

## 轻工特色展会

融全球资源 拢渠道精华 汇前瞻思维 谋未来发展

## 中国国际皮革展本月在上海举办

本报讯 (记者 史晓菲) 8月29日—31日,上海浦东新国际博览中心将迎来2023中国国际皮革展(ACLE)的隆重举办,素有皮革行业“晴雨表”之称的ACLE展会在期盼中如约而至。本届展会规模达80000多平方米,来自美国、巴西、意大利、德国、西班牙、土耳其等近30个国家和地区的1000多家知名企业在携手共聚,预计现场将接待两万余名专业观众。

记者从中国皮革协会获悉,展会分国际馆和国内馆两个部分,涵盖皮革、皮革化工、鞋材、皮革和制鞋机械以及合成革、合成革化工等品类。

来自美国、巴西、意大利、德国、西班牙、土耳其等国家和地区的展团和展

商将在国际馆呈现缤纷多姿的时尚皮革面料;国内制革龙头企业兴业科技、梅花皮业、明新旭腾、金鑫皮革、东贞皮业、鲁日钩达、兴豪皮业、森鹿皮业等悉数华丽参展,诠释中国皮革科技新魅力;以达威科技、德赛尔、宝斯卡、兄弟科技、山东力厚、重庆民丰、天津胜达、盛江化工、和平化工、黎宇科技、宏伟工贸等为代表的皮化知名企将盛装亮相,现场展示新技术、新产品、新工艺;以新源畔、晋江轻纺城为代表的鞋材展团,及新天星纺织、楷越新材料、晋江港益、华硕鞋材、汇中软木、盛兴无纺布等多品类鞋材企业将为观众带来最新的技术成果;制鞋机械设备领先企业爱玛数控、德士隆机器、华宝智能、华克普缝

机、安泽自动化、铭成机械等聚集中国际皮革展,扬宝机械、连港皮革机械、泰立皮革机械、金色彩机电等众多皮革机械企业将为行业展示最前沿的技术装备。

为更好地搭建科技、贸易、交流、服务平台,展示皮革行业新材料、新技术、新装备、新产品的最新成果和应用,展会期间将推出皮革、皮化、制鞋装备、革集皮革产业等四项专场新产品、新技术发布会,发布企业(产业基地)将现场分享近年来他们最前沿的研究成果与经验。

除此之外,本届展会其他配套活动也精彩纷呈。备受业界关注的中国国际制革产业发展高峰论坛将由中

工程院院士石碧领衔,并邀请国内外知名专家、行业大咖等与行业同仁们共同探讨、交流、分享行业发展趋势,预判行业未来走势。

中国国际皮革展是由中国皮革协会和亚太区皮革展有限公司共同主办的皮革行业全球顶级展览会,20多年来,在世界皮革行业具有举足轻重的地位和影响力。本届展会时隔三年再次出发,千余家国内外参展商早已蓄势待发,展会必将成为商贸洽谈、品牌展示的行业高品质平台。

中国皮革协会表示,中国皮革行业正紧跟时代步伐,不断推进行业高质量进程。展会将充分发挥平台作用,以技术创新为引领,助力皮革行业健康发展。

展示中国缝制机械新兴力量 探索高质量发展新途径

## 中国国际缝制设备展览会将开启新锐品牌推选活动

本报讯 (记者 王薛淄) 目前,记者从中国缝制机械协会了解到,由中国国际缝制机械协会主办的2023中国国际缝制设备展览会(以下简称CISMA2023)将于9月25日—28日在上海市举办。值得注意的是,本届CISMA,主办方将推出一场全新的活动——CISMA2023新锐品牌推选活动。中国缝制机械协会副会长兼秘书长陈戟表示,通过CISMA2023新锐品牌推选,可以大幅提升新锐品牌知名度和认知度,为行业的新势力搭建一个展示自我的舞台,开辟一个产业链交流合作的渠道。

记者了解到,此次推选活动在申报条件上明确仅限CISMA2021、CISMA2023两届展会新参展且具有各项合法资质的生产型企业注册的自主品牌参评,同时活动要求参评品牌应在自有专业领域具有良好口碑和发展潜

力,在展会上带来的新产品、新技术、新方案、新亮点较多。在评选方式上,活动设置项目初审、网络投票、现场推选三个环节,现场推选在展会举办期间,由CISMA主题产品专家组对所有入围企业进行现场投票。其中,网络投票环节占据推选总权重的30%,专家评价占据推选总权重的70%。

CISMA2023新锐品牌推选活动不仅让下游用户认识品牌,也可以使用户感受到优质服务和品质,拉近品牌与用户之间的距离,有助于上品牌更快地进入市场,为下游用户所熟知,从而逐步扩大市场份额和销售额。”陈戟表示,这也是CISMA主办方近年来鼓励广大参展企业传播品牌价值,彰显品牌力量,助力行业推进制造强国、品牌强国战略所开展的重要工作之一。

在当前行业市场为头部品牌分

割的格局下,新锐品牌诞生之初,往往对准了下游更加精细化与个性化的需求,从新客户、新需求、新场景切入细分赛道,以打造自身的差异化定位。武汉远旭智能技术有限公司总经理马建华表示,对于新创办的小型企业,在产品品牌推广的初期存在众多困难,CISMA2023新锐品牌推选活动的推出正逢其时,真正意义上解决了中小企业的发展痛点、难点。苏州浩合月机械科技有限公司总经理王润泽也表示,缝制新锐品牌在服装工业圈中的认知度将是行业内非常有重量的称号。他希望通过此次评选活动,会有更多的人了解浩合月的产品,能看到其在节约能源、降低能耗方面做的努力,在服装行业中吸纳更多的潜在客户和合作伙伴。

高品质的缝制机械对更好满足人

民日益增长的多样性需求,促进消费品工业加快迈上中高端提供重要的装备支撑作用,塑造更多更有特色的锐品牌既是市场的需要,也是时代赋予行业的使命。根据《中国缝制机械强国发展战略》,到2025年,行业拟建设形成5—10家以上品牌龙头企业,30家以上专精特新型品牌骨干企业和100家以上拥有较强核心实力和品牌的中小企业队伍。陈戟表示,借助CISMA这一全球缝制全产业链的顶级盛会,在全球最大的缝制机械展示平台上宣传、推荐极具成长性、创新性的新锐品牌,展示中国缝制机械新兴力量势在必行。“CISMA2023新锐品牌评选尽管只是协会推进行业品牌建设的一个举措,我们有理由相信其必将通过以点带面的示范引领作用,为行业高质量发展提供全新的参考模式。”陈戟表示。

## 观点

## 抢抓机遇促会展业回暖

近日公布的数据显示,在需求逐步恢复以及相关利好政策带动下,上海会展业复苏势头强劲,今年上半年办展总面积已恢复至2019年同期八成水平,预计全年办展总面积将会有2020年、2021年增长50%左右。上海会展业的发展趋势也是全国经济恢复的缩影。国家统计局数据显示,上半年我国服务业增加值同比增长6.4%,服务业商务活动指数连续6个月处于景气区间。

今年以来,会展业发展呈现不断攀升的态势。疫情防控措施优化后,经济社会逐步恢复常态,人气回暖为聚集型、接触型服务创造了良好条件。商务活动需求逐步释放,加之相关政策助推,市场信心不断增强,行业办会氛围渐浓,线下交流需求被激发。

需要注意的是,会展回暖虽然具

备一定经济社会基础,但要想完全恢复到疫情前水平仍非易事。有调查显示,会展企业当前普遍面临流动资金不足、人才流失等困难。以上海为例,据测算,在保持现有增速下,全年办展面积有望恢复至2019年的八成以上水平,离完全恢复仍有距离。

以长远眼光看,当前中国经济处于持续恢复期,会展业作为平台和桥梁,是恢复主体产业链、供应链过程中不可或缺的重要环节,对于传播新理念,展示新技术、新产品、新服务,促进交易和合作,推动产业转型升级和进步有着重要作用。会展业仍然处于恢复初期,各地应当抢抓窗口期,打好主动仗,把握会展业回暖机遇,在行业反弹初始阶段打好基础,不断优化营商环境,创新办展思路,提升办展数量与质量,打造优质会展品牌,尽快通过会展业汇聚人流物流,以高质量会展助

推经济高质量发展。

一方面,要紧紧围绕会展业恢复的窗口期,重塑会展品牌声势。当前,全球商业格局正在发生变化,北京、上海、重庆、广州等传统会展重点城市应抓住机会,再造其在全球会展业中的地位和形象。一些停摆的展会要尽快恢复,同时还要继续下大力气吸引国际知名展会和企业,不断创造增量。要在融资、人才保障等方面给予会展企业支持,帮助相关企业克服困难,抢抓机遇。此外,还要注重打造会展品牌,根据各地禀赋,将当地特色与会展绑定。就好比一提起“糖业烟酒会”就能想起成都,一提起“漫展”就想起上海,要以优质的会展品牌为抓手,做大会展品牌声势,提升城市对会展的吸引力。

另一方面,要以良好的营商环境

作为支撑,为会展业提供服务保障。

通过加强顶层设计,优化与会展业相关的各项政策,做好重大展会活动的服务保障工作。比如,针对国际性展会推出个性化服务和监管方案,开通绿色通道,保证展品高效通关;为优质会展企业提供展品入境免担保等优惠政策,通过良好的服务,降低会展成本,为参展商减负,吸引更多优质会展企业来华。此外,还可建立精准高效的会展业扶持政策,支持展会与当地产业协同联动,培育一批与产业主导方向高度契合的国际知名展会。

会展业作为现代服务业的一个重要组成部分,其价值溢出效应明显。应高度重视会展业在带动经济发展中的作用,尤其在会展业恢复阶段,要以优质的软硬件资源和政策保障,激活和放大展会需求,扩大会展的规模和宣传力度,营造办展参展的商业氛围,“以展聚商、以展促销、以展带授”,充分发挥会展业链接产业上下游的平台作用,延续现代服务业复苏势头,助力经济持续平稳运行。

(经济日报)

## 会展资讯

盖“政、产、学、研、金、服、用”等各方面的全球机器人行业盛会。

本届博览会展览总面积达4.5万平方米,140余家国内外机器人企业携近600件展品亮相展会,更有40家

企业首次参展。本届博览会首次全馆打造“机器人+”制造业、农业、商贸物流、医疗健康、商业社区服务、安全应急和极限环境应用等10大应用领域。同时,本届博览会还集结了30余家关键零部件企业展示最新攻关成果,突出展现我国机器人产业链补链实力和关键核心技术创新能力。

(新文)

## 世界机器人大会将在北京举办

政府、工业和信息化部、中国科学技术协会主办,中国电子学会、北京市经济和信息化局、北京经济技术开发区管委会承办。

中国电子学会副理事长兼秘书长陈英介绍,世界机器人大会搭建国际交往合作平台,致力于成为产业推动加速器、技术引领风向标,在产业化、专业化、国际化、前沿性等维度全面提质,旨在为社会各界呈现一场覆

## 第四届山西工艺美术产品博览交易会9月开幕

近日,山西省文化和旅游厅发布通知,将于9月25日至30日在忻州古城举办第四届山西工艺美术产品博览交易会,同时举办第八届中国(山西)民族民间工艺美术博览会。

博览会由山西省文化和旅游厅、中共忻州市委、忻州市人民政府主办,以“匠心工美·华彩三晋”为主题,旨在大力弘扬山西优秀传统文化,坚定文化自信,把富有特色的工艺美术产业做大做强,更好服务经济社会发展和人民高品质生活,促进山西文旅产业高质量发展,带动文旅消费。

博览会由展览、交易、洽谈三大板块构成,将以玻璃陶瓷、漆器工艺、

金属工艺、珠宝首饰、晋作家具、织造服饰、纸艺包装、文房四宝、民间工艺、雕塑工艺十大特色优势产业为主体,按区域、分主题、多层次、广角度全面展示山西工艺美术改革发展的最新成果,搭建山西工艺美术产品交易平台,共建山西工艺美术产业产品购销两旺的繁荣景象。

届时,博览会将组织国家及省级文化产业示范基地、中国及山西省工艺美术大师、行业大师、中国传统工艺美术大师、省级传统工艺大师创新工作室和劳模工作室的作品、产品和文创产品等参展。博览会还将同步开展山西工艺美术产品线上展览。

(山西晚报)

会展业是经济发展的助推器和风向标,处于高质量发展加速阶段的西安,正是会展业的发展沃土。上半年,陕西省西安市共举办展会活动249场,同比增长151.52%,会展业迎来强劲复苏。

上半年共举办展会活动249场  
将多项荣誉收入囊中

“我们这次来西安参加展会带了十多款单品,想通过这种方式,打开西安的销售市场。”来自北京忠和房县生物食品有限公司的销售人员高世居上个月参加了2023西部消费精品博览会,活动现场,他热情地向大家推介。首次组团来西安国际会展中心参会,十堰市15家特色企业在2023西部消费精品博览会上售出了500余万元产品,并与多家企业达成意向合作,意向成交额1800万元。

上半年,西安会展业迎来了强劲复苏,共举办展会活动249场,同比增长151.52%。其中,举办展览活动60场,同比增长757.14%;举办会议活动148场,同比增长111.43%;举办地方特色节庆41场,同比增长86.36%;展览面积89.2万平方米,同比增长648.95%;累计参展(会)95.6万余人次,累计交易额107.2亿元。

与此同时,“2022年度创新会展城市奖”“2022年度中国最具影响力会展城市奖”“2022—2023魅力会议目的地城市奖”等多项荣誉被西安市收入囊中。

行业发展,政策先行。为进一步提高会展活动的品牌化、专业化和市场化程度,西安市商务局发布《2023年西安市会展活动指导目录》,全力修编《西安市会展业促进条例》,积极编制《西安市会展业高质量发展实施意见》和相关配套政策,进一步明确西安市会展业未来三年发展方向和目标。

“一核四区”强势发力  
打造会展名城名片

围绕建设“一带一路”国际会展名城目标,今年以来,西安市商务局围绕《西安市会议会展产业三年行动计划(2021—2023年)》(以下简称《三年行动计划》),持续推动会展品牌建设,打造会展名城名片。

根据《三年行动计划》的总体目标,2023年西安市会展业布局形成“一核四区”城市会展新格局。“一核”为浐灞会展核心区,“四区”是空港新城会展产业园区、曲江会展产业园区、高新区会展产业园区和国际港务区会展产业园区。今年上半年,西安市各区县、开发区积极举办各类展会活动,尤其是“一核四区”举办展会活动164场,占西安市办会活动总数的65.86%,“一核四区”成为拉动全市会展增长的主力军。其中,浐灞生态区举办展览活动45场,占西安市办会展览总数的75%。

西安市着力打造“一带一路”国际会展名城,发布西安会展业宣传片和宣传册,在各类媒体平台宣传西安会展300余次,西安会展知名度进一步提升;先后赴北京、上海、成都、杭州、济南等城市招展引会,成效明显。

上半年,西安市商务局已成功将中国国际会展文化节、李曼中国养猪大会、华机展、国际矿业装备与技术博览会等知名展会项目引入西安;引进并举办中国会展场馆经营论坛、世界信息安全大会、中国航空维修峰会等展会;联合西安市文旅局举办中国(西安)会奖旅游发展大会,签约9个项目落户西安市。

出台“会展+文旅”服务措施  
不断提升会展便利化程度

发展会展业,西安市鼓励本土会展企业举办与现代产业体系相关展会。

第四届西部数字经济博览会、2023中国西部半导体及集成电路产业博览会等展会已成为推动西安市产业升级的重要引擎;第13届中国西部国际物流产业博览会汇聚100余家国内外行业巨头参展参会;2023中国(西安)电子商务博览会开幕首日达成项目签约金额2亿元;2023第15届西安“五一”车展吸引321735人次观展,成交额超40亿元。同时,政府部门支持西安市展会到外地办展会。蓝家博会已在全国12个城市举办,展览面积超100万平方米。

为优化营商环境,不断提升西安会展便利化程度,西安市商务局联合西安市市场监管局开展全西安重点展会活动执检法检查,进一步规范西安市会展市场秩序;为第二批40家会议型酒店授牌,继续开展第三批会议型酒店认定工作,出台“会展+文旅”服务措施,涉及吃、住、行、游等领域,为来西安参展参会和办展会的人群提供服务。

下半年,西安市商务局将紧紧围绕建设“一带一路”国际会展名城总要求,聚焦加快会展业高质量发展目标和主要任务,继续重点从科学规划设计、做大会展“一核四区”、培育壮大会展主体、举办产业关联展会、推动场馆扩容升级、鼓励会展模式创新、加强对外交流合作、加大宣传招引力度、优化会展营商环境等方面开展各项工作,不断推进西安市会展业高质量发展。

(西安日报)

## 众多“潮”文创产品将亮相“新国潮”展

从被接受、喜爱,到引领时尚潮流,“国潮”在体现出消费新趋势之余,逐渐成为年轻群体与传统文化之间的联系纽带。“国潮”背景下,文创产品成为古今对话的载体,让传统文化在新时代找到自己的落脚点。

由国家对外文化贸易基地(深圳)、深圳报业集团等主办的首届“新国潮·新文创·新消费”文化展览会(以下简称“新国潮”文展),将于8月18日—20日在深圳会展中心(福田)举行,众多“潮”文创产品届时将会一一亮相。

在参展商深圳鹏茶联盟负责人翟先生眼中,“潮”即潮流,独立潮头,做市场的弄潮儿。该公司此次参展的产品专注于茶叶,亮点在于三款包装盒的设计。“我们不是用豪华材料过度包装,而是采用传统民间故事、敦煌艺术等为素材结合的文创设计,呈现给消费者更多的实惠与美好。”针对本次参展,深圳鹏茶联盟表示,希望通过市场宣传,把最美好的产品呈现给更多消费者,同时借用展会平台,吸引更多朋友加盟,学习更多产品创新,交流品牌发展心得。

近日,“奈雪的茶”品牌奶茶袋成为深圳“市包”,出镜率超过很多一线大牌手袋。在首届“新国潮”文展中,这一深圳本土的奶茶品牌也将携最新、最潮的文创产品亮相。

“千百年来,中国人喝茶的方式一直在演变,也正是不断的发展变化赋予茶文化丰富且厚重的内涵,‘茶’本身就是自带‘国潮’属性的文化符号。奈雪的茶正是根植于茶文化的土壤中,以产品创

新、东方美学视觉表现等形式为中国传统茶赋予年轻、时尚、潮流的文化内涵,通过将茶与鲜奶果配搭,找到现代人更便利、更时尚的喝茶方式。”相关负责人表示。

作为一张独具深圳特色的“茶饮名片”,在本次参展中,奈雪的茶致力于在茶文化中找到与新时代年轻人沟通的平衡点,把中国茶以创新的形式带入当代日常生活中。“我们希望通过本次展会,用充满东方韵味的奈雪‘国潮’茶饮,让消费者领略到更多的茶风景,成为年轻人了解并爱上中国茶的窗口。”该负责人说。

“文”是源头活水,“创”是动力引擎。文创产品要“潮”起来,就要符合时代需要,体现时代特点,而后通过时尚表达,不断激发文化新活力。

国家级技能大师、江西省陶瓷艺术大师、恽派花鸟第十二代传人刘嘉鸿自学院毕业后就留在景德镇精心钻研陶瓷技艺,至今已有四十余年。“我们这次亮相展会的几十件展品,都是根据‘新国潮’这一主题最新创作的。”近年来,刘嘉鸿一直在寻找陶瓷制品的创新思路,尝试创作生活态、年轻态的陶瓷文创产品,“这件《玉兔呈祥》生肖陶瓷雕塑作品,以憨厚可爱的玉兔为主体,增添了铜钱、‘福’字等传统文化元素,更贴近年轻人‘钱’途似锦的生活愿景。近期我们还会推出陶瓷可乐杯,将桃子、蝙蝠等传统纹饰运用在年轻人当下常用的可乐杯上,让文化走进日常生活。”

(深圳特区报)

西安:加快建设“一带一路”国际会展名城