第26届广州国际照明展览会举办

新产品、新技术、新趋势引领照明行业进入良性发展周期

8月3日—6日，第26届广州国际照明展览会（GILE）在中国进出口商品交易会馆开幕。本届展览面积为18.5万平方米，来自全球9个国家和地区的共2036家企业悉数到场。本届展会上，各大照明企业铆足劲、蓄足力，新产品、新技术、新趋势层出不穷，引领中国照明行业进入良性发展周期，为行业打下定心针。

智能照明、健康照明涌现新亮点

本届广州国际照明展览会的“明星板块”莫过于智能照明和健康照明，虽然智能照明距离市场普及化与成熟还需要一段时间，但照明企业依然坚定落子，抢占智能照明高地。

本届展会上，智能照明板块涌现出不少新亮点。首先，智能照明不再仅限于智能控制、万物互联，用艾拉物联CEO刘渝龙的话说：目前的智能照明已经进化到“第四代”——主动式服务。通过传感器、云算法，猜测用户行为逻辑，提供主动式服务，无需触控或语音，让用户变得越来越懒。其次，今年主流参展企业着眼于“照明解决方案”，包括雷士、三雄极光、佛山照明、超频3等多家企业，通过总部赋能终端渠道，为用户输出包括设计、配灯、安装在内的智能照明解决方案，加速智能照明落地。再者，本届参展专注IOT企业不少，不仅有天猫精灵智能小灯、百度小度、涂鸦、艾拉物联、萤石等IOT平台，包括TCL华瑞照明、佛山照明等多家照明企业也推出了自己IOT系统，抢占智能入口，寻求跨界合作。在智慧城市板块，如亚明、勇电等也推出智慧管理平台，通过数字化与AI分析的应用，不仅实现了统一管理，还通过精准控制，带来节能环保、延长寿命、减少后期维修等优势。

随着人们对健康的认识更加全面深入，健康照明的领域也在不断深拓，今年包括欧普、昕诺飞、三雄极光、艾迈斯欧司朗等品牌都将目光聚焦到更加健康的光环境打造，通过与人体健康息息相关的节律光，为医院、办公、家居、学校等不同场景，提供更加自然健康的照明解决方案。

除了上述两大明星板块，我国社会经济持续处于上升期，推动了多个照明细分领域的蓬勃发展。国家大力推动双循环经济发展新格局，新基建、夜经济、教育健康等相关政策利好下，文旅照明、景观照明、智慧灯杆、教育照明等多个板块涨势喜人。此外，包括植物照明、畜牧业照明、海洋照明等板块随着半导体技术的不断发展深化，也显现出强劲的上扬势头。多个板块齐头并进，进一步坚定行业信心，大照明未来可期。

新产品、新技术令人眼前一亮

作为全球最大的照明展览盛会，广州国际照明展览会是每年行业的新品首秀平台。本届展会也不例外，今年参展企业带来诸多令人眼前一亮的新产品、新技术。

芯龙光电今年参展带来了Superlight光学架构、Zoomneo色彩算法、Anecast激光影像三大核心技术。其中6款刚刚斩获2021年红点奖的新产品尤为瞩目，是今年建筑与景观照明板块获奖最多的企业。获奖的线条灯产品集精准控光、细腻色彩、节能环保等优势于一身，同样的功率下可以节能45%。华而美上线了多款户外新品，比如高达3000w的特大功率户外灯；加入智能控制、人体感应，优化表面材质的感应地砖；更薄更小、散热更好寿命更长、节能30%的埋地灯。以激光照明起家的雷色，展位上人流络绎不绝。激光与烟雾结合打造“时空隧道”，极具吸睛效应；中国风外观的防水激光表演灯，能够更好地与景观相融合；照射距离高达3-6km的激光灯，可以高效地为文旅场所打造核心引流项目。

民用照明板块，无主灯依然是市场关注的焦点，磁吸轨道灯、线条灯成为无主灯的扛大旗者。以花灯起家的华艺照明近年来发力无主灯，今年主打各种造型的磁吸轨道灯，推出窄至1.8cm的磁吸轨道；欧曼本届展会推出了任意裁剪硅胶霓虹灯带，颜值与可塑性齐飞，提高了灯光设计的自由度与可能性……

展会平台提供了一个横向观察行业的角度，可以看到，今年的照明企业在产品研发上狠下功夫，高技术含量、高品质、高独特性的产品越来越多，不少产品处于世界领先地位，中国作为全球照明产业链的中心地位越来越凸显。

整合资源 深度赋能

随着中国照明产业的不断发展，行业从原本的无序竞争，逐渐开始向专业与技术层面上的比拼转向。分析人士指出，行业转型期，企业更需要突破企业自身的局限，站在行业的高度看发展。与此同时，2021年作为照明行业新十年的开局之年，在大环境变局突现的情势之下，也更需要展会平台提纲挈领的风向标作用。

为了推动照明行业发展，为期4天的广州国际照明展览会凝聚行业头部品牌、整合跨界行业资源，将举办超过250场专业的研讨会与论坛，包括《全球照明行业领袖高峰会议》《亚洲智能照明跨生态圈交流大会》《未来照明发展高峰论坛—绿色·低碳·智慧建筑照明》《文旅夜游时代灯光价值发展论坛》《 智能照明跨界互联产业论坛》《非视觉照明技术与生态链合作论坛》等等，涵盖最新行业信息、聚焦前沿技术，既有横向广度的趋势分析，又有纵向深度的专业探讨，促进行业交流、跨界互动，同时帮助参展观众与照明从业者快速建立对行业大局的判断与把握。 （光 亚）

协同国内主流展会主办方 助推企业扩大内循环

中国杯壶行业转型升级在路上

近日，第21届CBME孕婴童展和第115届中国日用百货商品交易会先后在上海国家会展中心和上海新国际博览中心开幕，诸多杯壶企业参展。

孕婴童展、百货会是国内重要的主流展会，汇聚了婴童、百货等市场渠道资源，客流量大、有影响力。此前，为了积极助推各杯壶企业扩大内循环、开拓国内市场、发展自主品牌，共同构建杯壶行业发展新格局，中国日杂协会杯壶分会分别对接了孕婴童展和百货会的主办方，就如何激活国内杯壶产品市场、增加国内杯壶企业曝光度、开辟杯壶展示专区等方面的问题进行了探讨。

今年5月，百货会主办方——励展华百的有关领导专门走访了部分杯壶企业，深入了解杯壶行业情况和企业需求。鉴于近年上海百货会展位紧张，不少会员企业面临订不到展位、展位面积小、位置差等问题，协会与励展华百达成了合作意向。从下一届百货会开始，励展华百将在N1馆的A、B区设立杯壶行业展览专区，并为杯壶参展企业提供更多、更实际的增值服务，如设立导示牌、现场引流、安排采购商精准对接、自媒体及大众媒体引流等。上月底，励展华百已向会员企业发出了第116届百货会杯壶专区展位需求的申报通知。

本次孕婴童展，主办方特开辟了婴童展杯壶专区，集中展出杯壶产品，设置吊旗、参观指南指示观众如何前往，并开设云采宝小批带货—杯壶专场直播，为会员企业直播带货。在展会开始前，主办方还编辑发送了杯壶产品推文，进行前期预热，吸引更多流量关注。

另外，中国日杂协会杯壶分会也被CBME授予“年度卓越合作伙伴”。日后，双方将开展更为紧密的合作，共同协助国内杯壶企业开拓婴童市场。

展会期间，中国日杂协会杯壶分会会长欧阳波和秘书长许崇毅等有关领导一行走访了参加本届孕婴童展和百货会的各会员企业，对各企业上半年的生产经营情况进行了解，探讨了如何应对在生产经营过程中面临的各项困难，特别是如何应对原材料价格上涨、汇率升值、海运进展等各种挑战，听取了会员们的意见和建议。

从这两次展会上各行业企业展出的产品来看，杯壶行业有了越来越多的突破与创新。在外观造型、材质方面进行了升级，颜值和品质有显著提升。同时，行业企业也更加注重新技术、新材料、新工艺的研发与运用，国内杯壶产品逐渐走向智能化、高端化。中国杯壶行业转型升级，已在路上，企业家们正努力开拓新的未来。

（日 杂）

图上看展

中国国际数码互动娱乐展览会助推数字娱乐新体验

7月30日，2021年第十九届中国国际数码互动娱乐展览会（ChinaJoy2021）在上海开幕。本届展会以“科技创梦，乐赢未来”为主题，在5G云游戏主题展区、科幻主题展区、潮流玩具主题展区和智能汽车等主题展区内，展示最新数字娱乐产品，主打新科技驱动下“娱乐+科技”的数字娱乐新生态，助推数字娱乐新体验。

图为一名参观者从一组假面骑士人物手办展柜旁走过。

2021全球数字经济大会在北京举行

8月2日，2021全球数字经济大会开幕式及主论坛在北京国家会议中心举行。大会采取线上线下相结合的方式，设置以会、论、赛为主体的“1+3+N”内容设计，包括一个开幕式和主论坛，三大特色活动：数字经济体验周、全球数字经济创新大赛和企业家座谈会，以及20余场平行论坛和成果发布会。

图为参观者在2021全球数字经济大会上体验人体隐身技术。

会展新说

基础设施不断进步 驱动会展数字化

会展业数字化发展进程，若按代表性技术划分，可为三个阶段：PC时代（2000年至2010年）、移动时代（2010年至2018年）、万物互联时代（2018年至今）。

在疫情在全球范围蔓延的情况下，腾讯、阿里、京东和华为加入到展会数字化进程中，为会展业提供了新的助力。政府展率先尝试，商业展随即尝试和创新。对于展览主办方和原有的数字化厂商来说，获得巨头的关注是一件好事。巨头带来了资金、品牌、技术能力和人才，也带来了竞争。客观上讲，疫情驱动下，巨头的加入加速了供应侧的进化，推动了中国会展业的数字化。

笔者研究发现，后疫情时代会展数字化具有三大驱动因素。

一是数字化基础设施不断进步。相较餐饮业，会展业数字化差了一大步。这源于美团、点评、饿了么等互联网企业在大笔融资后的基础设施建设。数字化基础设施让餐饮业上市的收入审计变得可验证和透明。尽管AI 、大数据、物联网、云计算等技术让会展业数字化更加得心应手，但笔者一直认为，其他行业推动基础设施的建设和完善之后，才能溢出到会展业，才能让会展这辆车跑上好路。目前，仅靠会展业的体量，无法摊销巨大的基础设施成本。毋庸置疑，从信息化到数字化，从割裂系统到集成系统，从人工录入到无处不在的信息，基于aiot的自动获取，数字化正在推动会展业进步。

二是数字化用户的习惯。企业用户和个人用户的数字化习惯，已经极大地便利了会展行业采纳各种数字化应用，原因在于用户几乎不需要专门培训。从扫一扫到二维码的普及，基于微信、移动端的使用习惯，从十几岁的小孩到七八十岁的老人，几乎人人都能自如地运用数字化工具。

疫情让不适应数字化的人群改变了习惯，当下各群体已经适应在“云端”开会、屏对屏对话。企业内部管理、企业连接客户都在采用更多的数字化工具。这其中，群体的数字化习惯的转变是至关重要的。可以肯定地说，用户的数字化技能和数字化意识已经准备好了，用户的潜在需求也得到进一步的激发。

三是数字化产品供应的挑战。在新经济大环境下，会展数字化供应侧需要提供更加方便的工具，否则，数字化将成为会展业发展的瓶颈。现阶段，主办方需要的是性价比高的会展数字化系统，以推动会展数字化跃上一个大台阶。

未来，会展数字化系统或者可以期待如下特征。首先，内部集成一体化。从财务软件时代到ERP时代，会展的业务操作系统必须有一套集成一体化的系统，以便整合打通；其次，支持开放式集成各种新技术；再次，须实现数据驱动；再其次，用户友好。无论是PC端、H5端、小程序端还是 App端，提供一致的交互体验；最后，安全可靠。当会展业的数字化程度越来越高，随之而来的是数据的安全和风险问题。主办方将面临隐私保护、数据安全等多方面的挑战。

当然，展望未来，会展数字化将更有信心，数字化转型、数字化收入已成为推动行业发展的重要因素。

（万 涛）

布局会展全产业链 做优做强服贸会品牌

首都会展亮出一张新名片

8月2日，首都会展（集团）有限公司（简称“首都会展集团”）举行成立仪式，北京市国资委、北京市商务局共同为企业授牌。引进战略投资股东、改善治理体系、整合资源优势，新成立的首都会展集团将进行会展全产业链战略布局，努力打造“首都会展”金名片。作为服贸会专业运营商，首都会展集团将进一步提升服贸会市场化、专业化运营水平，持续做优做强服贸会品牌。

深度混改 培育首都会展新龙头

以服贸会、中关村论坛、金融街论坛为核心，近年来，北京大型国际展览数量、规模稳步提升，品牌展会的培育效果初步显现。随着打造国际会展之都和建设国际消费中心城市的目标进一步明确，首都会展集团应运而生。

首都会展集团以北辰会展集团为载体实施深度混改，通过增资扩股引入首钢集团、首旅集团、京东集团和法国智奥会展集团等境内外知名战略投资者共同组建而成。

首都会展集团前身为2015年成立的北辰会展集团，近年来先后完成亚太经济合作组织（APEC）峰会、二十国集团（G20）杭州峰会、“一带一路”国际合作高峰论坛、中非合作论坛、亚洲文明对话大会、服贸会等一系列重大活动服务保障，已逐步发展成为具有全国影响力的会展服务品牌。

新引进的战投股东也各有所长。引入京东集团在“云服务”数字技术领域的成熟经验，将推动北京会展业线上线下融合和行业的创新转型升级；引入智奥会展国际化展会资源及策划运营高端人才资源，进一步推动首都会展国际化；引入首旅集团在住宿、餐饮、出行、文娱、商贸服务等领域资源，将完善首都会展集团服贸会运营保障功能；引入首钢集团进一步丰富扩大服贸会空间布局，打造“新首钢高端产业综合服务区”，引导促进京西地区经济升级发展。

一番专业化重组将整合本市会展资源，加快推动传统会展产业转型升级。北京市国资委主任张贵林表示，此举不仅有利于培育发展北京会展新经济，打造首都经济发展新的增长点，而且有利于助推市属国企市场化改革，培育会展产业龙头企业，树立国资国企改革发展的新标杆。

整合资源 创新办展办会机制

距离9月2日，还有不到一个月的时间，2021年服贸会就将在国家会议中心和首钢园区拉开大幕。作为服贸会的专业运营商，首都会展集团已全面参与今年服贸会的招商招展、市场开发等筹办工作，与北京市国际服务贸易事务中心一道，形成“事业单位 企业集团”的日常筹办模式。

“首都会展集团将加快服贸会市场化、专业化运作，助力打造全球最具影响力的服务贸易国际一流展会。”北京市商务局局长闫立刚表示，首都会展集团的成立，是服贸会办展办会机制的创新，将努力为各国政府、国际组织、全球服务贸易企业和机构，搭建展示、交流、洽商、合作新平台。

首都会展集团成立以后，服贸会筹办模式和以前有哪些不同？首都会展集团党委书记、董事长魏明乾表示，首都会展集团是一个混合所有制市场主体，在服贸会市场化运作、专业化服务、品牌化招商招展、数字化转型等方面，都将会有新的作为。

过去北京会展资源相对分散，首都会展集团的组建，将会形成整合效应。中国会展经济研究会常务副会长储祥银认为，把政府资源有效整合，使其用在“刀刃”上，再通过成立专业公司运作服贸会等政府项目，这种模式更有利于调动市场资源，提高运营水平。

数字化转型 打造产业发展标杆

瞄准国际化、品牌化、数字化，首都会展集团是本市重点打造的现代服务业产业集团。除服贸会外，首都会展集团还将承接承办国家级、综合型、国际化的会展活动，高质量完成重大国务、政务活动的服务保障和运营任务。

作为首都会展产业发展的重要载体，首都会展集团将聚焦首都“四个中心”功能建设，围绕“两区”“三平台”打造具有国际竞争力的会展平台，深化与国内外知名企业战略合作，引进和策划高层次国际会展项目，促进更多国际知名会展项目和企业落户北京。

据悉，首都会展集团此次引入的外资企业法国智奥会展集团，目前在全球管理着51家会展场馆。首都会展集团也在全国运营着近20家会展场馆。魏明乾表示，集团下一步将引入四家股东的优势，打造会展产业国际化复合团队。

首都会展集团还将加快打造数字化企业、构建数字化产业链、培育数字化生态，融入数字科技优势，促进“线上 线下”展会融合发展，打造会展产业数字化转型发展标杆。 （人 民）