

众多国际知名品牌将亮相首届中国国际消费品博览会

境外品牌参展面积占比近80%，多数品牌将在本届展会发布新品

由商务部和海南省人民政府共同主办的首届中国国际消费品博览会(以下简称消博会)将于5月7—10日在海南国际会展中心举办。首届消博会将以“开放中国，海南先行”为主题，集聚全球消费领域资源，打造全球消费品展示交易平台。

大量知名品牌确定参展

目前，消博会招展工作进入收官阶段，国际展区分为时尚生活、珠宝钻石、高端食品保健品、旅居生活和综合服务五大展区。

“受邀参加首届消博会，特斯拉非常荣幸。”特斯拉有关负责人表示，特斯拉加速推进在自贸港的布局，带动一批省外优质合作伙伴落户，希望双方保持友好的互动往来，发挥各自优势推动合作取得更大成果。

日本综合性日化企业花王集团决定进驻时尚生活展区，充分利用消博会平

台，面向全球发布集团旗下王牌高端护肤品牌SENSAI, est 和超细纤维技术“FUTURE SKIN by Fine Fiber Technology”。

作为中国首家经国务院批准经营免税商品的国有独资企业，深免集团将全面组织旗下免税店和专业采购团到会，助力海南自贸港建设，为拉动消费创新发展贡献力量。

爱尔兰名优产品已出发

部分参展商开始紧张地“备战”，爱尔兰中资企业商会联手Enterprise Ireland等机构，以“爱尔兰国家馆”形象组织品牌商参展。目前，已有13个品牌商确定参展，涉及婴幼儿奶粉等乳制品，威士忌、金酒等酒水，母婴类和生活用品以及羊毛制品等名优产品。为让展品及时到达，爱尔兰部分参展商近日把展品运至科克港口附近的保税仓库，2月18日又从科克港出发，将展品运往海口。

参展商表示，消博会免税政策非常有吸引力，希望借助平台带动品牌快速进入中国市场，更好地满足消费者需求。“消博会为中爱经贸发展增添了生机，是海南自贸港建设的一大亮点。”爱尔兰中资企业商会会长王治冬表示，将积极发挥商会作用，搭好合作桥梁，推动企业积极参与消博会，促进中爱贸易发展。

展会特点明显

从招展总体情况看展会呈现以下几大特点。一是全球头部品牌集聚。已有法国的欧莱雅、人头马、保乐力加，日本的资生堂、芳珂、欧姆龙，美国的强生、戴尔以及西班牙放司堡、澳洲澳佳宝、比利时德尔沃等超过200个全球头部品牌确认参展。二是国际化程度高。本届消博会境外品牌参展面积占比接近80%。瑞士将担任首届消博会主宾国，日本、德国、法国、韩国、爱尔兰等10余个国家和地区将组团参展。三是全国省市无一缺席。

全国31个省市、自治区和新疆生产建设兵团都将组团赴海南参展，集中展示本地区的消费精品和老字号。四是首发首展比重较高。不少国内外知名品牌都明确表示，将在本届消博会上发布最新产品和最新款式。比如，德国汉斯最新款的帆船式游艇确认亮相首届消博会。五是突出专业化水平。国际展区按专业化布局，分为时尚生活、珠宝钻石、高端食品保健品、旅居生活和综合服务等五大展区。邀请了中国珠宝玉石首饰行业协会、中国食品土畜进出口商会、中国检科院燕窝诚信联盟等专业机构负责珠宝、酒类和燕窝的组展工作，并将在展区内设立鉴定专区，对每件参展产品进行严格审核。

展会期间，海南将组织开展丰富多样的旅游消费活动，推动高端消费者到会参观采购。预计展会期间专业采购商将达3000—5000人，日接待高端消费者5万人次。

(综合)

吸引超过1600家国内外优秀企业现场参展。展会现场还将举行400多场新产品新技术的发布活动，发布新产品预计超过2000件。

据了解，中国电子信息博览会具有三大核心价值，分别是具有价值的产业交流平台、具有规模的展示发布平台和具有影响力的宣传推广平台。CITE2021将为业界充分展示智能时代电子信息产业最新发展成果与趋势，打造国际化一流电子信息领域展示平台。

(中国会展)

博览会展出面积将超过10万平米，即一场“第九届中国电子信息博览会开幕论坛”，N场“电子信息行业同期专题活动”。博览会组委会还将联合电子信息领域的十大行业协会，共同评选出“中国电子信息行业创新金奖”及“中国电子信息行业创新奖”。此外，博览会还将同期举办45个主题、超150场研讨活动。

博览会展出面积将超过10万平米，

据了解，本届展会规划展览面积55000平方米，参展企业及产品丰富，展品涵盖肉类食材、水产海鲜、禽类食品、蔬菜菌菜、配餐调料、酒水饮料、餐饮加盟、餐饮设备等。预计将有1100家中外品牌参展，6万名专业观众到场参观采购，同期还将举办第四届京津冀饭店餐饮业发展论坛、“时尚杯”餐

(中国贸易新闻网)

饮大赛等多场配套活动，邀请来自国内外相关行业专家、学者、行业精英汇聚一堂，共同梳理探讨当下行业现状及未来发展趋势，共话发展、共谋未来。

北京餐博会旨在推动餐饮业升级发展，培育消费新热点、新业态，激发餐饮行业消费潜力，促进餐饮业高质量发展，为餐饮业上下游产业链企业提供产品展示、采购交易服务窗口，搭建政策解读、展览展示、信息发布、产销对接、品牌孵化、对外合作一站式交流平台，助力餐饮行业持续繁荣。

(中国贸易新闻网)

2020年，突如其来的疫情让不少企业陷入瓶颈，商业的发展面临挑战，尤其是物流、人流、资金流、信息流高度聚合的会展产业受到影响，一度停摆。疫情来势汹汹带来了许多忧患，却也带来了行业机遇。它使得会展行业去思考，去探索商业贸易模式的数字化转型。2020年4月，阿里巴巴集团宣布和上海贸易促进委员会共同打造云上会展有限公司，依托阿里巴巴商业操作系统的全域数字化运营能力，发展创新型展会服务模式，参与到数字会展行业“新基建”的成长中。

回顾2020年，云上会展成功交付了近20个国际国内大型展会标杆项目，云上会展助力会展行业数字化转型事业初见成效。

营销运营商业化能力加持 打造云上会展品牌

云上会展带来的平台运营的数字化，是创新技术应用的场景化，也是商业生态赋能配置的多元化。

云上会展通过品牌数字化与营销产品化的方式打造了一系列“云上XX会”品牌。基于阿里巴巴的商业生态体系，利用互联网经济商业模式和运营思维，服务于数字会展。开创性的线上线下融合会展品牌营销与商贸对接新业态，帮助主办方更好地实现以会带展促进投资。2020年，基于全域营销商业体系，云上会展助力东博会高调出圈，完成了线上10亿+曝光的成绩。

除此之外，第102届和103届全国糖酒会也与阿里巴巴合作，推进行会的数字化转型。协同打通生态营销链路，融合发展新形态“数字化糖酒会”，努力成为数字化会展标杆。

通过云上会展利用营销运营数字化加持的案例还有许多：第二十二届中国国际投资贸易洽谈会、天津投资贸易洽谈会、第二十七届杨凌农高会、世界智能制造大会等、上海书展、上海旅游节、上海国际艺术品交易月……

基于2020年云上会展业务积累与沉淀，云上会展CEO朱峰指出，“过

(中国经济网)

第九届中国电子信息博览会将于4月上旬在深圳举行

2021年4月9日至11日，第九届中国电子信息博览会(CITE2021)联合同期的第97届中国电子展将在深圳会展中心举办。

本届博览会将集中展示包括智慧家庭、5G+物联网、智能网联汽车、网信产业、工业互联网、集成电路、新型显示、大数据存储、基础电子元器件等代表电子信息产业未来发展的核心内容。包括

CITE主题馆、超高清显示馆、智能制造与3D打印馆、前沿科技应用馆、电子竞技馆、大数据存储馆、物联网与5G应用馆、智能驾驶及汽车技术馆、基础电子馆等九大展馆20个专业展区。

本届博览会将举办开幕论坛，以“CITE 2021”成果为依托，旨在进一步扩大同期活动影响力、充实活动内容、强化活动特色。将举办“1+N”场论坛活

动，即一场“第九届中国电子信息博览会开幕论坛”，N场“电子信息行业同期专题活动”。博览会组委会还将联合电子信息领域的十大行业协会，共同评选出“中国电子信息行业创新金奖”及“中国电子信息行业创新奖”。此外，博览会还将同期举办45个主题、超150场研讨活动。

博览会展出面积将超过10万平米，即一场“第九届中国电子信息博览会开幕论坛”，N场“电子信息行业同期专题活动”。博览会组委会还将联合电子信息领域的十大行业协会，共同评选出“中国电子信息行业创新金奖”及“中国电子信息行业创新奖”。此外，博览会还将同期举办45个主题、超150场研讨活动。

(中国会展)

饮大赛等多场配套活动，邀请来自国内外相关行业专家、学者、行业精英汇聚一堂，共同梳理探讨当下行业现状及未来发展趋势，共话发展、共谋未来。

北京餐博会旨在推动餐饮业升级发展，培育消费新热点、新业态，激发餐饮行业消费潜力，促进餐饮业高质量发展，为餐饮业上下游产业链企业提供产品展示、采购交易服务窗口，搭建政策解读、展览展示、信息发布、产销对接、品牌孵化、对外合作一站式交流平台，助力餐饮行业持续繁荣。

(中国贸易新闻网)

2020年，突如其来的疫情让不少企业陷入瓶颈，商业的发展面临挑战，尤其是物流、人流、资金流、信息流高度聚合的会展产业受到影响，一度停摆。疫情来势汹汹带来了许多忧患，却也带来了行业机遇。它使得会展行业去思考，去探索商业贸易模式的数字化转型。2020年4月，阿里巴巴集团宣布和上海贸易促进委员会共同打造云上会展有限公司，依托阿里巴巴商业操作系统的全域数字化运营能力，发展创新型展会服务模式，参与到数字会展行业“新基建”的成长中。

回顾2020年，云上会展成功交付了近20个国际国内大型展会标杆项目，云上会展助力会展行业数字化转型事业初见成效。

营销运营商业化能力加持 打造云上会展品牌

云上会展带来的平台运营的数字化，是创新技术应用的场景化，也是商业生态赋能配置的多元化。

云上会展通过品牌数字化与营销产品化的方式打造了一系列“云上XX会”品牌。基于阿里巴巴的商业生态体系，利用互联网经济商业模式和运营思维，服务于数字会展。开创性的线上线下融合会展品牌营销与商贸对接新业态，帮助主办方更好地实现以会带展促进投资。2020年，基于全域营销商业体系，云上会展助力东博会高调出圈，完成了线上10亿+曝光的成绩。

除此之外，第102届和103届全国糖酒会也与阿里巴巴合作，推进行会的数字化转型。协同打通生态营销链路，融合发展新形态“数字化糖酒会”，努力成为数字化会展标杆。

通过云上会展利用营销运营数字化加持的案例还有许多：第二十二届中国国际投资贸易洽谈会、天津投资贸易洽谈会、第二十七届杨凌农高会、世界智能制造大会等、上海书展、上海旅游节、上海国际艺术品交易月……

(中国经济网)

2020年，突如其来的疫情让不少企业陷入瓶颈，商业的发展面临挑战，尤其是物流、人流、资金流、信息流高度聚合的会展产业受到影响，一度停摆。疫情来势汹汹带来了许多忧患，却也带来了行业机遇。它使得会展行业去思考，去探索商业贸易模式的数字化转型。2020年4月，阿里巴巴集团宣布和上海贸易促进委员会共同打造云上会展有限公司，依托阿里巴巴商业操作系统的全域数字化运营能力，发展创新型展会服务模式，参与到数字会展行业“新基建”的成长中。

回顾2020年，云上会展成功交付了近20个国际国内大型展会标杆项目，云上会展助力会展行业数字化转型事业初见成效。

营销运营商业化能力加持 打造云上会展品牌

云上会展带来的平台运营的数字化，是创新技术应用的场景化，也是商业生态赋能配置的多元化。

云上会展通过品牌数字化与营销产品化的方式打造了一系列“云上XX会”品牌。基于阿里巴巴的商业生态体系，利用互联网经济商业模式和运营思维，服务于数字会展。开创性的线上线下融合会展品牌营销与商贸对接新业态，帮助主办方更好地实现以会带展促进投资。2020年，基于全域营销商业体系，云上会展助力东博会高调出圈，完成了线上10亿+曝光的成绩。

除此之外，第102届和103届全国糖酒会也与阿里巴巴合作，推进行会的数字化转型。协同打通生态营销链路，融合发展新形态“数字化糖酒会”，努力成为数字化会展标杆。

通过云上会展利用营销运营数字化加持的案例还有许多：第二十二届中国国际投资贸易洽谈会、天津投资贸易洽谈会、第二十七届杨凌农高会、世界智能制造大会等、上海书展、上海旅游节、上海国际艺术品交易月……

(中国经济网)

第十一届北京国际餐饮业供应链展览会6月底举办

餐饮收入增速转正反映出中国经济正稳步前行，居民消费逐步恢复。“未来，餐饮消费将向绿色、健康、安全的方向发展，新模式新业态成为行业下一步发展的重点。”中国饭店协会会长韩明说，“在构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局中，餐饮业必定会迎来更加广阔的发展空间。”

由中国饭店协会、北京市餐饮行业协会、北京市旅游行业协会、北京恒辉国

际展览有限公司联合主办的第十一届北京国际餐饮业供应链展览会(北京餐博会)将于2021年6月28日—30日在中国国际展览中心静安庄馆举办。目前展会招商招展工作已经全面启动。

北京国际餐饮业供应链展览会(北京餐博会)系亚洲酒店及餐饮业系列联展(HCSA)的主题子展，是北方地区规模大、影响力强的酒店和餐饮业展览交易盛会。上届展会共有国内外921家企业参展，参展产品丰富多样且质量优秀，还

迎来了天津、河北、山东、辽宁等地30余个采购团现场参观洽谈，交易采购、经贸合作取得效果显著。

据了解，本届展会规划展览面积55000平方米，参展企业及产品丰富，展品涵盖肉类食材、水产海鲜、禽类食品、蔬菜菌菜、配餐调料、酒水饮料、餐饮加盟、餐饮设备等。预计将有1100家中外品牌参展，6万名专业观众到场参观采购，同期还将举办第四届京津冀饭店餐饮业发展论坛、“时尚杯”餐

(中国贸易新闻网)

饮大赛等多场配套活动，邀请来自国内外相关行业专家、学者、行业精英汇聚一堂，共同梳理探讨当下行业现状及未来发展趋势，共话发展、共谋未来。

北京餐博会旨在推动餐饮业升级发展，培育消费新热点、新业态，激发餐饮行业消费潜力，促进餐饮业高质量发展，为餐饮业上下游产业链企业提供产品展示、采购交易服务窗口，搭建政策解读、展览展示、信息发布、产销对接、品牌孵化、对外合作一站式交流平台，助力餐饮行业持续繁荣。

(中国贸易新闻网)

云上会展助力会展行业数字化转型初见成效

第十一届全球自有品牌产品亚洲展

时间:2021年3月2日—4日

地点:上海新国际博览中心

2021中国国际标签印刷技术展览会

时间:2021年3月4日—6日

地点:广州中国进出口商品交易会展馆

2021华北国际口腔器材展览会

时间:2021年3月5日—7日

地点:石家庄国际会展中心

第二十七届中国国际包装工业展览会

时间:2021年3月4日—6日

地点:广州中国进出口商品交易会展馆

国家会展中心(天津) 用上清洁能源

近日，天津中环新能源有限公司国家会展中心(天津)屋顶分布式光伏发电项目实现全容量并网发电。

据悉，中环新能源公司于去年3月中标国家会展中心(天津)屋顶分布式光伏发电项目，在建筑面积约为134.65万平方米的一期展馆屋顶上，应用环晟光伏叠瓦单晶高功率光伏组件。该项目于去年9月开始施工建设，历时3个月竣工并通过验收。

该项目于今年1月26日开始并网，1月30日成功全容量并网。项目采用“自发自用、余电上网”运行模式，预计首年上网电量755.29万千瓦时，年均发电量约707.48万千瓦时，年均节约标煤约2157.81吨，减少二氧化碳排放约5758.89吨，二氧化硫约43.86吨、氮氧化物约14.86吨，为国家会展中心(天津)提供低碳、绿色、环保的清洁能源。

(中国经济网)

线上线下一体化融合 实力构筑数字展会新基建

怀抱着使命诞生，云上会展的定位是助力打造数字会展新基建，通俗而言就是线上和线下的完美融合。

不过，这种线上线下完美融合的“展会上云”可不只是将单纯地将线下大型展会的内容和表现形式复制到线上平台。更重要的是需要通过新的技术，在线上平台的独特场域，创造出展会的新场景、新体验，从而真正塑造一种沉浸式体验。

在双向联动间，基于消费者体验，云上会展形成了线上线下第一空间和第二空间，实体空间和数字空间的结合。第17届中国—东盟博览会正是云上会展协力的一大案例。云上会展紧扣“共建‘一带一路’、共兴数字经济”的主题，采用线上线下融合方式助力办展，打造了365日永不落幕的“云上东博会”。云上会展为

“云上东博会”打造了“四平台+两体系”，即：线上展示平台、在线会议和洽谈平台、直播营销推广平台、跨境电商服务平台以及基础架构支撑体系和安全防护体系。举办了104场主会场会议、58场展商会议和14场展商的直播，在保障安全稳定的高规格会议直播需求的同时，智能AI监测系统和8声道切换等国内外领先技术保证会议的高效举办。

回顾2020年，云上会展成功交付了近20个国际国内大型展会标杆项目，云上会展助力会展行业数字化转型事业初见成效。

营销运营商业化能力加持 打造云上会展品牌

云上会展带来的平台运营的数字化，是创新技术应用的场景化，也是商业生态赋能配置的多元化。

云上会展通过品牌数字化与营销产品化的方式打造了一系列“云上XX会”品牌。基于阿里巴巴的商业生态体系，利用互联网经济商业模式和运营思维，服务于数字会展。开创性的线上线下融合会展品牌营销与商贸对接新业态，帮助主办方更好地实现以会带展促进投资。2020年，基于全域营销商业体系，云上会展助力东博会高调出圈，完成了线上10亿+曝光的成绩。

除此之外，第102届和103届全国糖酒会也与阿里巴巴合作，推进行会的数字化转型。协同打通生态营销链路，融合发展新形态“数字化糖酒会”，努力成为数字化会展标杆。

通过云上会展利用营销运营数字化加持的案例还有许多：第二十二届中国国际投资贸易洽谈会、天津投资贸易洽谈会、第二十七届杨凌农高会、世界智能制造大会等、上海书展、上海旅游节、上海国际艺术品交易月……

(中国经济网)