

2021年中国(莆田)国际黄金珠宝博览会即将举办

展品囊括黄金珠宝、翡翠、玉石、珍珠等多种名贵珠宝品类及沉香饰品

本报讯(实习记者 贾淘文)日前,记者从中国珠宝玉石首饰行业协会了解到,为推动中国黄金珠宝产业进一步转型升级、做大做强,打造莆田“东方工艺美术文化旅游之都”,搭建莆田国际化黄金珠宝会展经济平台,由中国国际商会、中国珠宝玉石首饰行业协会、中国黄金协会、莆田市人民政府联合主办、莆田市荔城区人民政府承办、莆田市工业和信息化局、中国国际贸易促进委员会莆田支会、莆田市二轻联社、莆田市国有投资集团有限公司、莆田市秀屿区人民政府、北京市玉器厂有限责任公司协办的中国(莆田)国际黄金珠宝博览会暨首届中国(莆田)国际黄金珠宝文化论坛将于2021年12月17日—

20日在莆田市会展中心举办。本次博览会设置了主会场和分会场,线上线下将同期展出,展品囊括黄金珠宝、翡翠、玉石、珍珠等多种名贵珠宝品类及沉香饰品,为广大消费者带来一场华丽的珠宝盛会。

线下主会场将在莆田市会展中心召开,共设立了七大展区,展览总面积约2万平方米。包括:

全国优秀黄金珠宝行业品牌集聚区:此展区将邀请华昌珠宝、老凤祥、绮丽珊瑚、周大福、中国黄金等多家知名珠宝品牌企业参展,集中展示时尚前沿的黄金科技、黄金饰品、黄金文化,为行业呈现新的主流趋势和消费潮流。中国工艺美术大师作品集聚区:此展区将邀请

全球各地的工艺美术大师、企业参展,为观众展示工艺美术的精粹和中华优秀传统文化。中国玉雕大师作品集聚区:此展区将邀请全国重要玉雕大师参展。更多独具匠心的作品将为现场观众带来一场玉雕界的饕餮盛宴。中国国礼作品集聚区:此展区“国礼造办”将领衔参展,进一步推动传统文化特色礼物,打响“国礼智造”文创品牌。中国黄金珠宝冬奥礼品集聚区:此展区由北京2022年冬奥会和冬残奥会官方文化活动服务赞助商北京文投控股股份有限公司牵头主展。以黄金珠宝为特色,以超级文化IP宣传推广冬奥文化为主题的特色集聚展区将推动文化与科技、旅游、体育、教育、健康等产业深度发展,融合激活黄金珠宝文创热

情。中国黄金珠宝创意设计集聚区:此展区以黄金珠宝为创意原点,展示工艺非遗、工艺美术、宝玉石雕刻等各领域的大师作品与形象。同时,新锐设计师也将在此精彩呈现,打造全球黄金珠宝设计联盟、创意平台、集采中心和知识产权交易平台。莆田品牌集聚区:此展区将发动全国各地的莆籍黄金白银珠宝企业进行企业品牌和产品进行集中展示。

在本次博览会上,专业的直播平台将在线上就博览会和黄金珠宝文化论坛进行同步报道,莆田籍国家级大师也将走进直播间,与广大网友面对面展开探讨。

届时,博览会还将会在现场举办黄金珠宝文化圆桌论坛、签约仪式等多场主题活动。

多种预制菜新品亮相福州。

“2021中国预制菜产业创新榜单”将于现场发布,从水产品、肉禽、蔬果净菜、新零售渠道4大类别,评选出“2021中国水产品预制菜企业最具影响力榜单”“2021中国肉禽预制菜企业最具影响力榜单”“2021中国蔬果净菜预制菜企业最具影响力榜单”“2021中国预制菜新零售渠道最具影响力榜单”。同时,“2021年度福建省预制菜创新榜单”也将现场发布。(央广网)

中国预制菜产业大会在福州举行

12月2日,2021中国预制菜产业大会暨展会于在福州海峡国际会展中心开幕。本届大会由中国烹饪协会、福建省商务厅指导,福州市商务局支持,厦门会展集团、思尔福、福州海峡会展中心主办,全国50余家餐饮类、零售类商协会联合协办。近10000位来自全国预制菜行业的各业态渠道商、生产商、服务商以及各级政府部门、协会代表,汇

聚榕城,共商发展。

据悉,国内预制菜目前市场为3000亿左右,占食材市场总体的比重还不到10%,以日本60%的渗透率来看,在未来5年可以成长为万亿规模的市场。

本届2021中国预制菜产业大会暨展会共设8场资深行业论坛,论坛内容覆盖了预制菜行业热门细分领

域,涵盖投融资、供应链、菜品研发、新零售渠道、餐饮渠道、罗非鱼产业等方面。

本届大会为国内首个以“预制菜”为主题的专业展会,展会规模达一万平方米,恒兴水产、安井食品、惠康食品、亚明、绿进、泽霖食品、古龙食品、大有海洋、永辉彩食鲜等近100家国内外知名一线预制菜企业携1000

地方会展动态

重庆国际会展中心获评“2021年度中国最佳优秀会展中心”

11月26日,记者从重庆市国资委获悉,重庆(南坪)国际会展中心日前在2021第十八届中国会展行业高峰论坛上,被评为“2021年度中国最佳优秀会展中心”,并荣获第十八届“中国会展之星”年度大奖。该奖项是中国会展业最具影响力的奖项,被誉为行业年度“奥斯卡”。

近年来,重庆国际会展中心利用展馆优势,自主策划并主办具有市场竞争力的展览展会项目为主营业务,创办了重庆婚博会、西部动漫展、中国茶博会、万石博览会等全国知名品牌展会。并引入合办展理念,涉足水务、家居、饮食、车旅、房

建、休闲文娱、茶艺文玩等产业,通过服务重庆市和西南地区的会展产业链上下游企业,以及区域内的重点、新兴产业,积极发挥对会展经济的引领作用。

作为重庆会展场馆“一南一北”双核之一,未来,重庆国际会展中心将通过业务创新和整合优质产业资源,围绕会展产业链巩固、强化多元化业务布局,在部分业务领域形成很强的竞争优势和市场地位,打造为“两江四岸”会展经济的核心引擎,中小型精品展会的服务和培育平台,和西南地区极具影响力的会展品牌。(重庆日报)

山东青岛西海岸新区打造最美会展海岸带

2022年计划举办68项重点会展活动,各类会展活动470余场

11月30日,青岛西海岸新区召开2022年重点会展活动暨第32届青岛国际啤酒节招商合作发布会。会上,发布了2022年青岛西海岸新区68项重点会展活动,并对招商资源进行了推介。据悉,这是西海岸新区第二次对全区重点会展活动集中推介发布,将进一步推进会展活动的市场化运作,放大会展活动汇聚资源、宣传推介、双招双引的平台作用。

记者从发布会上获悉,为更大力度、更高标准推动会展业高质量发展,西海岸新区出台了《青岛西海岸新区关于打造最美会展海岸带建设国际会展

名区的实施意见》(以下称《实施意见》),将搭建招商引资、招才引智、项目对接和对外文化交流合作平台,打造最美会展海岸带建设国际会展名区,推动西海岸新区会展经济内涵式升级,以会展业高质量发展赋能新区高质量发展。近年来,青岛出台了有力的会展业扶持政策,建立了完善的会展业保障体系,为重大会展活动举办提供“一站式”服务,形成了“会、展、节、游、演”等相融合的“大会展”格局,知名度和美誉度大幅提升,获评“中国最具影响力会展强区”“中国最佳会展名区”等荣誉称号。西海岸新区将力争到2025年实现会展

11月28日,山西省商务厅发布消息,经过审核与公示,2021年度省级会展业发展专项奖补资金支持项目出炉,全省15个项目入选。

山西省级会展业发展专项奖补资金支持项目出炉

为鼓励和支持山西省会展业发展,充分发挥会展业带动消费、促进经济增长的作用。今年7月底,山西省会展业发展专项奖补资金项目展开申报工作。

支持方向为:对在山西省举办的规模大、质量优、效益好、影响广、辐射带动作用强的展览活动进行补助;对引进符合山西省产业政策、社会经济效益明显、影响力强的国际性、全国性及行业性重大会展项目给予奖励;支持引进在

山西省举办的国际性、全国性会议;对连续在山西省举办同一主题展览活动超过十年并且规模持续扩大的项目给予一次性奖励;支持企业积极创新网上

办展,开展线上线下办展的融合发展新模式;优先支持具有产业基础和市场基础,社会效益好、发展潜力、带动山西省产业转型升级发展的自主品牌展览项目;优先支持积极促进山西省与“一带一路”沿线国家开展经贸交流合作类的展会项目;优先支持纳入商务部“展览业管理信息系统”,并按要求报送展览项目统计数据的企业。(晋宣)

为认真落实商务部办公厅印发《关于创新展会服务模式培育展览业发展新动能有关工作的通知》和《河北省人民政府关于促进展览业改革发展的实施意见》,由河北省会展促进中心组织、《中国会展》杂志社主办的2021会展产业展洽会暨河北省会展发展论坛将于12月15日至16日在河北石家庄举办。论坛将以“新动态、新模式、新引擎”为主题,从营销、创新、城市、展馆、服务等多方面多维度剖析会展业现状、梳理行业脉络、判断行业走势,探讨会展业发展的新构想、新路径。北京、上海、武汉、成都及河北其他各市将设分会场,实现线上平台与主会场同步互动。

据悉,本届展洽会将以新形势下,举办国内高端展会平台,加强全国会展业交流,立足京津,面向全国,发掘河北特色会展经济潜能,大力提升特色品

(鲁文)

浙江温州荣获“中国最具竞争力会展城市”称号

近日,《2020年度中国城市会展业竞争力指数报告》(以下简称《报告》)发布,温州荣获“2020年度中国最具竞争力会展城市”称号,在111个地级市中排名第10,首次进入会展城市先进梯队。

中国城市会展业竞争力指数报告由中国会展经济研究会推出,是目前国内公认的城市会展经济评价标杆。2020年中国城市会展业竞争力指数采集到符合统计标准的有效样本城市167个,按照4个直辖市、5个计划单列市、10个副省级城市、16个省会城市、111个地级市及21个县级城市的不同类别分别进行排列,温州首次跻身地级市前十名,对温州大力发展会展经济,打造具有影响力的国际会展城市具有深远意义。

2020年温州度过了不寻常的一年,温

州在克服疫情重大影响的同时,全年共办展32场,

今年,温州再接再厉,陆续公布会展利好消息。发布首个会展业扶持政策,出台实施《温州市会展经济培育实施方案(2021-2023年)》。正式启动温州国际博览中心项目,打造一座总用地面积766亩,总建筑面积83.31万平方米,总投资85亿元的大型会展综合体;与会展机构合作方面取得突破,先后对接中国机联、中国商联等知名办展机构,加强会展经济合作,签订战略合作协议,开展多层次、多形式、多领域的合作。

下一步,温州市将继续加大政策扶持力度,加快建设会展场馆,不断培育品牌展会,更好发挥会展经济效应,助推建设区域消费中心城市和新消费高地。

发掘特色会展经济潜能

河北会展发展论坛将在石家庄举办

牌展会发展水平为主线,进一步激活河北会展市场,展现河北特色品牌展会,助力河北县域经济、河北会展文化发展,促进河北特色产业展会国际化、专业化、品牌化、标准化水平提升,整体推进河北会展业高质量发展,形成会展产业集聚新高地,助推全国会展产业发展。

据介绍,为增强大会宣传与推广力度,本届展洽会上采用“行业大咖+场馆负责人+主办方负责人+国内官方媒体”联合直播的方式,搭建新媒体直播平台,构建融媒体覆盖传播矩阵,将行业声音传递给受众。央视频APP作为

官方发布窗口,特设置河北展洽会专区,通过论坛直播、人物访谈、品牌宣传片、互动热议等形式,全方位立体呈现此次会议盛况。

相关负责人表示,此次展洽会涵盖展览展示、会议论坛、会展讲堂、高端对话、项目推介、对接洽谈等多种形式的活动。届时,国内知名会展专家、行业知名演讲嘉宾、重要展商、中央及地方会展主管部门、国内外知名展馆、会展服务机构、知名媒体将悉数通过线上或线下方式参会,将有力推动行业交流合作,有效促进行业资本融通。

(商报)

疫情防控

陕西西安开展会展活动疫情防控应急处置演练

为进一步提高西安市会展活动疫情防控应急处置能力,保障人民群众身体健康和社会稳定。12月3日下午,西安市商务局在浐灞生态区西安国际会展中心组织开展西安市会展活动新冠肺炎疫情防控应急处置演练。此次演练以情景模拟方式进行,展馆工作人员在对参加会展活动的群众进行体温检测、行程码和健康码检查时,发现体温高于37.3℃的群众,工作人员立即将其带至临时隔离点,同时各防控工作小组迅速有序开展疏散、上报、转运、通风消杀等应急处置工作,整个演练过程反应迅速、分工明确、配合协调,达到了防控应急处置演练目的。(三秦都市)

为规范会展活动疫情防控工作,加快推进会展业恢复发展,充分发挥会展业在扩大开放、助推产业发展等方面的重要作用,海南省三亚市商务局近日印发了《三亚市会展活动新冠肺炎疫情常态化防控工作指引》(以下简称《工作指引》)的通知。《工作指引》要求,结合会展活动的实际情况,落实会展活动举办单位的疫情防控主体责任,建立“活动举办方+场馆运营方+活动参与方”的疫情联防联控机制,做好活动举办和疫情防控各项工作。按照“谁举办、谁负责、谁组织、谁负责”的原则,在活动举办过程中全面落实“四早”措施(早发现、早报告、早隔离、早治疗),严格遵循“六必”要求(身份必录、信息必验、体温必测、口罩必戴、消毒必做、突发必处),提升综合防控能力。《工作指引》落实了会展各方责任。

海南三亚发布会展活动疫情常态化防控工作指引

一是活动举办单位承担疫情防控主体责任。要做好活动举办备案;成立疫情防控专项工作组;做好展(会)前准备;做好会展活动现场管理。二是场馆运营单位承担疫情防控属地管理责任。要制定并实施馆内疫情防控方案;做好展(会)前准备;设立临时隔离场所;加强健康宣传。三是活动参与方承担联防联控职责。如实申报健康信息;做好日常消杀工作;配好做好健康随访工作;切实加强工作人员健康管理;会展活动的举办单位、场馆运营单位、服务商等,均应严格工作人员健康管理。

物资准备方面,举办单位要确保所有参展商、搭建商准备充足的口罩、消毒液、酒精、一次性手套等防疫物资,对参

观展人员中未佩戴口罩人员免费提供口罩。场馆运营单位应确保准备充足的消毒药物和医疗应急用具。举办单位、场馆运营单位要为消毒操作人员准备充足的个人防护用品。活动参与方要组织本单位展位工作人员做好个人防护措施,按防疫要求准备充足的防疫物资。

《工作指引》注明了工作细则。一是充分做好会展活动前准备工作。落实物资配备及人员培训;进行会展场馆全面消毒消杀;加强场馆人员管理。二是强化会展活动期间防控工作。加强活动参与人员管理;保证场馆及时通风换气;场馆现场设置医疗服务点和临时隔离观察点,储备必要的药物和防护物资,并设立急救通道和停车点;加强会议厅(室)

管理;加强餐饮区域管理;加强洽谈区管理,洽谈贵宾双方应保持安全距离,并全程佩戴口罩。加强卫生间管理;加强场馆垃圾管理。三是做好闭馆(会)后防控工作。当天会议会展活动结束后,对场馆所有区域进行全面消毒。活动举办单位须保存至少两个月相关资料,包括所有参展(会)人员的健康管理记录、购票记录、监控记录、打卡记录等,做到人人可追溯溯源。参展商需对活动期间人员的健康状况随访14天,并将随访结果汇总后报给举办单位。若参展(会)人员诊断为新冠肺炎疑似、确诊病例或无症状感染者,举办单位应尽快配合疾控部门排查相关接触人员。(中经)

用「带货」直播理念解锁云展览更多可能

近日,多位外国驻华大使直播带货的火爆场面引发热议“5、4、3、2、1”倒数结束,卢旺达驻华大使推销的数千斤咖啡豆、斯里兰卡驻华大使代言的锡兰红茶一上架就“秒空”,中国市场的巨大消费能力让外国友人赞叹。多国驻华大使从最初的好奇、忐忑,到热情高涨迅速爱上“带货”不断担当本国商品“代言人”拉近各自国家与中国消费者距离,同时也为本国商品赢得了巨大商机。在这个“带货”热潮中,也为云展览解锁了新的方式,和另外一种诠释,让线上展会“动”起来。

展会举办的最终目的就是宣传企业形象、推出新产品、促进销售、与同行交流之间发现商机等,那么云展览自概念提出以来就不断的在受到质疑,很多人会觉得在线上办展的效果肯定不如线下。其实在在我看来,将展会迁移到线上的想法是具有跨时代意义的,但是线上终究不同于线下,我们始终不能用线下展会的一些条条框框去约束线上展会,倒不如将云展览打造成一个全新的会展模式,脱离传统展会的外在雏形,紧抓核心要素,利用互联网的特性,开创全新的展会形式。

云展览使静态为动态是关键。以往的线下展会是展位不动,但是人员是流动的,人与人之间一个眼神、一个微笑都是互动,但是线上展示虽然也有参展观众的流动,但是这个流动都是独立游走的。参展的感受就是“一个人身处狂欢盛宴之中!”一些展会也有直播的环节,就是在会议论坛中的直播,虽说是直播,但依然很少有互动,只是会议方单向的输出。

在笔者看来,云展览是需要一个强大的群体性互动环节的,即使线上已经设置了洽谈室、即时沟通、视频聊天等等,这都是基于一对一的交流,这就将展会的目的局限在促成交易这一个层面中了,展会需要的是将不同地区、不同背景的人聚集在一起,形成一个网络上的群体集会,这一点也正是对线下展会一种新的“复刻”,远远要比去追求极致的还原正是场景要来的有效一些。参展商可以在自己的直播间里宣传自己的企业形象、介绍新产品、促成销售,并且与众多的参展观众进行沟通互动,了解市场需求、发现新的商机。

云展览如今正陷入展会效果难以提升的困境,技术力量一时无法突破、参展观众黏性低,即走即过,面对这些困境,将直播“带货”的理念和模式嵌入到展会当中也不失为一个新的可能!(蟠桃)