

进博会进入百日冲刺 全球品牌展商摩拳擦掌

墨西哥龙舌兰酒、捷克水晶杯、哥伦比亚咖啡豆、南非牛肉……还有100天,这些“自带流量”的全球稀有物种将登陆第三届中国国际进口博览会(以下简称第三届进博会)。将于11月5—10日在上海国家会展中心举行的第三届进博会7月27日正式进入倒计时100天。

举办进博会是中国着眼于推动新一轮高水平对外开放作出的重大决策,国家主席习近平在首届进博会上曾指出,中国国际进口博览会不仅要年年办下去,而且要办出水平、办出成效、越办越好。而在疫情“大考”的特殊之年,第三届进博会准备如期进行,展示了中国扩大对外开放的决心。

记者了解到,第三届进博会企业展规划面积36万平方米,比第二届规划面积增加6万平方米,将设置食品及农产品、汽车、技术装备、消费品、医疗器械及医药保健以及服务贸易6大展区。值得注意的是,今年的进博会结合全球热点和行业发展趋势,还将新设公共卫生防疫、节能环保、智慧出行和体育用品及赛事等4个专区。目前公共卫生防疫专区已有近50家企业报名参展,展览面积1万多平方米,涵盖公共卫生防疫领域90%的知名企业,其中世界500强及龙头企业近40家。

“展品变商品、采购商变贸易商、参展商变投资商”,通过两届进博会的成功举办,中国的采购商与海外展商的贸易关系不断加深,实现互利共赢,推动全球贸易往来,提振全球经济增长信心,显示进博溢出效应。

服务继续升级,中国扩大开放诚意十足

位于上海青浦区诸光路1588弄的绿地全球商品贸易港,与国家会展中心仅“一路之隔”。这里集展览展示、采购交易、商贸服务、消费旅游等功能于一体,不仅是全球商品的尝鲜地,更是制度的试验田。

截至今年上半年,已有来自57个国家和地区的139家客商入驻平台,涵盖食品、酒饮、日用品、小家电等品类60000种商品,其中包括第一、第二届进博会同款商品7000件,“一带一路”沿线国家客商19家商品6000件。

据介绍,绿地以上海海关推动保税展示展销常态化业务创新制度落地为有利契机,在进博会常年展示交易平台“绿地全球商品贸易港”成功打造上海首个保税展示展销场所,成为制度创新的“试验田”。全力打造长三角乃至全国“规模最大、品质最优、体验最佳”的保税展示展销常态化平台。

近日海关总署发布第三届进博会支持措施和通关须知等通关指引文件,除往届进博会提出的支持措施外,还出台了14条便利措施,如:海关允许办展方统一提供税款担保,减轻境外参展企业负担;支持进博会展品在展会结束后转入特殊监管区并开展跨境电商业务等。

中国市场甜头引海外展商三顾“进博”

一大批国际大品牌参展商纷纷为第三届进博会摩拳擦掌。

国外的参展商们早早做好了准备。尝过两届进博会甜头的德国米技在2018年首届进博会上拿到了当年最大的一笔订单,达到1.5亿元人民币,占品牌年销量的20%—30%。2019年第二届进博会,米技展示了便携式感应灶产品,以及烹饪料理台、火锅桌。目前米技拟在浦江镇购买20亩工业用地,扩大新品的生产能力。

创业不到3年的维缇珠宝连续两届深度参与进博会,获得良好的市场效应,并在上海外高桥注册了公司。维缇珠宝联合创始人陈海燕介绍,2019年进博会后,公司在外高桥注册公司,在意大利开展路演推动2020年的全年承接,以及更好地筹备2020年进博会,今年将会有更多以意大利为代表的欧洲珠宝商希望跟着维缇珠宝走进进博会,走进中国市场。

7月26日举行的第三届进博会参展商联盟第一次会议上,韩国现代、陶氏化学、默沙东等35家参展商签订了3年长期参展合作备忘录,这些企业大多为世界500强和行业龙头企业,体现了全球市场主体对深耕中国市场的坚定信心。

100天后,东方的魅力将成为开放的新动力。
(科技日报)

佛山潭洲陶瓷展透出信息

创新是中国陶瓷产业转型的主攻方向

7月20—24日,被誉为中国陶瓷第一展的佛山陶瓷展在广东佛山潭洲国际会展中心举办。据悉,此次佛山潭洲陶瓷展是今年全球规模最大的线下专业陶瓷展,展馆面积12万平方米,设十大专业性主题展馆,吸引了蒙娜丽莎集团、宏宇集团等国内知名品牌企业,以及来自意大利、西班牙等欧洲国家的优秀陶瓷企业参展。

受疫情影响,今年上半年国内陶瓷行业行情普遍出现下降情况,而此次线下展会重开,极大提振行业信心。在陶瓷与卫浴产品展区,蒙娜丽莎、宏宇等一批陶企企业带来最新产品,甚至不少产品都是“全球首发”。如宏宇陶瓷于22

日当天亦召开的“科技再造新型石材”的新品发布会,宏宇重量级新品“自然石”正式发布。

新品发布会上,广东宏宇集团有限公司集团副总经理谭钊光表示,未来的建材行业发展已经不能靠简单的生产条件就能输出好的产品,一款面向未来的好产品,它一定是基于本行业对客户需求未能得到充分满足的洞察,精准打击解决客户痛点的创新科技产品。宏宇经过多年研究,运用技术创新在天然石材原有物理性能基础上加以优化,成功研制出可更好替代天然石材的创新型科技环保产品——“自然石”。

不少参展企业表示,未来在高质量

发展中,陶瓷产业转型必须依靠科技创新。据介绍,“自然石”就是因突破新型石材的核心技术,提高了产品质量可靠性。其还采用“6+超感技术”革新突破,打造具有“文物级自然石材灵感、真石级通体根纹实感、真触觉仿生工艺质感、视网膜DPI精细观感、舒缓级石材表面光感和超欧标防滑安全脚感”的未来科技型瓷砖产品。

宏宇陶瓷事业部常务副总经理陈永成介绍,未来陶瓷企业应围绕用户这一市场需求角度,开拓更多适合用户的产品,尤其是在新型产品上要做出突破;另一方面,要专注研发,用技术创新来提升产品的核心竞争力。
(经济日报)

依托会展业打造新技术转化高地

新形势下,会展产业除了具备经济效益之外,还承担着传播和转化新技术、促进产业循环、促进有序复工复产等使命。

会展业的新使命,首先是由其产业性质决定的。会展业是直接关系制造业的生产性服务业,与产业链的上游、中游和下游环节紧密相关。在打通产业链、形成并完善生态圈、促进产业协同、稳定和优化产业链供应链中具有独特作用。会展平台具有综合性、专业性、行业性和复合性等特点,是人、物、技、信息等诸多要素的集聚载体,这使得其在产业链协同中

能够发挥重要作用。

以会展业为平台,可以形成展示、传播、转化新技术新工艺新模式的高地。会展业往往是新技术的展示和宣传窗口,是技术创新的最佳交流沟通平台,是行业技术迭代的风向标,是促进新技术转化的催化剂,对一个行业的技术突破具有导航和引领作用。同时,许多会议和展会为产品设计、研发、创新和优化产业链供应链中具有独特作用。会展平台具有综合性、专业性、行业性和复合性等特点,是人、物、技、信息等诸多要素的集聚载体,这使得其在产业链协同中

当前国际形势下,扩大内需稳定经济发展尤为重要。实践证明,会展业在扩大内需、形成内需体

系、促进国内经济和产业循环方面作用显著,其强大的需求带动功能不可替代。不论是制造业领域的展会,还是以消费类产品为主的著名展会,其组织和动员能力是强大的。

珠三角是国内会展经济发展最早、最快的区域,会展业体量大、展会多,内容和形式都很丰富,不乏国内国际知名的大展,会展市场竞争比较激烈。佛山会展业具有深厚的产业经济基础,相信佛山会展业将在助力实体经济发展中,有更大的使命担当。
(任兴洲)

第五届辽源林交会“上云”:

传统展会实现数字化迭代

7月27—29日,第五届“中国·辽源国际林业交易会暨首届辽源品牌线上交易会(以下简称“辽源林交会”)如期与客商见面。今年特殊情况下,两年一度的林业行业盛会——中国辽源国际林业交易会仍将如期举行。今年,阿里1688将与吉林省辽源市政府联手,以“林行天下,云上辽源”为主题,创新性地采用新举措,共同举办云上展销会。

国内林类产品的产销一直呈增长之势,随着原材料成本和人工等各方面因素的影响,国内林产业呈现东部沿海向内陆转移趋势。东北林业纺织工业园八大服务平台,完善的林业产业链条和供应链体系,让东北林业园成为“南林北移”的最佳承接地。

从原料进厂到袜子成品出厂需经过多个环节和繁琐复杂的工序,而作为在

全国林业领域占据重要地位的超级产地,辽源在“产业链、供应链、创新链”三条主线上都有着极强的优势,形成3天供应链。在“产业链、供应链、创新链”三个方面的产业优势加持之下,东北林业纺织工业园成为国家袜子标准制定和检测基地,是全球链条最完善的专业生产棉袜的大型工业园区,园区更是被中国纺织工业联合会、针织工业协会命名为“中国袜业名城”“中国棉袜之乡”。

“源头货,一手价,批发就上1688”,此次辽源林交会,阿里1688作为全球最大的B2B综合类线上交易平台,将与辽源林业园的优势强强联合,依托自身的云计算、大数据、数字化基建等强大实力,搭建数字化展会基础设施,建立线上展示窗口。

同时,1688也将进一步深入开展商

家培育,1688中小企业商学院将协助辽源构建新型数字经济人才体系,赋能企业全生命周期培育,全面提升辽源商家的电商运营实操综合能力。

此次,在为期3天的展会期间,辽源林交会将设置五大展区,所有商品均上线展示。数百家企业参展主要集中在成品袜子、纺织原料面料、机械设备、商+直播、伙拼特价等展区,参展企业可充分运用数字技术,在云端展示新产品、抓取新订单。

通过此次搬上云端的辽源林交会,参展商、采购商等均可在线了解展示产品、供采对接、在线洽谈、收获商机,这一创新性的交流展示和交易平台也必将推动辽源林交会,以及辽源林业园整体加速数字化转型迭代。
(经理人网)

7月22日,潭洲国际会展中心对外发布其“中国工业会展第一馆”的全新战略定位,一时间吸引了各界目光。

近年来,生态圈成为各地发展会展业的重要抓手。成都、重庆、青岛等多地纷纷提出打造会展产业生态圈,并出台了一系列配套政策。这些城市经历了工业化、城镇化的快速推进,发展重心逐渐向第三产业迈进。因此,以会展业为代表的服务业自然而然成为“新战场”。

值得关注的是,在会展经济的重要性被大众熟知后,会展生态圈概念日益火爆。业界人士认为,会展行业在引入生态圈理念后,已经不限于把产业链关联企业打包放入同一个空间载体,还要形成由关联业态组成的多元协同系统。

打造会展生态圈,一场城市间的高水平竞赛正在上演。距佛山1500公里外,成都于3月首次发布14个重点产业生态圈,会展经济产业生态圈正是其中之一。4月,该市召开专项工作推进会并表示,聚力打造会展产业生态圈目的,就是要推进生产要素高度集聚、配套功能高效集成、优质资源高效集约,整体提升会展产业发展能级。

再将目光投向长三角。在2016年G20杭州峰会后,主场馆杭州国际博览中心开始发力会展生态圈。此后,杭州国际博览中心深入拓展“会展+N”模式,并提出要以场馆为引擎,构建会展小“生态”,同时以会展为抓手,服务产业大“生态”,不断开发场馆的流量价值、最大化区域溢出效应,并逐步形成一个可持续发展的会展生态圈。

除了成都、杭州,长沙、青岛、重庆、上海虹口区也纷纷提出要打造会展生态圈,向会展产业链“微笑曲线”两端延伸。中国会展经济研究会副秘书长姜淮认为,会展业从一般意义上看似乎是个“小盘股”,其作用更多体现的是外溢性,而其内在的预期收益是稳定的,通常不会形成财富收益的爆发性增长。但如若将会展的模式与产业进行有效嫁接,其价值则无法估量。
(王其霖)

丰台区市场监管局之窗

丰台区市场监管局开展“三伏贴”专项检查

针对北京市民“冬病夏治”入伏贴敷“三伏贴”的习俗,为保证“三伏贴”的质量和疫情防控的要求,丰台区市场监管局“四查一提示”开展疫情防控常态化下“三伏贴”专项检查。一查贴敷制剂。要求医疗机构严格使用具备合法有效制剂文号的产品开展贴敷诊疗。二查贴剂储存。查看储存条件是否达到药品储存的温湿度要求,杜绝人为原因造成制剂失效。三查贴敷环境。要求落实预约工作,做到分段就诊,达到“一医一患一诊室”。四查培训和宣传。查看是否按规定实施了贴敷调剂的相关培训,查看院内贴敷宣传是否客观真实。要求医务人员熟知“三伏贴”的适应症、禁忌症、使用注意事项,严禁销售或者变相销售制剂、发布医疗机构制剂广告等违法行为。执法人员检查实施的同时,进行“一提示”。
(石莹)

图上看展

首届线上食交会 晋江食企大出彩

7月20—22日,第四届海峡两岸食品交易会暨第七届闽台(泉州)食品交易会暨首届线上食交会在福建晋江举办,成为今年疫情期间经商务部备案并如期举办的国内第一个食品专业展会。

130家晋江食品企业参展,占参展企业总数的18.8%。近年来,晋江食品行业逐步从休闲食品向多元化发展,并在新兴崛起的多个细分领域形成供应链优势。经初步统计,展会期间晋江企业累计达成意向交易额48亿元,占展会总意向交易额的34.6%。



郑州会展经济红火

7月26日,市民在郑州国际会展中心的展会上选购净水设备,当天有三个展会同时在这里举行,吸引了众多观众。自6月10日按下“启动键”以来,郑州市会展业重启发力,国际会展中心已举办各类展会20余个。



上海“场馆服务标准化”为会展业保驾护航

“各位把健康码随中码打开检查之后才能入场,谢谢合作。”在上海国家会展中心场馆入口,主办方安排专人提醒观众出示随中码,持绿码方可进入观展。7月25日上午,2020年COMICUP魔都同人祭在国家会展中心开幕,现场通过联防联控机制,为疫情防控常态化下“场馆服务标准化”提供了更多元的服务样本,为会展业保驾护航。