

轻工特色展会

行业加快数智化进程和跨界融合步伐

# 第23届中国国际焙烤展再创佳绩

无论展商还是观众,均对展会成效表示满意

本报讯 记者日前从中国焙烤食品糖制品工业协会获悉,于4月27—30日在上海成功举办的第23届中国国际焙烤展(Bakery China 2021)再创佳绩。数据显示,其99%的展商对展会表示满意,99%的展商将继续参展下届展会;在观众满意度方面,98%的观众对展会表示满意,98%的观众也表示将继续参观下届展会。同时,无论是展商还是观众都表示将100%推荐展会。

中国焙烤食品糖制品工业协会理事长张九魁表示,由中国焙烤食品糖制品工业协会和北京贝克福会展服务有限公司共同主办的第23届中国国际焙烤展(Bakery China 2021)展出面积22万平方米,吸引包括德国、爱尔兰、加拿大等国家展团在内的30个国家和地区的2200余家产业链和知名与新锐企业参展,到场的专业观众人数更是突破历史记录超过上届18%,海内外线上线下全渠道曝光量超过2亿次,成为2020年以来全球首个且唯一一个在观众满意度方面,98%的观众对展会表示满意,98%的观众也表示将继续参观下届展会。这也从一个侧面反映出我国焙烤行业的信心恢复与复苏发展是令人值得期待的。

张九魁称,过去的2020年,在新中国历史上极不平凡。受国内外新冠肺炎疫情的影响,焙烤食品糖制品行业的生产经营受到了较大影响,行业企业普遍遭受了较大的经济损失,除部分龙头企业影响较小外,多数企业销售额和利

润同比有所下降面临特殊“大考”,一些企业出局了,但也有很多企业谋求新求变、寻求突破,为市场的复苏和升级增添了新的亮色。在前所未有的全球疫情,使得世界经济和生活始终未能恢复常态,焙烤食品糖制品行业也实现了快速复苏和增长,根据国家统计局对2647家规模以上企业统计的数据显示,2021年1—2月份全行业营业收入同比增长27.68%;利润总额同比增长65.31%;出口交货值同比增长14.68%。“在疫情的冲击下,过去一些传统的焙烤企业转而发力线上业务,但是线上与线下不同的思维模式对相关企业提出了更高要求,这些企业需要学会如何通过数字化、智能化手段来优化企业结构、创新营销方

式等功课,要从管理理念、模式、运营方式等多方面进行改进和提升,一些有积淀的大中型企业取得了非常不错的市场反响。因此,从另外一个角度看,这场疫情也成了倒逼焙烤业加速升级优化的“催化剂”,可以说,疫情加快了行业数智化的进程,加速了行业跨界融合的脚步。”张九魁介绍道。

他表示,“2021年,我们有理由相信我国焙烤食品糖制品行业在从国内大循环为主,国内国际双循环相互促进的新发展格局下,能够把握机遇,再创佳绩。以市场需求为导向,认真研究新的营销模式和消费趋势,谋篇布局,提升企业的整体水平,推动行业高质量发展。”(史晓菲)

搭建技术交流与商贸合作优质平台

## 广州陶瓷工业展将重点展示绿色生产与可持续解决方案

本报讯(实习记者 解磊)记者近日从中国陶瓷工业协会获悉,第35届“中国国际陶瓷工业技术与产品展览会”将于6月22日至25日在广东省广州琶洲·广交会展馆A区举办,本届展会由中国轻工业联合会支持,中国陶瓷工业协会主办、广东新之联展览服务有限公司承办。

据了解,本届展会将与“2021中国日用陶瓷技术装备及原辅料展览会”同期举办,展览规模约9万平方米,国内外参展企业700多家,按产品类别和企业性质分为五大板块,包括“陶瓷装饰材料、原辅料及耐磨材料板块”“陶瓷机械设备及配件板块”“陶瓷喷墨技术装备及机械配件板块”“日用陶瓷、卫浴陶瓷技术装备及原辅料板块”和“国际板块”,将重点展示岩板和大板生产加工技术、自动化智能化生产线、数字化工厂解决方案、新一代陶瓷装饰生态系统、绿色生产与可持续解决方案、创新原辅料及功能性材料等先进技术和创新产品。

展会同期将举办“第十四届国际陶瓷工业发展论坛”之2021中国陶瓷工业发展大会、2021中国日用陶瓷技术装备发展论坛、2021中国陶卫数字化智造论坛、新经济形势下陶瓷岩板发展之道高峰论坛等系列高品质论坛和新品发布及技术研讨会,将邀请行业专家、意见领袖和名企高管进行演讲。

中国陶瓷工业协会表示,广州陶

瓷工业展为陶瓷行业上下游从业者搭建了一个技术交流与商贸合作的优质平台,汇聚了优秀企业和行业精英,展示了先进技术和尖端产品,推动技术创新和产业升级。历经35年培育和打造,已成为促进国内外陶瓷行业交流合作的重要平台、装备技术对接的重要载体、投资贸易的重要窗口,成为全球陶业人士广泛认可和踊跃参与的全球最大规模和极具影响力的陶瓷装备材料展览会。

会展新说

进入二季度,我国服务业景气度呈现快速恢复态势,业内对未来经济恢复和疫情防控信心进一步提升。会展业也逐步全面恢复平稳运行,主办方、场馆方和服务商等纷纷进入“忙碌”状态,会展业内一改往日“迷茫”景象,互相“求推荐”专业人员,以加快恢复后的能动效率。于是,会展企业“缺人”成为当下迫切的共性难题。

据文化和旅游部数据中心测算,2021年,“五一”假期全国国内旅游出游2.3亿人次,按可比口径比2019年同期增长3.2%;实现国内旅游收入1132.3亿元,按可比口径较2019年同期减少23%。从数据来看,虽然旅游人气旺盛,但人们消费能力和消费意愿并没有明显提高,说明疫情导致的收入增长不确定性负面影响仍在持续。

由旅游数据推及会展业。疫情之下,服务业成为受冲击最严重的行业,会展业更是严重。疫情发生后,部分大型企业由于人力成本压力太大,不得不减薪裁员;不少中小型会展企业没有扛住疫情压力而消失,会展业从业人员不得不为生存而转行。更为严重的是,长期以来,会展行业人力资源储备不足已是一大软肋,疫情发生后,会展业被迫按下“暂停键”,导致会展从业人员不可逆地流失,更加重了人力资源储备不足的难题,进而出现会展市场主体大面积“缺人”困境。

5月7日,首届中国国际消费品博览会在海口开幕,新华社刊发新闻称“消博会与广交会、服贸会和进博会一道,形成了中国主动与世界分享发展机遇的国家级‘会展矩阵’”。

值得关注的是,“会展矩阵”举办地增加了二线城市的踪影。自十九大报告提出“以城市群为主体构建大中小城市和小城镇协调发展的城镇格局”以来,就业人员从一线城市流向二三线城市的趋势越来越明显。笔者分析发现,未来五年,随着二三线会展业发展成熟和人才政策的优势,就业机会将大幅增加,会展从业人员这一流动趋势也将显现出来。

根据会展经济研究会《中国展览数据统计报告》,“十四五”期间,新投入使用的会展场馆面积将达到现有存量的40%。会展场馆未来就业人员的需求量可见一斑。今年3月1日起实施的《厦门经济特区会展业促进条例》明确提出:鼓励举办单位、场馆单位和会展服务单位从国内外引进高层次人才,紧缺会展人才,所产生的中介费、住房补贴、安家费等费用,按照规定在成本费用中列支,更是吹响了会展人才争夺战的号角。

不可否认,此次疫情加快了会展行业重新洗牌的进程,并加快了行业格局、市场主体和从业人员各环节的优胜劣汰。

值得欣慰的是,在会展从业人员流失、流转的同时,随着新资本、新业态、新模式的变革,会展业吸纳了大批跨界人才。笔者相信,会展业将焕发新的生机和活力,从业人员在流入和流出过程中将达到新的动态平衡,实现会展业人力资源的更新迭代,最终形成更加符合双循环发展格局的人力资源体系。

让人才软实力成为会展经济发展硬支撑

(刘海莹)

展馆建设

### 厦门新会展中心项目钢结构工程举行开吊仪式

日前,福建厦门新会展中心一展览中心项目钢结构工程举行开吊仪式。该项目定位为国际大型展览中心,兼具国际高端商业会议功能,是集展览、会议、酒店、休闲等多功能为一体的复合型会展综合体。作为厦门市“岛内大提升、岛外大发展”的重要一环和重点实施的千亿投资工程之一,该项目建成后,将助力构建岛内外均衡发展的会展产业生态圈,大力提升厦门市会展业国际化、高端化、专业化水平。该项目于2020年12月动工,计划在2023年1月竣工。(文洁)

### 郑州新国际会展中心一期一标段有望年底交付

河南郑州新国际会展中心于2015年12月开工,规划展览面积40万平方米,是郑州国际会展中心(6.5万平方米)的6倍,排名亚洲第五。40万平方米的展览面积由34个展厅和2个登录厅组成。一期一标段的室内展览面积共计约6.4万平方米,预计2021年四季度与高铁南站同步建成。从交付到正式投运,中间还要经历改造、设施设备调试、人员队伍培训等工作,投运时间预计在2022年3月。(河南商报)

### 合肥滨湖国际馆二期项目封顶

日前,安徽合肥滨湖国际馆二期项目二期项目封顶,标志着项目主体结构全面封顶,项目整体进入下一施工阶段,预计明年8月竣工。该项目总建筑面积约13.2万平方米,由2个标准展馆、1个综合展馆、1个地下室组成。项目建成后将成为集展览、会议、演出、公共服务于一身的大型综合性展馆,与一期双馆合璧,全方位呈现合肥市多元化、开放性魅力;为安徽省扩大开放合作,推动合肥都市圈发展,全方位融入长三角一体化、主动参与国际经济循环提供会客之所。(李博)

巧用大数据,找准大市场,有效推动乡村产业振兴与村民增收致富

## 数博会:大数据赋能乡村振兴

5月26日,2021中国国际大数据产业博览会(简称“数博会”)在贵州贵阳开幕。本届数博会以“数智变·物致新”为主题,通过线上线下融合模式,重点讨论后疫情时代数据要素融合与创新。

大数据与农业农村的深度融合无疑是全面推进乡村振兴重大战略的破题之笔。“用数据说话”,“决策靠数据,评价看数据”,“基于数据驱动,打通数据壁垒,应用数据决策”,正在让农业农村成为大数据应用的主战场,也让大数据成为了建设美丽乡村的突破口。“大数据+乡村振兴”,重在应用大数据、物联网、互联网、5G等高新信息技术,让小农户接上大市场,让农业生产经营数据能“上云测算”,让乡村治理、生态宜居、乡风文明等数据能“看得见,摸得着,用得上”,从而实现传统农业的数字化、智能化与精准化改造,发展具有乡村特色的数字经济,打造数字乡村和智慧乡村,让群众乐享“数智”生活。

巧用大数据,找准大市场,有效推动乡村产业振兴与村民增收致富。近年来,贵阳通过建立农业农村大数据智慧服务平台和App、智慧农业环境监测设施,以数据推动农业生产的可视化与智

能化;建立“农产品安全溯源系统”,为农产品构建数字“身份证”,确保农产品安全信息一目了然;构建“智慧农批云平台”,“云上筑交会”“i乡舍”等大数据平台,实现精准营销,助推黔货出山;“掌上自留地”等大数据平台更是着力打造订单式农业发展新模式,直接搭建起了特色农产品生产者与消费者之间的“云端”桥梁。据《2019年度中国农村电商市场数据报告》显示,2019年我国农村电商交易规模达到22898亿元,同比增长34.29%;预计2020年农村电商规模突破3万亿大关,达31553.4亿元,同比增长37.80%。这些事实和数据有力说明,用好大数据能够帮助万家农户足不出户就能找准市场、找稳需求,让“网货下乡”,让“农产品进城”,真正实现产业转型振兴和农民增收致富。

妙用大数据,建好新平台,有效推动乡村治理和文明乡风建设。构建

“大数据+乡村治理”和“互联网+村级公共服务”的乡村治理格局,有利于推进乡村综合治理的精细化和智能化水平,有助于破解卡住乡村治理和乡风建设信息化难题的“最后一公里”。时下,凭借“互联网+”等大数据技术,“党员e家”“村事微信群”、民情通等服务热线和门户网站、便民信息搜集管理平台粉墨登场,让乡村治理、乡风文明“通了网”“触了电”,真正做到“人在干、数在转、云在算、天在看”,从而一举打破基层治理的“信息孤岛链”,打通了乡村治理信息不对称的“最后一公里”。据《2020微信县域乡村数字经济报告》显示,目前微信平台上已有扶贫助农公众号近2万个,同比增幅28%;2020年扶贫小程序增至2600多个,增幅达50%;近两年,微信支付在县域及乡村的小店数量累计增长65%,微信支付在县域及乡村日均交易

笔数累计增长91%;村民通过小程序就能实现“智慧出行”“智慧医疗”“智慧沟通”。这充分说明,用好大数据等信息化技术,有助于实现乡村治理更精细、乡风文明更和谐、生态宜居更美丽的“数智”化发展格局。

实现大数据与乡村振兴战略的深度融合,重在运用数字思维摸清方向找准定位,要在建构一套涵盖多个涉农领域、部门的合理科学的数据搜集、分析、回馈、管理和使用的标准体系。数据标准体系的构建,会进一步推动农业生产的可视化、可控化与自动化,拓展农业生产的上下游产业链,提高农产品附加值,实现“一地一业”“一村一品”和“一户一策”,真正让农业变身“朝阳产业”,引人入胜。数据标准体系的构建,还将有助于社情民意观察搜集的科学性,并能帮助基层治理者科学评估、准确分析群众所反映的急切问题,预防个别会影

响公众利益的“微腐败”现象,让管理更精细、服务更到位。事实上,大数据与乡村振兴战略的深度融合,必定会是一场新时代条件下的农业产业革命,必定会加速传统农业向高效农业的现代转型,必定会加快传统印象中的“老”农民形象向怀揣数据利器、生活富、腰包鼓的“新”农民形象的当代转身,也必定会让传统产业、不富裕、不带动的旧农村转型为一个“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的新乡村。

“乡村振兴,数据是宝”。全面推进乡村振兴,需要大数据提供信息密钥,生成“数智”密码,共享经验智慧,联通线上线下,共同建成小康社会。大数据的创新、发展与进步,必定会为乡村振兴提供更为强劲的动力,更为高效的动能,从而真正赋能乡村振兴新局面。

(央网)

图上看展

## 科技改变生活

从“刷脸”乘车到车路协同的无人驾驶,从智能家居到万物互联的智慧城市,在移动互联网、大数据等新技术驱动下,人工智能科技近年来不断跃升,以前所未有的速度和广度深刻改变着我们的生活。



5月20日,第五届世界智能大会在天津开幕。图为观众体验智慧驾驶座舱。



5月22—28日,2021年全国科技活动周暨北京科技周活动在中关村国家自主创新示范区展示中心举行。图为一款咖啡机器人在制作咖啡。



5月26日,第十二届中国卫星导航成就博览会在江西南昌举行。图为博览会上拍摄的北斗三号短报文智能手机暨整体解决方案。此手机业内号称“永不失联的手机”,可应用到救灾救援及无人区作业中。