

首创眼镜业直播逛展模式,实时传播行业技术发展方向和市场消费趋势

探索新模式 上海国际眼镜展还能这样逛

5月6日,第二十届中国(上海)国际眼镜业展览会(下文简称:SIOF2021)在上海世博展览馆开幕。作为目前全球举办的规模最大、参展企业最多的一场国际眼镜经贸盛会,在常态化疫情防控条件下,SIOF2021的举办具有重要意义。

据悉,本届展会展出面积达7万平方米,来自海内外855家参展商参展,其中国内参展商661家、国外参展商和代理商194家,展出国际品牌共255个,为国内外眼镜企业展示当前世界眼镜行业的最新进展和先进技术提供了宝贵平台和大力支持。同时,为确保展会期间防疫安全,组委会还对疫情防控做了周密部署和安排。

5月6日上午,开幕式在上海世博展览馆中央大厅举行。中国眼镜协会驻会副理事长江波指出,过去一年,新冠疫情对世界经济局势、产品贸易造成严重影响,眼镜产业格局急剧变化,国际国内眼镜业展会相继延期取消,在党和国家相关政策指导下,多项新冠疫情防控的举措相继出台,使中国经济运行逐步恢复并保持了稳中向

好的基本态势。

为深入贯彻落实党中央国务院提出的全面实施人才强国战略,充分发挥职业技能竞赛在推动人才培养与建设中的重要作用,开幕式上对行业第四届全国验光与配镜职业技能竞赛验光与配镜两个工种获得前三名的选手进行了表彰。开幕式还评出了2020年树脂镜片企业标准“领跑者”名单。此外,经过严格评选,王立书、傅佳取得第二届轻工大国工匠荣誉称号。

据了解,本次眼镜展对参展商、观众入场登录系统实行全面升级,加强了入场流程管控,以确保每家企业全部完成展前参展人员预登记工作。为顺应时代变革和数字经济的发展,探索全新的展会模式,本次展会首创全行业直播逛展服务,通过移动互联网感受“云逛展”的全新体验,实时了解展会热点。

此外,本次展会还首发了“2020·中国眼镜大事记”视频,以“2020·中国眼镜大事记”为题编辑制作了5分钟的短视频,通过党建引领行业发展、公益彰显社会责任、技能大赛成为人才队



伍建设品牌、视觉论坛、标准化建设提升行业发展、换届大会成功召开、深入调研了解需求等6个方面,记录了协会和全行业团结进取、砥砺前行的脚步。作为疫情中重启的全球最大线下

国际眼镜展会,SIOF2021将对重塑全球眼镜业发展格局产生深远影响,引领后疫情时代眼镜行业技术发展新方向和市场消费趋势,影响新一代消费者对产品的需求及视力健康理念的普及提升。(综合)

每天多场直播带货活动

正博会“让购物变得好玩”

“这是我们赞皇的特产槐花蜂蜜,口感香甜、营养丰富……”5月2日上午,在2021第十四届中国·石家庄(正定)国际小商品博览会(以下简称:正博会)大美赞皇展厅,一场线上直播带货正在进行。在往届的基础上,本届正博会仍然采取线上线下相结合的形式,并进一步丰富了线上展览的形式和内容,在常态化疫情防控形势下探索线上展览、销售新模式。

在赞皇县电子商务公共服务中心展厅,石家庄赞皇县最具代表性的特产“赞皇三宝”——核桃、蜂蜜和大枣,吸引了众多消费者品尝购买。赞皇县是“中国核桃之乡”,其产出的大枣和蜂蜜也凭借优良的品质和良好的口碑,赢得了广大消费者的信赖。近年来,赞皇县出台了多项电商扶持政策,此次,由赞皇县电子商务公共服务中心携“大美赞皇”品牌参展第十

四届正博会。“今年,我们又对大美赞皇县城公用品牌进行了升级,更新了更具赞皇县域特色和鲜明互联网特征的品牌标识,并且将赞皇县更多的优质农产品纳入品牌,并通过抖音、快手等平台进行直播带货,目前效果不错。”赞皇县电子商务公共服务中心项目经理孙宇告诉记者。

“这是我们陕西延川县的梁家河小米,熬出的米粥香糯软糯、富含营养,非常推荐大家尝尝……”在陕西延川县展厅,一场直播带货正在进行,在正博会举办期间,这里每天都有多场直播带货活动。在本届正博会上,梁家河品牌带来了他们的“门店到家”新零售模式,即线上线下同步销售,网上商城在线下单商品,最快2小时送达,并提出了“让购物变得好玩,让服务贴近生活”的口号,在正博会上吹起了一阵电商“新风”。展台负责人表示:

“参加这次展会,就是想通过正博会这个大舞台和天南地北的客商增加交流合作的机会,把我们陕西延川县的优质农产品推广出去。”

为充分发挥电商直播的优势,本届正博会选取部分品牌效应好、产品质量高的参展商,通过融媒平台,利用其百万粉丝流量,由专业主持人进行线上直播带货推介,为参展商直接带来经济效益和品牌推广。在正博会期间,省内多家媒体对正博会进行了线上报道。河北日报联合河北新闻网利用报纸、网站、微博、微信、客户端、短视频平台等组成融媒体矩阵,通过图片、文字、视频、长图、直播、航拍等形式,对正博会各项活动、展会动态、展商展品进行网上展示,“云直播”等,为网友呈现了一幅精彩绝伦的视听盛会,打造了“永不落幕”的正博会。(冀报)

2021第十四届安徽国际茶产业博览会将于5月14日至17日在合肥市滨湖国际会展中心举行。本届茶博会由安徽省供销社、安徽省农业农村厅、安徽省商务厅和合肥市、六安市、宣城市、池州市、安庆市和黄山市六市政府共同主办。本届茶博会以“中国徽茶 迎客天下”为主题,展会规模达4.3万平方米,共10大展区。除黄山毛峰、六安瓜片、太平猴魁、祁门红茶传统安徽四大名茶外,白云春毫、泾县兰香等区域公用品牌也将展示。本届茶博会还有广西六堡茶、广东陈皮茶等12个省外区域的30多家茶企参展。本届茶博会继续坚持线上线下结合办展模式,充分运用现代化数字技术,优化茶博会官网平台,通过3D虚拟化的形式,搭建“云上茶博会”展馆,以VR全景展现。通过设置“云交易”“云直播”“云展示”“云促销”,实现全天候“云上逛展”。(赵思锦)

「四朵云」助力安徽茶博会

五场展会超十万人参与 现场成交额近二十亿元

“五一”展会消费“燃爆”羊城

在国际会展之都广州,到展会过节,已经成为市民节日休闲消费的重要活动。记者5月5日从广州市商务局获悉,“五一”小长假期间,适逢全国消费促进月启动,汽车、家具家居等传统消费类展会,以及以文化创意消费为特色的动漫游戏展“火爆”羊城,5场展会吸引超过10万人次的市民参与,现场成交额近20亿元,其中汽车消费超12000台,成交金额超17亿元。最受Z世代欢迎的第26届萤火虫动漫游戏嘉年华(以下简称“萤火虫漫展”),仅首日就有逾3万人次的年轻观众参加,堪称“人气之展”。

四天展会完成月销售目标一半

5月1日,2021年全国消费促进月系列活动正式启动后,广州充分利用重要展会这一节点,进一步激发市场活力、释放消费潜力、加速市场回暖、促进消费稳中提质。展会期间,各展商纷纷以“五一”假期为契机,推出如直接打折、优惠大礼包、现金补贴让利等实实在在让利惠民的方式,形成了扩消费的聚集效应,达到了以节庆庆商聚市的效果。

其中,汽车消费作为“促消费”重点,“汽车消费节”已经成为羊城消费最耳熟能详的大IP,是各大车企开拓广州市场的前沿之地。据华南国际车展主办企业有关负责人介绍,五一期

间,各参展车企以最优惠的措施吸引消费者,优惠力度比门店还大,最高优惠近7万元,仅开展当日成交4185辆,4天展会完成一个月销售目标的一半,展会结束后的溢出效应延续至4S店。

展会现场,消费者林女士一家在广汽丰田展台一口气订下5台车,成为“五一”单个家庭购车之最;何先生则表示经过与门店价格对比后,发现展会现场价格直降5000元,认为价格优惠、服务保障,果断直接在展会现场下单订购。

Z世代以“百米冲刺”速度为兴趣买单

Z世代注重体验和数据的个性化、定制化消费,偏好兴趣社群消费,为产品颜值买单等消费特点,在展会消费中成为一批消费生力军。在五一华南国际车展中,广汽埃安举办AION Y粉丝见面会活动,该车型主要针对年轻消费者,全面满足年轻人对高颜值、大空间、超智能和高安全的价值需求,成为“10万级科技头等舱”,其订单日均超400辆的速度持续增长,其中95后Z世代预订客户占比超50%。

在萤火虫漫展现场,更是以初中生和高中生为主力的年轻消费,如猫耳FM与萤火虫漫展组委会特别联合为本届展会设计定制的会场限定周边

产品,让众多粉丝为之“疯狂”。数千名粉丝从全国各地赶来,为热爱的IP周边产品凌晨5点就开始在场外排队,开展期间更以“百米冲刺”速度为兴趣爱好买单。

高质量消费类展会人气旺

据广州市商务局有关负责人透露,今年以来,全市各主要展馆已经举办经贸类展览50场,合计展览面积超过180万平方米,接待参展观展人员超过200万人次,各展会普遍呈现出人气旺、成交活跃的特点,显示会展业正在加速恢复发展。

今年4月,广州市发布“会展20条”——《广州市关于促进会展业高质量发展的若干措施(暂行)》,通过20条政策措施全面促进会展业高质量发展。在政策的有力引导下,预计未来将有更多高品质消费题材的展会涌现,形成对广州国际消费中心城市建设的有力支撑。

据了解,广州5月份将举办41场展会,包括演艺设备、灯光音响、园林景观、游艇、休闲娱乐、宠物、VR&AR、房车露营、烘焙、茶叶、音响唱片等众多题材。

(信报)

上海国际厨房卫浴设施展本月举办

被誉为“行业发展风向标”的第26届中国国际厨房、卫浴设施展览会将于2021年5月26日至29日在上海新国际博览中心举行。目前,已有来自澳大利亚、奥地利、比利时、保加利亚、加拿大、捷克、丹麦、芬兰、法国、德国、匈牙利、印度、印度尼西亚、意大利、日本、韩国、马来西亚、荷兰、新西兰、波兰、葡萄牙、俄罗斯、新加坡、西班牙、瑞士、泰国、英国、美国、越南、中国及港澳台地区的1436家世界著名厂商报名参展,展出面积达23.3万平方米。展会规模在前25届基础上增幅达3%。

本届展会承接和发扬前25届展会“诚实、守信、实效”的理念,将以全新面貌展示国际建筑业的新观念、新潮流、新技术、新产品,传递市场信息,交流先进技术。展会涵盖住宅技术与电器,建筑暖通、锅炉、管道技术及水处理,建筑陶瓷、大理石及石材制品,门窗、屋顶技术及加工设备,地材及铺装技术,涂料、木材及加工技术,建筑设计及环境规划、智能化管理系统等,上万种产品参展,展示了当今建筑建材行业和住宅建设行业的生产水平和发展趋势,集成、嵌入、绿色、互联、智慧、健康、创新将是本届展会的主旋律。

展会将通过各种渠道组织和吸引海内外参观团、行业协会及专家到场参观、指导和交流。中外贸易商将前来观展和贸易洽谈,展会期间主办方还将举行多场专题报告会和技术交流会。

(孙文)

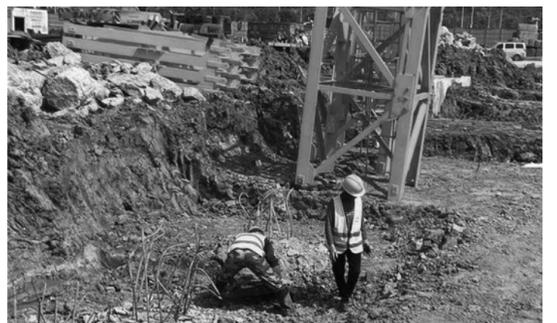
国家会展中心(天津) 下月将迎来首展



国家会展中心(天津)一期工程展馆室内外工程目前已进入收尾阶段,各展馆内部精装已基本完工。二期工程的16个展厅钢结构基本封顶,屋面、幕墙及二

次结构施工正如火如荼施工中。按计划,今年6月国家会展中心(天津)将迎来首展——中国绿色建筑大会暨绿色智慧建筑博览会。

武汉天河国际会展中心 主体结构即将拔地而起



忙碌的工人身影、轰鸣的机器声、来回穿梭的工程车……“五一”假期,武汉天河国际会展中心项目工地却是一派繁忙景象。由于工期比较紧张,为了保证建设节点目标,节假日期间增加20名施工人员,增加2台作业

机械,实行轮班制,24小时不停工。据介绍,该项目预计将于2022年1月主体土建结构封顶,2022年11月单体竣工验收完成,2022年年底一期场馆预计建成并投入运营。

千余品牌亮相北京食品饮料展

由中国商业联合会、中国饭店协会主办的第十一届北京国际食品饮料展览会将于6月28日至30日在北京举办。本届展会将采用“展会+论坛+技术交流”三位一体的办会模式,以展带会,以会促展,围绕食品饮料全产业链,搭建食品饮料行业及覆盖上下游产业的全品类细分商贸平台,汇聚全渠道买家、采购商和专业技术人员,提供资讯交流、贸易洽谈、行业解决方案一站式服务,打造国际化、专业化、市场化食品饮料行业盛会。

第十一届北京食品饮料展将汇

集展示海内外优选商品,展会规模达5万平方米,近1100个品牌参展,展品范围囊括优质食品、特色食品、民族食品、进出口食品、有机绿色食品、营养保健食品、饮料及酒水等,同期举办专业论坛、技术交流会等系列活动。

第十一届北京国际食品饮料展力求培育消费新热点、新业态,为食品饮料上下游企业搭建政策解读、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。

(马佳)