计新颖、生态环保产品进行宣传推广,以科技创新驱动高质量发展,为国货赋能,推动民族品牌崛起,提升国货消费信心。

本次羽博会,汇集了近百优秀本

土羽绒企业,以雪中飞和艾莱依为代表的羽绒服品牌,柳桥、兰帛、诗丹娜、卡缇珑、绒素宝、白天鹅等羽绒被品牌,柳桥、东隆、华英新塘、商羽、方翔、白翎等羽绒原料供应商和羽绒制品加工企业,中国羽绒之乡港南、台前,中国羽毛羽绒之乡无为,中国羽绒名镇山阳等产业集群也在展会悉数亮相。

近三年国际羽绒市场因疫情发展停滞,今年,羽绒企业步入重要的恢复期,面临着新的机遇和挑战。此次,展会同期举办的羽绒行业市场发展峰会就将目光聚焦于疫情后羽绒行业的复苏问题。因此,展会在邀请了一批最优秀的品牌商和原料供应商,展示高品质羽绒制品和优质羽绒原料的同时,还为参展商和观众呈现了论坛、研讨会、专

业培训和宣导活动,内容前沿、专业、全面、贴近市场,让观众不仅能看到中国羽绒行业最优质的产品和工艺技术,更能学到专业的羽绒知识,了解羽绒产业的现状和发展趋势。

中国羽绒工业协会表示,2022年,我国羽绒业出口额同比上涨3%,涨幅与上一年相比收窄15个百分点。目前,国际羽绒市场处于重要的恢复期,面临着新的机遇和挑战,因此,展示企业实力、稳固和提升市场地位,对企业十分重要。羽博会是企业展示生产经营状况的重要窗口;是结交朋友、寻找商机、寻求合作机会的重要渠道;是贸易洽谈,展示发展成果,探索创新业态和创新模式,打造和提升品牌的绝佳平台。

千余家珠宝商参加2023中国国际珠宝展 小众设计师品牌初露锋芒

本报讯 2023年中国国际珠宝展于3月16日至20日在北京举行。本届展览由中国珠宝首饰行业协会和珠宝玉石首饰质检集团两大权威机构联合主办,汇聚3千余家珠宝制造商、批发商、零售商和加盟商,集中展示行业发展新动态、新趋势、新产品、新技术。

据介绍,本次中国国际珠宝展展出面积达3万平方米,菜百首饰、老凤祥、七彩云南、凯福珠宝、千足珍珠、爱迪生珍珠、天使之泪、千璞汇等数十家品牌齐聚一号馆,集中展示、发布品牌旗下最新贺岁新品系列、国潮珠宝系列、轻奢系列、婚嫁黄金系列、IP文创系列、原创专利产品等,呈现行业主流趋势,引领珠宝

消费潮流。

本届珠宝展在国展朝阳馆内的一至五号馆均有布展,总面积达3万平方米,展商数1千余家,汇聚国内外众多珠宝品牌和独立设计师作品。除了我们最常见的翡翠、黄金、钻石外,记者还注意到了一些“生面孔”,例如形似松球、色近松绿,象征着吉祥幸福的绿松石;纯净优美,高瓷高蓝,原产于美国的睡美人松石;有“琥珀之王”美称的多米尼加蓝珀等。部分展出新奇宝石种类的展台内还有来自印度、美国的国际友人,突破了区域界限,真正实现了原产地供应商与需求客户面对面的沟通洽谈。

本届展会各品牌展出了大量带有传

统文化元素的珠宝首饰。正值兔年,记者在展馆内发现了众多与兔子相关的珠宝首饰及收藏所用的金银钱币。菜百首饰在其展区正中央摆放了五只黄金兔,每只兔子形态各异,生动形象,十分讨喜。老凤祥展柜内除了“萌”态十足的小兔子,还展出了栩栩如生的金蝉、工艺精湛的黄金寿桃。

除了国内外知名的珠宝品牌,在一号馆的二楼,不少小众的设计师品牌也赶来参与。一众独立珠宝设计先锋汇聚在此,将个人艺术造诣融入绚烂的彩色宝石之中,有的作品在造型上大胆突破,灵巧精妙;有的作品自成一系,设计理念故事化,让珠宝被赋予更多的浪漫色

彩。这些工作室虽然小众,但却有其受众,记者注意到许多顾客慕名而来,争先恐后地与自己喜爱的设计师热烈交流,并合影留念、索要签名,这次的联展俨然成了一场大型“粉丝见面会”。

同时,主办方为保障消费者权益,在展会现场设置权威珠宝鉴定机构——珠宝玉石首饰质检集团驻场提供免费鉴定和咨询服务,“先鉴定,后付款”,为现场每一位消费者保驾护航。

中国国际珠宝展作为国内著名珠宝展之一,是品牌展示、推广的舞台,也是洽谈、交易的重要场所,更是珠宝企业家、设计师、鉴定师、专业人士共话趋势、寻求合作与发展的平台。(宗和)

会展预告

湖北武汉今年将举办会展节事活动超700场

展会纷至沓来 迸发城市活力

展经济又迎来了“春天”。鲁瑛说,仅这一周,国博中心就安排了5场展会,其中涉及领域涵盖了高新技术、新材料、家装家居、汽车旅游、体育运动等,可谓“百花齐放”。

对爱逛展的武汉人来说,从3月初到4月底是忙碌的一段时间。市民杨女士告诉记者:“幸福不是口号,而是体验。眼下武汉频繁举办展会和活动,这其中包含着城市幸福的‘密码’,展会多到让人目不暇接,我十分期待。”

据不完全统计,武汉接下来将会有更加多元的展会和节事活动。比如2023第三届武汉房车旅游文化博览会,2023中国餐饮产业峰会,中国预制菜产业链峰会中国行暨中国(江夏)水产预制菜产业链峰会,首届中国软件创新发展大会,2023全国汽车配件交易会暨全国汽车配件采购交易会,第二届中国(武汉)文化旅游博览会,2023武汉数

字漫游节暨TGC腾讯游戏超级世界活动……

事实上,湖北武汉作为我国中部会展经济的中心城市,一直以来都高度重视其发展规模和速度。近年来,“中国光谷”国际光电子信息产业博览会、世界大健康博览会、世界集邮展、《湿地公约》第十四届缔约方大会、中国(武汉)文化旅游博览会、中国5G+工业互联网大会、世界军人运动会、武汉国际马拉松等重大展会节事活动在武汉成功举办,不仅发展了经济,城市的活力和影响力也在不断增强。

武汉在引进国际知名会展的同时,积极培育本地展会品牌,每年如期举行的机博会、光博会、文博展、国际车展等已成为这座城市居民生活的一部分。还有武汉人每年期待的食博会、农博会、茶博会等,不用远行,就能在家门口尝遍大江南北美食。此外,时装周、电

商博览会、动漫展、婚博会等本土展会品质均呈提升态势,一大批品牌会展正在形成。

“会展业已成为武汉国际消费中心城市建设的一张新名片。”武汉市商务局会展处负责人表示,截至目前,武汉市已发展成位居北上广深以外全国会展城市第二方阵前列。

据武汉市商务局有关负责人介绍,预计2023年,武汉将举办会展节事活动超700场。全年预计举办有国际国内影响力的展会项目15场,将举办世界大健康博览会、中国国际农业机械展览会、“中国光谷”国际光电子博览会暨论坛、中国(武汉)文化旅游博览会、华侨华人创业发展洽谈会、中国国际服务外包交易博览会、中国食材电商节、武汉国际汽车展览会等大型展会活动。

(长江日报)

中国饲料工业展览会将在江苏南京举办

实现三个“升级”、两个“创新”、三个“突出”

记者日前从2022/2023中国饲料工业展览会新闻发布会获悉,2022/2023中国饲料工业展览会将于3月29—31日在南京国际博览中心举办。

本届展览会将集中展示中国饲料工业在科技创新和产业发展方面的新成效。展览期间,中国饲料工业协会还将举办多场行业论坛和技术交流活动。

据介绍,本届展览会实现了三个“升级”、两个“创新”、三个“突出”。

三个升级:一是展览会规模升级。本届展览会无论是展览面积,还是参展企业数量均创历年新高。展览总面积由2021年的5.75万平方米扩大至7.2万平方米,展位数量由2415个增加至2996个,涨幅均在25%以上。二是展览会数字化、信息化升级。本届展会,首次使用招展云系

统,突出高效,简化报名流程,提升展商参展体验。三是配套活动升级。3月29日的“首届中国饲料产业发展论坛”,涵盖研判产业形势、政策解读、饲料原料供需等热点、难点,为产业结构升级面临的挑战破冰、破题。

两个“创新”:一是展馆设立创新,首次设立地方馆二是宣传形式创新。本届展览会上,更多媒体将在现场开展短视频拍摄、趣味现场活动以及直播等丰富多彩的各项活动。

三个“突出”:一是突出绿色低碳办展。为倡导节约和绿色低碳,展览会全方位践行绿色低碳理念,打造节能环保型展会。二是突出国际化元素。本届展会,将吸引来自10多个国家的20多家企业机构参展,为各国企业共享、交流提供了机遇。三是突出新技术。

(科技日报)

全国不锈钢制品及设备博览交易会

5月在山东临沂举办

近日,2023全国不锈钢制品及设备博览交易会启动新闻发布会在山东临沂召开。临沂市人民政府、临沂市商务局以及中国五金制品协会、山东省不锈钢行业协会相关负责人出席会议,介绍了临沂市相关行业发展现状以及展会准备情况。中国五金制品协会专职副理事长吕基英代表协会出席本次发布会。

主办方透露,本次展会,按照国家促进双循环和会展业的相关要求,紧紧抓住新旧动能转换发展机遇,立足“专业化、市场化、国际化、信息化”的办展方向,充分利用市场化手段,发挥国家级行业协会和会展公司主体作用,努力办好全国不锈钢制品及设备博览会,形成“展中有会、会中有展”的浓厚展会氛围,逐步把全国不锈钢制品及设备博览会打造成国内外知名专业展会。

本届展会以“新材料、新格局、新机遇”为主题,将于5月15日至17日在临沂国际会展中心举办。展会由中国五金制品协会、山东省不锈钢行业协会主办,格益会展集团承办,预计展出面积2万平方米,折合国际标准展位800余个。展览范围涵盖不锈钢原材料、不锈钢生产加工设备、不锈钢包装材料、不锈钢激光切割及焊接设备、不锈钢工业及生活制品等。此次博览交易会组委会以打造中国北方不锈钢行业第一展为目标。

博览交易会将运用线上线下“双核”办展模式,让“展览+直播”有效对接,发挥临沂“市场+物流”优势,全面助力临沂不锈钢产业释放潜能,丰富产业供给,有效打造不锈钢产业交流与贸易服务平台,助力参展企业线上线下立体打造品牌、宣传品牌。

(中国五金制品协会)

3月16日,2023年中外企业家车谷论坛在武汉经开区举办,吸引了300余家全球行业龙头企业、投资机构负责人等齐聚武汉,探寻引领全球汽车产业高质量发展新路径。随着该论坛的圆满落幕,武汉也将迎来新一轮展会高峰。

2023第三届武汉房车旅游文化博览会、第十二届中国国际服务外包交易博览会、第十四届武汉国际杂技艺术节、2023武汉草莓音乐节、2023世界大健康博览会等一系列展会节事活动将于3月至4月如约而至。

春回大地,万象更新。当前,湖北武汉会展经济红红火火,呈现百花齐放的态势,城市发展的信心与奋进的能量正在春日里聚集。

“以往没办成的、延期的,今年都会办。”“这两月档期爆满,展会一个接一个,迎来一个旺季。”3月16日晚,武汉新城国际博览中心经营管理有限公司、承接展业部总监鲁瑛表示,相较近两年,今年武汉国际车展档期密度更大,展会活动更丰富,涉及各行各业。

“以往没办成的、延期的,常规要办的等,今年都会相继举办,感觉武汉会

即将于2023年4月7日到9日在深圳国际会展中心举办的第35届国际玩具及教育产品(深圳)展览会、第14届国际儿童及母婴童用品(深圳)展览会和2023国际授权及衍生品(深圳)展览会(统称“深圳玩具展”)成为国内的玩具开年大展,亦是承载着业界市场复苏的期盼,从目前广大参展商和专业买家报名参展、参观的踊跃程度看,势必会掀起今年儿童产业的商贸高潮。

据深圳玩具展主办方透露,春节假期后各大生产企业迅速复工复产,加快新品研发进度。即将亮相的1400多家展商悉数带上自家的拳头产品,做好了在展会上“大秀肌肉”的准备,爆品一触即发。

随着国内外商贸活动逐渐恢复,人员流动频繁,本届展会的展商来自世界各地,极大地丰富了参展品牌、种类和数量。包括木制纸板、毛绒、塑料、电子电动、智能数码、教育产品、童车、婴童用品、授权及衍生品等等,应有尽有。

据主办方介绍,已报名参观采购的大

1400多家展商将亮相深圳玩具展

渠道商和跨界买家包括:天猫、京东、盒马中国、唯品会、拼多多、沃尔玛、天虹集团、名创优品、三福百货、芒果TV、大地影院、腾讯游戏、孩子王、好未来集团、新华书店、华立科技、晨光生活馆等。如今遍地开花的连锁特卖、连锁零食店等成为线下消费新热区,所以以好特卖、零食有鸣等为代表的新兴渠道买家也都受邀到会采购。

“2023年中国玩具产业面对的市场形势较为复杂严峻。”广东省玩具协会会长李卓明表示,虽然去年我国玩具出口金额创历史新高,同比增长9.1%,但一定程度上是由于产品涨价拉动,产业今年能否稳增长,要看市场情况,未来存在较多不确定因素。中国玩具约占世界市场70%份额,广东则是我国最大玩具生产和出口基地。

深圳玩具展素有“中国玩具市场风向标”之称,从展会展况大致可预判市场

消费和潮流趋向。“今年积木、卡牌、魔方、盲盒等品类预计仍会畅销,但毛绒玩具、有动漫IP授权的收藏品袖珍模型手办等更容易出爆款。”展会主办方人士介绍:“也正是看到了巨大商机,以上几类产品的创新尤为突出,抢占市场的热度持续高涨。”

不容忽视的是,国外玩具品牌商虽然在抓紧开拓中国市场,“迪士尼”“奥特曼”“精灵宝可梦”等知名动漫IP衍生系列产品本届展会应有尽有。国内不少品牌公司则另辟蹊径,力推国潮、军事题材系列等产品,像知名积木品牌“森宝”“启蒙”“小鲁班”等在这方面就非常突出。也有企业看好青年群体的玩具消费力,针对他们的需求推出了仿真猫狗等宠物陪伴型的毛绒玩具。

值得注意的是,深圳国际展是专业展览会,只接受16岁以上成年人观展采购。但展会最后半日,即4月9日中午12

时后对社会公众开放,不少参展企业会低价出售展品,各类小电商、微商和市民均可进场扫货。(深圳特区报)

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局 开展加油机计量检查,守护“车友”权益

为进一步规范加油站计量行为,保障消费者合法权益,丰台区市场监管局科所联动,以交通主干道加油站为重点,对辖区内加油站进行了突击检查,严查加油站计量违法行为。

一是核实证照资质,二是机箱“开盖”查验,三是加强站内管理。

下一步,丰台区市场监管局将持续加大对辖区加油站的巡查力度,规范加油站计量作业行为,严厉查处利用加油机实施计量作弊等损害消费者权益的违法行为,切实保护广大“车友”的合法权益。(周子琦)

新技术推动会展业进阶