

中医药板块借京交会打造国际品牌

日前,第三届中国(北京)国际服务贸易交易会(以下简称“京交会”)在广安门医院举行了倒计时100天揭牌启动仪式。与前两届相同,第三届京交会的举办时间仍旧固定在5月28日-6月1日。



据商务部国际经济技术交流中心副主任、京交会组委会办公室主任赵中屹介绍,本届京交会首次推出客商贸易匹配系统,由组委会办公室牵头组织板块承办机构和代表团为有关企业进行贸易匹配服务,并对网上注册系统进行了优化升级,大幅度简化了报名流程。

中医药板块 成特色名片

作为我国独一无二的服务贸易行业,中医药板块成为此次京交会36个板块中最重要的板块之一。京交会中医药板块承办机构负责人、北京市中医管理局副局长屠志涛称,中医药医疗机构和中医药企

业希望借助京交会,力争使中医医疗服务与旅游结合,探索规范化的中医医疗旅游项目。另外,要借助京交会着手打造中医医疗服务的国际品牌。

在新闻发布会现场,屠志涛表示,首届京交会上,中医药板块一亮相就成为了展会的焦点;第二届京交会,中医药板块从规模、层次、内容等都有新的突破和提升,参展范围从仅限于北京地区,扩展到上海、甘肃、广西、内蒙古、澳门等省市和地区,增加了中医养生企业和中医旅游基地,并进行了中医药服务贸易的政策发布。

中医药作为我国独特的卫生资源、科技资源、经济资源、文化资源和生态资

源,需要大力发展和弘扬。已连续参加两届展会的中国中医科学院广安门医院是京交会中医药板块的直接受益者。北京商报记者从广安门医院了解到,在首届京交会上,广安门医院只是去展示中医药文化和技术成果的,并不期望能在京交会上有签约成果,此前也并未与签约方信诺公司进行沟通洽谈。

中医药 向国际市场拓展

广安门医院院长王阶称,在前两届京交会

上,广安门医院作为“健康服务板块”的代表企业之一,先后与跨国医疗保险巨头招商信诺人寿保险有限公司签订了中医医疗服务直接支付协议,与柬埔寨绿色王国有限公司签订了医疗旅游合作备忘录等。

王阶表示,当前我国中医药行业已发展成完整的医疗、教育、科研、开发和生产销售的健康服务体系,国际影响力日益提高,为发展中医药服务贸易奠定了坚实基础。在首届京交会上,以“中医服务体验”为主题的主题展览展

示,共接待专业观众、境外买家以及市民公众约6万人次,签订合作协议11项,签约项目总额逾3.8亿元人民币,涉及美国、德国、韩国、马来西亚、印尼、柬埔寨、蒙古等8个境外国家和地区。如今,这些签约项目不仅得以顺利执行,还在推进过程中衍生出一些新的合作内容。

屠志涛称,比如德国,通过京交会更加深了对中医药的认识,德国的医学院、医疗机构进一步拓展了和我国中医药医疗机构和中医药制药企业的合作。北京商报记者从京交会组委会办公室副主任、北京市国际服务贸易事务中心常务副主任苏本生处了解到,今年德国、英国的企业参会数量较往年有大幅度的提升。

京交会 将助推消费增长

对于本届京交会的中医药板块,屠志涛表示,将重点对中医药养生健康项目、中医药贸易技术成果项目、中医药健康服务人

才培训项目以及中医药服务贸易投资项目等进行集中展示和召开推介会,同时还计划有中医药主题日、双语养生讲座等服务体验活动。在昨日举行的市商务工作会上,北京市副市长程红也将京交会放在促消费的重点项目之一。

广安门医院也对今年的京交会充满信心和期待,“一是力争使中医医疗服务与旅游结合,探索规范化的中医医疗旅游项目的有序开展;二是借助京交会,着手打造中医医疗服务的国际品牌”。

据了解,京交会在全球范围内搭建了首个涵盖服务贸易全领域、全业态的“国家级、国际性、综合型”交易平台,把散落在服务贸易各个行业、企业的需求和潜力,汇聚成国际服务贸易的商机。据悉,第二届京交会共吸引了117个国家和地区、13.8万人次客商和代表参会,达成签约项目415个,意向签约额累计786.9亿美元,比首届增长了30.9%。

北京商报记者 周雪昶/文 张笑嫣/摄

· 资讯 ·

H&M欲进军澳大利亚市场

瑞典快时尚服装品牌H&M昨日宣布将在今年进军澳大利亚,几个月后在墨尔本开设门店,并计划明年将在悉尼开设门店。

消息指出,H&M还计划在澳大利亚开设一个COS(Collection of Style收藏系列风格)品牌门店。据了解COS品牌主要是为成熟的H&M顾客设计的,品牌成立于2007年,并且已经成为H&M最受欢迎的自有品牌。

2014年,澳大利亚和菲律宾或将成为H&M扩张的重要市场。

京城元宵汤圆抽检连续三年达标

市食药监局日前通报,北京市场的元宵、汤圆全部合格。这也是京产元宵汤圆连续三年抽检合格。

此次抽查共涉及北京11家企业的22个品种,以及流通领域40余个品种,覆盖稻香村、好利来、金凤成祥、仿膳等北京产品。抽检人员根据食品(行情专区)品种的不同,对铝的残留量、过氧化值等关键化学指标,安赛蜜、糖精钠、甜蜜素等甜味剂含量,苋菜红、胭脂红、柠檬黄、日落黄、亮蓝等色素使用,金黄色葡萄球菌、沙门氏菌等致病菌共四大类风险指标进行了检测,所抽样本均检测合格。

金宝汇打造女性美丽殿堂

近日,金宝汇将与入驻的高端美容美发商铺打造“女人节”,为重品质与审美的女性精英消费者提供定制美丽体验。参与品牌包括美发品牌倍丽莎、皮肤护理品牌海洋洋、非手术医学美容连锁机构欧华。

倍丽莎(la belleza)由知名发型师张鸿携众多香港、内地专业发型师创立;海洋洋始终在皮肤护理行业保持着引领和前瞻地位,运用全球最专业的皮肤分析方式量身定做出个人化皮肤护理疗程。北京欧华医疗美容诊所则是以色列ALMA医疗美容与抗衰老技术中心和美国纽约Juvamedspa医疗美容机构在中国的惟一示范诊所。

春茶价格暴跌近八成

春茶市场一片惨淡。受南方寒冷气候影响,春茶市场供应量大幅下跌。由于供应量不足加之本身“珍贵”,春茶市场价格一直居于高位。不过,受到“三公消费”影响,今年春茶市场却难与往年相提并论。北京商报记者调查发现,春茶价格暴跌,最高跌幅近八成左右,接近批发价。

在马连道茶市,一位销售人员表示,往年宜宾春茶价格最高售价在3000元/斤,而今年最贵只有往年1/5的价格。一位经营多年铁观音的

茶商表示,茶市不景气从去年9月就已显现,销售额与往年相比下降近七成,1000元/斤的茶叶几乎无人问津。目前,其店内铁观音价格在百元左右,比去年同期茶价下降近三成。

中国茶叶流通协会发布的2014年中国茶产业形势报告显示,受国内外经济环境影响,除云南普洱茶和福鼎白茶价格继续保持上涨外,其他高档名优茶价格去年就大幅下跌,跌幅在10%-50%之间。不仅如此,一些茶叶生产大省的鲜叶收购

价格也在下挫。作为全国茶叶种植面积第一大省,贵州省去年鲜叶平均价格在45元/斤,较2012年同期下降30%左右;成品茶市场销售最高价格在1500元/斤左右,较上一年下降20%。

来自北商商业研究院的分析显示,受市场环境的影响和人力、房租等各项成本的水涨船高,今年茶市难言景气。同时,政策的持续收紧,使高端茶叶销售持续低迷,这也让茶叶价格遭遇重挫,价格恐将持续走低。

北京商报综合报道

台湾便利店密度居世界首位

台湾的便利商店遍地开花,数据显示,台湾超商(便利商店)已正式突破1万家门店的大关,平均每2000人就有1家超商,密度为世界第一。

据了解,在台湾便利商店的发展史上,十年前就有人预测店数已经饱和。没想到便利店脚步不仅没停下来,更成为台湾人眼中不可或缺的生活必需品,也成为岛外人眼中的观光补给站。据统一超商主管透露,今年统一超商在台总据点数可望突破5000家。

与之相比,内地便利店还存在单店销售低、加盟店与直营店差距

过大等问题,内地便利店的经营效率还有待进一步提升。从经营的角度看,门店数量越多,更能发挥规模效应的优势。但内地便利店情况正好相反,企业盈利能力并未得到提升,高门店规模企业的绝大部分经营指标都要比低门店规模的企业差。

拥有1000家以上门店企业的单店平均年销售额为168万元,利润率仅0.3%;规模最小、只有300家以下门店的便利店品牌单店平均年销售额却能达到最高的269万元,利润率为2%。“日本7-11靠密集开店降低了物流成本和营销成本。但中国便利

店的精细化程度不足,物流和供应链系统不完善,这种情况下摊子铺得越大,各种成本就会越高。”一位便利店从业人士透露。

在业内人士看来,内地便利店要提高经营效率,需要从门店的差异化上下功夫。

与国外便利店同行相比,我国的便利店对于所在商圈消费者特征的掌握还不太到位,难以形成差异化。除了企业自身的改革创新之外,国内便利店也期望国家政策方面的支持,比如统一纳税、简化手续、放宽经营品类等。

北京商报综合报道