

会展业「双线融合」挖掘外贸增长潜力

1月29日,在商务部召开的2020年商务工作及运行情况新闻发布会上,商务部综合司司长储士家介绍了商务部2020年在“稳住外贸外资基本盘”中所做的工作。

一是完善政策支持。针对严峻形势,用足用好合规政策工具,推动出台多批次政策措施,涉及外贸财税金融支持、出口产品转内销、重点外资项目服务、内外资公平待遇等,会同有关方面狠抓政策落地,促进外贸稳主体、拓市场,推进外资促增量、稳存量。

二是扩大对外开放。越是形势复杂,越要扩大开放。商务部将全国版外资准入负面清单条目由40条缩减至33条,自贸试验区版由37条缩减至30条。推动新设北京、湖南、安徽3个自贸试验区,总数达到21个,落实海南自由贸易港建设总体方案。落实外商投资法及实施条例,保护外资企业合法权益。

三是挖掘增长潜力。加快发展外贸新业态新模式,增设46个跨境电商综试区、17家市场采购贸易方式试点。网上举办第127、128届广交会,成功举办第三届进博会,支持地方举办多场、多样、多方式的线上展会。鼓励开展线上招商,实现招商不停步、引资不断档。

四是加强企业服务。协调解决企业困难问题,包括帮助企业复工复产、提供金融服务等各个方面。指导地方为外贸骨干企业提供一对一服务,稳住产业链供应链核心环节。对697个重点外资项目开展全流程服务,推动项目加快落地,形成示范带动效应。

五是营造外部环境。畅通国际物流,促进运输供需对接。推动建立人员往来“快捷通道”,便利经贸人员出入境。推动贸易投资自由化便利化,签署RCEP,如期完成中欧投资协定谈判。商务部还向150多个国家和10个国际组织提供了抗疫援助,扩大防疫物资出口,为国际抗疫合作作出积极贡献。

储士家最后强调,需要说明的是,2021年,外贸外资面临的形势仍然严峻复杂。商务部将立足新发展阶段,贯彻新发展理念,构建新发展格局,全力推进稳住外贸外资基本盘,帮助企业抓订单拓市场,优化国内国际市场布局、商品结构、贸易方式,推动贸易创新发展;进一步扩大开放,持续优化营商环境,加强外资企业和项目服务,提升利用外资质量,更好发挥外贸外资在促进国内国际双循环中的关键枢纽作用。

(中国会展)

轻工特色展会

将有超过30万专业观众到场参观,2300多家海内外优秀企业和品牌参展

第23届中国国际焙烤展4月启幕

□ 本报记者 史晓菲

记者日前从中国焙烤食品糖制品工业协会获悉,第23届中国国际焙烤展“Bakery China 2021”即将于4月27—30日在上海浦东新国际博览中心举行。主办方表示,预估今年将有超过30万人次专业观众到场参观,超过2300家海内外优秀企业和品牌参展。

产业链细分 突出特色

据悉,Bakery China 2021将继续使用上海浦东新国际博览中心全部17个展厅和7个室外展厅,覆盖面积超过23万平方米,是名副其实的焙烤及糖制品行业全球面积最大的专业展览会。

主办方介绍,不断发展的中国焙烤事业,历经二十多年从模仿到学习、从学习到自主研发的发展进程,看到了行业发展的迫切愿望和不懈努力。Bakery China作为专业的展会组织方,努力搭建能够及时充分反应行业发展、反馈行业需求和洞察行业趋势的综合性平台。从最开始的设备、原料、包装、国际4大展示板块,一直在致力于搭建覆盖焙烤食品糖制品行业全产业链全品类的商贸平台,并持续不断细分产业链分门别类,突出各区域展示重点和展示特色,集中展示行业整体现状与细分领域机遇。2021年,将原有的4大展示板块细致划分为17项品类展示专区反应行业当下发展趋势和潮流,指导企业未来发展,也方便买家现场参观采购。

预计,今年也将有超过2300家海内外优秀企业和品牌参展,展会按照各参

展企业主要展示展品分区包括原辅料及成品展区、油脂专区、馅料专区、国际及原辅料综合专区、半成品/乳制品/奶油/蛋液/肉类专区、设备展区、焙烤新国潮——中华制酥馆、展示柜、店面设计、软装陈列展区、包装设计、材料及整体解决方案展区等。

主办方表示,“作为服务本地并且辐射亚太乃至全球的专业焙烤及糖制品展览会,每届展会都是全球焙烤同仁相聚一堂商贸往来、互通有无的行业盛会,预估今年将有超过30万人次专业观众到场参观,尤其是在经历2020年后,压抑近两年的行业热情必将引爆上海,加速行业发展与变革。”

专业赛事接踵上演

“每年的Bakery China展会期间,各项国家和国际水平专业赛事接踵上演,方寸赛场间挥洒的是汗水,比拼的是技术,练就的是不凡。从面包/蛋糕/月饼国家技能大赛(接轨世界技能大赛)到世界烘焙杯、世界甜点大赛、世界巧克力大赛、亚洲西点大赛、咖啡拉花大赛等各项竞赛都在方方面面挖掘培养并储备专业人才,驱动行业高质量发展。”主办方表示,技术工人队伍是支撑中国制造、中国创造的重要力量。随着第一届全国技能大赛的圆满举办,针对各行业专业人才挖掘和培养的大势下,Bakery China也将持续为行业筛选和培养立足国情并具有国际视野的焙烤专业人才。

同时,每年Bakery China展会期间,都有来自行业各细分领域的行业大师、冠军、从业者以及爱好者欢聚一堂,相互切磋技艺,提炼精华。在匠人精神

的倡导下,不断提高自我技艺,在反复揉搓间融汇中西、在精准测量间把握分寸,在夜以继日的磨练中超越升华。近年来,尤其自2018年后,中国焙烤匠人在世界技能大赛、世界面包锦标赛、UIBC青年糖艺师世界锦标赛、烘焙世界杯等国际赛事崭露头角,尽显风采,多次包揽世界各地专业赛事金、银、铜等奖项,并在标杆类赛事上取得零的突破,甚至摘得冠军的飞跃式发展。

中国的焙烤业在不断发展、发展的中国焙烤业因为有一群奋发向上、勇于攀登的匠人而闪耀世界。在Bakery China展会期间,不仅中国的匠人们,更有来自世界各地的烘焙大师、MOF、世界冠军、米其林大师等等同台献艺。

除了专业的各项技能赛事之外,还有数百场展会主办方和企业自办的各类主题会议论坛、高端沙龙、客户答谢、新产品新技术发布、行业报告发布等配套活动,立体多维为展会增值添彩。据统计,Bakery China展会期间,预计将有上万件展品和超过千件新产品新技术同期展示。

为了更好地推动行业发展并更好服务于中国国际焙烤展(Bakery China)参展企业打造和向更大潜在产品用户推广企业和品牌“拳头产品”以及推广新产品新技术。本届展会期间,将由中国焙烤食品糖制品工业协会和北京贝克瑞会展服务有限公司共同策划组织“第23届中国国际焙烤展创新产品评选(Bakery China Innovation)”和“Bakery China Star”。

“第23届中国国际焙烤展创新产品评选”活动自2019年第一届开办,每2年一届,2021年展会期间将继续从原料、设备、包装等三大类近百家企业中评选优胜企

业。通过行业组织活动奖励并激励业内人士不断创新开发安全健康的尖端产品和技术,推动焙烤行业健康可持续发展。

从权威专业角度评选具有行业时代发展特点的优秀产品,同时,2021年Bakery China主办单位还将特别设置“Bakery China Star”由参会观众评选Bakery China 2021最受欢迎产品奖。评奖活动将同样从原料、设备、包装等三大类中,由企业自主提交参选产品信息,展会期间通过专属定制投票通道为参选产品站队投票,最终评选出各类别下Top 3产品。

精准线上线下数据对接

紧跟时代浪潮,把握时代脉搏,精心打造线上各平台窗口,精准线上线下数据对接,Bakery China还将整合全平台全渠道资源助力相关业务发展。自2020年全新打造的Bakery China直播平台,自开播以来累计直播超过74场次,吸引超过243万行业人士在线观看,实现了从网站(展商在线服务系统、展商中心、产品中心)、官方微信公众号、服务号、小程序、微网站、直播、抖音及各大视频/短视频、微博等分享平台的全覆盖,累计服务超过60万行业精准数据,有效触达超过2亿人次。

据介绍,由中国焙烤食品糖制品工业协会和北京贝克瑞会展服务有限公司共同主办的中国国际焙烤展览会(Bakery China)始于1997年。二十余年来,在行业同仁的共同努力下,中国国际焙烤展览会现已发展成为全球首屈一指的焙烤食品糖制品行业全产业链专业展览会。

会展传播价值远比直播重要

近日,上海一知名公关活动公司负责人在谈及活动行业的发展趋势时强调其个人观点,即在未来3至5年,有两点趋势值得活动从业者关注:一是对活动的可传播性需求会越来越强,二是线下体验和线上虚拟体验融合会更具紧密。

此前,传统的会展活动只是去影响线下参会群体。在新经济下,现在的活动组织者需要借助各种媒介,让更多的群体知晓活动的动向,并主动为之扩散,让活动得到更为广泛的传播。而这,需要会展从业者具备传播思维。

客户是一切活动的出发点。会展活动的主办方、承办方想尽一切办法,要让客户满意,就要仔细甄别参展商、观众和参会者真实的新需求。之后,运用多种手段和方法来满足这些新需求。新需求有的来自老人,有的来自“新人”—Z世代。Z世代泛指“95后”和“00后”,据统计,Z世代人数在总人口中占35%。他们的主要特点是严重

依赖网络、更爱学习、娱乐至上、喜欢艺术、颜值正义、个性自我、注重体验、拥抱民族品牌。而“60后”“70后”等“老人”同样对移动互联网、体验、分享、环保等情有独钟。

这表明客户变了。Z世代逐渐成为会展活动的“主角”,老人和新人的“口味”都变了。比如,希望在传统商务活动之外有更多好玩有趣的活动、健康餐饮和环保公益。他们更喜欢分享,在微信、微博、小红书、抖音上主动编写、拍摄或转发他们亲身参与、见证的活动等,也爱看朋友、同事或新媒体平台上智能推荐的文字、图片、短视频。

客户自主的分享、扩散是真正优质且免费的广告,可信度高。因此,业界看到现在会展活动的标配之一就是照片直播。

从主办方角度来看,客户的积极参与,意味着对客户的粘性更强、复购率更高。

2020年3月5日,教育部正式发文,公布2019年度普通高等学校本科专业备案和审批结果及普通高等学校本科专业目录(2020版)。上海大学会展专业历经15年建设实至名归硕果,成功获批目录外新增第一个特设交叉本科专业。会展专业纳入文学门类新闻传播学类专业类下,学制四年。

在上海大学新闻传播学院博士生导师、上海会展研究院院长张敬教授看来,会展活动的获客成本越来越高,有效的传播成为整合营销中的重要一课。

根据上海大学新闻传播学院网站显示,该学院2010年获批准新闻与传播专业型硕士学位授予点,本学科专业方向有:全媒体新闻、策略传播(该方向在注重艺术技术结合的基础上,分为广告、会展、公共关系三个专业分支)。

1月22日,国家会展中心(天津)首展京津城际高铁品牌专列首发,开启了依托京津城际,搭乘高铁列车新时代的

宣传“加速度”。即将开业的大型场馆带着首展(中国建筑科学大会暨绿色智慧建筑博览会)“坐”高铁进行推广宣传,也是一个不错的传播案例。

传播比直播重要。自去年新冠肺炎疫情在全球蔓延以来,众多会展活动项目被迫改为在线上举办,会议的视频直播陡然热闹起来,腾讯、华为、钉钉、微视、目睹等企业眼疾手快,多个直播平台抢得了“会展先机”。

这其中,北京美迪康信息咨询有限公司常年服务于大型国际会议和社团会议,提供会务管理系统、会议直播平台 and 工具,去年2月5日起就开设了免费的云课堂会务实操公开课,帮助会展从业者提高会议直播技巧。针对一些会展主办方反映的观看直播人数不够多、观看时间不够长的情况,创始人黄勇给出了自己的看法:(会议)传播比直播重要,内容比形式重要。

(许锋)



“北京2022冬奥文化全球行”活动启动

1月28日,“北京2022冬奥文化全球行”主题活动启动仪式在北京冬奥会和冬残奥会展示中心举行,北京冬奥组委与文化和旅游部共同宣布活动启动。

“北京2022冬奥文化全球行”主题活动将通过设立“冬奥之窗”,启动“云上冬奥”项目等多种形式,自今年1月开始,在全球49个国家的54个

城市分阶段开展各类宣介活动,介绍北京冬奥会和冬残奥会筹办进展,全面展示冬奥场馆建设、可持续发展、人文交流等特色亮点工作。

北京冬奥组委专职副主席、秘书长韩子荣表示,“北京2022冬奥文化全球行”主题活动是扩大北京冬奥会国际影响力的创新举措。

(人民)

吸引全国各地500多家店参展

厦门举办首届剧本杀展会

好剧本才是游戏体验的核心

厦门剧本杀市场很火热,但缺乏原创尤其是本地的剧本,不少店家只能依赖参加外地行业展会或联系外地编剧购买新剧本。

此次剧本杀展会的主办方之一——“多米互娱·SSS”工作室,曾经也是到处购买剧本,“一间剧本杀工作室能否持续,并不是依靠剧本数量的多寡,更要靠剧本发行(创作)”。“多米互娱·SSS”工作室负责人陈麒安说。去年3月,他们转变了发展思路,开始创作剧本。据介绍,一个剧本的制作流程包括四个环节,首先是设定背景、建立故事框架,其次是填充细节内容、撰写人物小传,第三是排练演绎、添加推理游戏等环节,最后是对剧本进行测试、优化,周期为两三个月。

在业内人士看来,一个优秀的剧本杀剧本,既要富有逻辑,层层深入、环环相扣,才能满足玩家推理的猎奇心理,同时也需要优美的文笔,让玩家身临其境。以“多米互娱·SSS”工作室创作的剧本《黄昏

下的鸟啼寺》为例,该剧以《明史轶闻》创作始末为背景,因作者是一位历史与文学的爱好者,所以在剧本创作中融入了大量的中国戏曲和文化知识,赋予剧本更为丰富的历史文化气息,玩家在游戏过程中,则像在阅读一部历史小说。

行业有待规范

令陈麒安没有想到的是,前来参加此次展会的厦门剧本杀店家数量不少,积极性很高。

同时,也有准备跨入这行的爱好者,小新就是其中一位。逛完一圈后,小新很兴奋,但他也深知经营一家剧本杀店面的难。由于目前市场相对小众,受制于剧本质量、DM(剧本杀主持人)专业度、店面环境、客群维护等主观因素,普通的工作室或体验馆很难投入资金进行品牌推广。

业内人士还指出,剧本杀是个新兴产业,存在剧本盗版严重、体验门店设在小区或写字楼等诸多问题,行业总体有待进一步引导规范。(金台资讯)



澳大利亚民众零距离感受“水韵江苏”

1月27日,“2021欢乐春节·江苏非遗文创精品展”在澳大利亚悉尼拉开帷幕,为悉尼民众带来一场文化盛宴。展览展示了南京云锦、苏绣、秦淮灯彩、桃花坞木版年画、昆曲艺术、金陵剪纸等独具特色的非物质文化遗产,凸显了江苏深厚的文化底蕴。展览将在悉尼中国文化中心持续至2月26日。为方便澳大利亚其他地区的观众观展,利用VR(虚拟现实)技术的在线展览也同步上线。

据介绍,今年是悉尼中国文化

中心与江苏省合作的“江苏文化和旅游年”,双方将共同推出一系列线上线下文化活动,除展览外,还有“感悟生活——江苏省美术馆艺术家作品展”“天涯共此时——中西合璧中秋音乐会”等活动。

悉尼中国文化中心主任兼中国驻悉尼旅游办事处主任肖夏勇表示,中心在举办“江苏文化和旅游年”活动的同时,将继续推动中澳文化交流,以文化为纽带促进中澳友好。

(新华)

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局扎实推动2020年年报工作高效开展

为进一步做好2020年度市场主体年报工作,丰台区市场监管局新村街道所提前谋划,立身辖区情况,全面组织推动,做到疫情防控与市场主体年报工作同步开展,高效推进。一是提前谋划,加强工作联动。在开展特种设备检查、接诉即办等各类专项工作时,提示市场主体落实各项防控措施并及时报送年报。二是加强宣传,营造良好氛围。通过辖区大型市场、商超、楼宇以及集中办公区等主体相对集中场所采取大屏投放的方式对年报工作进行宣传,营造社会面效应。三是强化培训,优化服务水平。结合窗口服务、异常名录列入移出等相关工作,在市场所前面向市场主体告知年报工作相关政策,同时帮助指导市场主体填报具体流程。四是清理虚数,提升年报质量。加强对注销流程的宣教指导,引导市场主体及时主动退出。同时持续开展长期停业的“僵尸企业”吊销工作,切实保障年报数据质量。

(李于腾)