

北京国际品牌鞋及配饰展
TOP SHOES
& FASHION
ACCESSORIES
BEIJING



|| 2011/10/23-25 BEIJING ||
China National Convention Center

北京国际品牌鞋及配饰展

TOPSHOES & FASHION ACCESSORIES BEIJING



//2011年展会资讯//

新一届“北京国际品牌鞋及配饰展”定于2011年10月23-25日在北京国家会议中心举办。主办方为新一届展会制定了系统的规划，现已全面转入实施阶段。

展会时间： 2011年10月23-25日
展会地点： 北京·国家会议中心
展会主办机构： 中国轻工工艺品进出口商会
英特意信顾问有限公司
展会管理机构： 中国轻工工艺品进出口商会鞋类分会
英特意信顾问有限公司
展出产品类别： 品牌鞋履、皮具箱包、时尚配饰、设计系列。
参展商类别： 制造商、品牌运营商、总代理商、设计师。
商务访客： 品牌代理商、零售商、批发商、连锁加盟企业、进口商、百货商场、购物中心、服装品牌
配套采购商、机构团体采购；时尚及经贸传媒。

展会定位及办展宗旨：高水平的国际专业展。为品牌鞋和高端时尚服装配饰产品在中国市场打造品牌推广平台，凭借首都北京对全国内销市场强大的辐射力，推动国际高端品牌产品进入中国市场，提升本土品牌市场知名度，建立品牌及制造商与销售渠道的对接。

展会预计规模：初定6000M²展会面积，包括100至120个12M²精装修的展位，若干个团体、大品牌特别展位及潮流之窗，经贸交流区域等。

TOPSHOES & FASHION ACCESSORIES

//2011年展会同期活动//

- 时尚鞋履及配饰预览秀
“时尚鞋履及配饰预览秀”将在展会上举行(于北京国家会议中心内),作为2011年度中国国际时装周的开场秀,此秀将列入中国国际时装周日程表。
- 时尚、创新与品牌论坛
上届展会好评如潮的时尚、创新与品牌论坛将继续举办,带来更多品牌的成长故事、设计意念、营销方式及先进技术。
- 中国轻工工艺品进出口商会相关行业会议
与展会同期同地点举行,数百家关注进口及代理业务的专业公司将获邀出席。
- 品牌营销论坛
由中国轻工工艺品进出口商会邀请北京商业联合会、天津商务委员会联合举办,与展会同期同地点举行,定向邀请北京及天津的大型品牌零售企业和代理企业出席,共同探讨品牌建设、营运、销售的中国之路。
- 服装与配饰合作论坛
由中国轻工工艺品进出口商会邀请中国纺织品进出口商会、中国服装设计师协会联合举办,与展会同期举行,定向邀请重点服装品牌企业出席。鞋类及皮具、配饰品牌与服装品牌共同探讨品牌合作及发展策略。
- 市场与营销研讨会
与多个市场研究机构合作举办市场与营销研讨会,围绕以下市场研究报告,展开讨论并提供可行性解决方案,包括:
关于中国服装、鞋类、皮具箱包、时尚配饰分销的研究报告;
关于北京服装、鞋类、皮具箱包、时尚配饰的零售及百货商场的研究报告;
关于北京周边城市服装、鞋类、皮具箱包、时尚配饰的零售及百货商场的研究报告;
关于时尚产品在中国市场的总体发展情况研究报告;
2009-2010年度中国服装进口总体情况及排名前列的服装进口企业情况报告;
2009-2010年度中国鞋类进口总体情况及排名前列的鞋类进口企业情况报告;
2009-2010年度中国包袋及时尚配饰进口总体情况及排名前列的包袋及时尚配饰进口企业情况报告。



ACCESSORIES

//2011年展会推广重点//

- 提供参展费用特别优惠
受邀参展本届展览的上届参展商可享受特别优惠。
- 扩大欧洲企业和部分生产高档产品的亚洲企业（包括台湾和香港）的参展比例
日前商务部新闻发言人表示，中国将进一步扩大进口，保持贸易平衡。从2009年下半年开始，进口有了恢复性的增长，2010年中国进口额增幅为38.7%，达到13,948亿美元，进口增幅远高于出口增幅。商务部坚定不移地相信进口的发展对于中国经济结构的调整，对于中国下一步节能环保可持续的发展具有重要意义。工信部也表示将出台鼓励进口的政策，增进交流，力促进口。
- 加大展前宣传力度并提升参展商信息曝光度
展会与媒体的合作策略将从2011年开始作出调整，媒体相关报道将以展前宣传为主。
- 向重点客户定期发送展会资讯
在展会两个主办机构共建的客户数据库中，对数万名潜在客户逐一进行资料甄别，建立最具价值客户数据库，及时向他们发送展会活动资讯。
- 设立专项经费确保同期活动顺利进行，确保参加同期活动的来宾出席本届展览
- 颁发最受参展商欢迎专业商务访客奖
展会主办机构将拨出专项预算，奖励一批最受参展商欢迎的专业商务访客。





//2011年展会要点//

中国市场的机会

2010年，随着全球经济的逐步复苏，中国持续扩大内需、刺激消费等政策的出台，中国经济稳步回升，全年GDP高达397,983亿元人民币，同比增长10.3%。可以预见的是，2011年中国国内消费市场必将呈现勃勃生机并将迎来新的腾飞。

持续高速的经济增长成为国民收入和消费增长的强大动力。权威机构资料显示，中国拥有超过百万美元资产的富裕家庭数量已上升至全球第三位。2009年中国国内市场社会消费零售总额达125,343亿元人民币，比上年增长15.5%；2010年已达154,554亿元人民币，比2009年同期增长18.4%。

数量庞大且仍在持续增长的中高收入人群已明确地从“由无到有”的消费观念转变为“由有到好”。“数量”与“廉价”已不是一个被关注的概念，取而代之的是“品质”与“品牌”。介于奢侈品与基本商品之间的高品质品牌商品，正逐步成为中高收入人群购买的对象，品质、时尚、品牌、品位、个性、安全与舒适感已成为商品的关键要素。

商家精明的目光紧盯着中国的消费市场。

北京市场的机会

北京是13亿中国人民的首都，一个聚集超过2千万人口的超级都市，中国的政治、文化、行政管理中心，也是众多大型企业的总部所在地。2009年北京GDP达到11,865.9亿元人民币，到2010年GDP已达到13,777.9亿元人民币，比上年增长10.2%。

对比上海庞大的外资跨国公司从业人员，北京庞大的高级行政人员、文化演艺界人士、本土大企业高管、周边城市消费者和旅游人士的本土消费力更为强大。自2008年起，在北京开设的高档品牌专卖店数量已超越上海；2010年北京实现社会消费品零售额6,229.3亿元人民币，比上年增长17.3%。其中，吃、穿类零售额分别增长12.8%和15.8%。

无论是树立品牌形象或是提升销售数量，北京作为国家心脏对全国的影响力、辐射力令人瞩目。总部设于北京的众多国家级时尚及经贸传媒也有利于品牌信息在全国范围内的广泛传播。

国家会议中心

国家会议中心（CNCC）是目前国内档次最高、条件最好的会议展览中心，其雄伟而现代化的建筑，屹立于北京奥林匹克公园中心区，与紧邻的鸟巢、水立方、国家体育馆共同构成备受众人向往的北京新地标。其地理位置优越，交通十分便利，地铁8号线及20多条公交线路都设站于此；周边配套完善，有酒店及餐饮区、商业区、写字楼等。

选择十月份

秋高气爽的十月是北京的好季节，也避免了与其他同行业商贸活动的冲突。最重要的是，中国本土市场下季销售的商品在这个时候开始采购。

展会的组织和管理

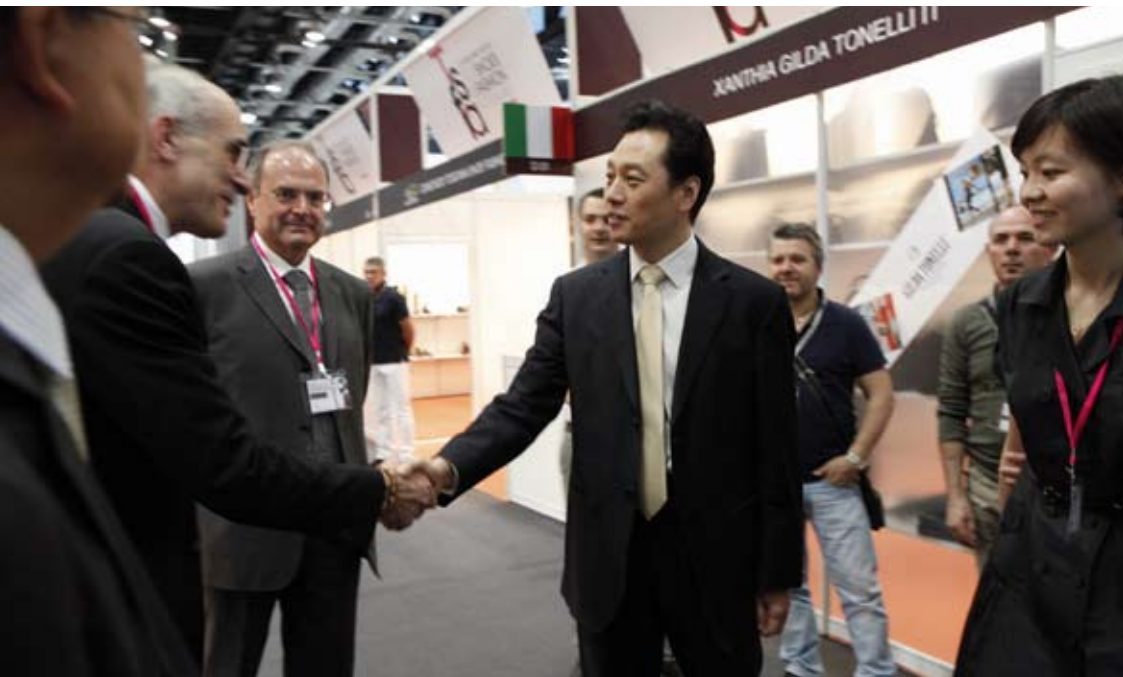
中国轻工工艺品进出口商会是中国商务部直接主管的国家级商会，在对中国轻工和工艺品行业的管理和协调方面起着重要的作用；同时该商会也是广交会轻工和工艺品企业参展的组织协调机构，轻工商会在组织和安排中国鞋企参加国际重要展览等各类商务活动中发挥了关键作用。

英特意信顾问有限公司在国际皮革及鞋包产品行业有多年的服务经验，为多个机构包括欧盟亚洲投资计划、意大利全国制革联合会、意大利琳琅沛丽皮革展、意大利生态与能源展览会等执行项目管理、产业咨询、市场研究项目。它为琳琅沛丽亚洲皮革展提供的组织管理实施服务，充分展示其团队优异的工作能力。

主办与管理机构将以高水平展会的标准组织并管理展会，并将连同各零售与百货业、制造业、时尚界国家级组织共同打造定位高端，面向未来的展览平台。

欧洲公司的机会

- 以意大利、西班牙、法国等国家为代表的欧洲时尚配饰产业一直以来代表着同行业的世界最高水平，大量的中小企业生产高品质及性价比高的产品。中国市场现正进入一个新的消费阶段，即最高收入的群体热衷于追逐顶级奢侈品，而庞大的中高收入群体则追求高品质高品位的时尚商品。这正是众多欧洲公司的机会。
- 中国市场已经造就了不少成功的本土服装名牌，这些品牌在国内难以寻找到批量小、品质高、款式多的配套鞋子和皮具以及服装配饰，因为大部分的本土鞋包制造商热衷于流水线生产的批量大、变化小、品质要求不高的订单。这一类别的市场需求也是欧洲公司的机会。
- 中国市场上大部分的鞋子、皮具、服装配饰零售店在主要销售本地生产的中低价产品的同时，正越来越多地尝试进口部分高档产品以逐步提升其品牌形象，吸引更多的高端客户。欧洲公司生产的中等价格的产品正是这些零售商进货的对象。2008年，意大利鞋对全球各国传统市场的出口大幅下降超过9%，而出口到中国的鞋则大幅增长约34%。



台湾和港澳地区公司的机会

- 与国外企业相比，台湾和港澳地区的企业依靠独特的地理环境，以及对中国大陆市场更深刻的了解，在进驻中国大陆市场上占有无可比拟的先机。两岸三地不论在生产模式还是经营理念方面都更为接近，更容易沟通，众多台资/港资企业在中国内地已建立生产基地，显示出更大的优势。
- 根据2010年6月底签署的《海峡两岸经济合作框架协议》(ECFA)，中国大陆将降低539种台湾商品的关税，其中的纺织制品类就包括了箱包皮具。该协议让台湾商品能以较低价格在中国大陆出售，使台湾企业在中国大陆享有相对其他主要海外市场而言更大的竞争优势。
- 近年来台湾和港澳地区的鞋业及箱包皮具业者开始积极自创品牌，欧美地区近年来消费力有减弱趋势，中国大陆13亿人口的消费市场成为台商抢占鞋类、箱包皮具市场高地的最佳选择。凭借多年代理国外品牌以及为国际品牌代工的丰富经验，台资/港资公司更了解如何进入中国大陆市场。这正是台湾和港澳公司的机会。

■ 中国大陆中高收入人群数量庞大并仍在持续增长，他们的时尚观念和消费意识已基本与香港、台湾一致，来自港台的高品质、多样化、崇尚个性的产品正符合这类群体的消费定位。对北京十家代表不同消费层次的百货商场进行的77个时尚品牌的研究显示，台湾品牌位居第四，占市场覆盖率的7%。在中国最大的网上商城--淘宝网的台湾馆内，已汇集一百余家台湾网店，其中尤以台湾风格的女性服饰、鞋帽包、饰品类商铺居多，受到几十万淘宝买家的热烈追捧。

专业买家

■ 以北京和天津地区的零售、批发和代理商为主，上海、广州、深圳、重庆、杭州、沈阳等一线城市以及部分二线城市的品牌代理商及零售商；北京、上海、广州、深圳、浙江海宁、四川成都、河南辛集等以及台湾地区、香港地区和俄罗斯、日本和亚洲各国的批发商及进口商。

■ 中国国家级和重点地区的商务管理部门、地区相关产品代理及批发、零售行业协会，如中国百货商业协会零售企业委员会、全国大型百货零售企业贸易联合会、北京商业联合会、天津市商务委员会、台湾区制鞋工业同业公会、台湾区手提包输出业同业公会，再次成为本届展览的合作机构。

■ 注重品牌和品质的服装、鞋业、皮具及时尚服装配饰品牌运营商、产品代理商和批发商、零售商、连锁加盟业户，百货商场、购物中心、服装品牌配套采购商等。

展位规划

结合行业特点，规划国际专业展的展位。展位分为光地、精装修的标准展位、半封闭高级展位及定制高级展位。定制高级展位专为部分高质的参展企业对品牌形象、客户尊享的要求而设。标准展位尺寸为4MX3M。展览区域及展位设计均由富有经验的国际专业团队负责。

知识产权的保护

商务访客的资格须经管理机构核定。根据中华人民共和国知识产权相关的法律法规、《展会知识产权保护办法》及《北京市展会知识产权保护办法》的相关规定，展会管理机构在展会现场邀请知识产权行政管理部门派人指导，及设立相关展会知识产权投诉机制，协助展会知识产权投诉，协调解决侵权纠纷。



//2010年展会回顾//



2010年5月25-27日首届“北京国际品牌鞋及配饰展”在位于北京奥体公园区的国家会议中心举办。展会由中国轻工工艺品进出口商会和英特意信顾问有限公司共同主办，并由中国轻工工艺品进出口商会鞋类分会和英特意信顾问有限公司组织管理。本届展览合计展出面积6,000多平方米，参展商60多个，其中来自意大利、港台以及中国内地的品牌企业各占约三分之一，专业商务访客为1,573人。

商务部王超副部长视察了展会并同前来参会的意大利及台湾贵宾进行了愉快的会谈，中国轻工工艺品进出口商会王忠奇副会长、北京商业联合会李顺利会长、天津市商务委员会代表等机构的代表陪同视察。

前来与会的意大利贵宾包括：意大利阿布鲁索大区政府副主席、经济发展部部长Alfredo Castiglione先生，意大利著名鞋业品牌公司Manas首席执行官、意大利青年企业家协会副主席Cleto Sagripanti先生，意大利著名时装品牌Patrizia Pepe董事局董事Stefano Orrea先生，意大利鞋业制造商协会亚洲委员会主席Domenico Macerata先生，全球智能制造组织主席、瑞士南方应用科技大学SUPSI学院院长Claudio R. Boër教授，意大利鞋业零售及分销商协会主席Massimo Donda先生；台湾贵宾包括：台湾区手提包输出业同业公会谢明振理事长，台湾区制鞋工业同业公会林昭杰理事长。

展会期间举办了潮流之窗、时尚与品牌论坛、时尚秀和贵宾酒会等活动。

//展会联络//

详情请垂询以下管理机构:

英特意信顾问有限公司

Tel.: +86-20-26298203, 26298201 Fax: +86-20-26298205

Add.: 中国广东省广州市广园西路222号名商天地1403室

E-mail: info@top-sfa.com Website: www.interec.cn

中国轻工工艺品进出口商会鞋类分会

Tel.: +86-10-67732705 Fax: +86-10-87774024

Add.: 中国北京市朝阳区潘家园南里12号楼10层

E-mail: guoying@cccla.org.cn Website: www.cccla.org.cn

展会官方网站: www.top-sfa.com

