

“从买票听戏到登台唱戏”

我国首次牵头制定会展国际标准

12月10日,ISO 25639-1《展览与会议 第1部分:词汇》国际标准立项...

4754-2017)包含20个门类、97个大类、473个中类和1380个小类。由此可见,会展业在国民经济行业分类中的地位举足轻重...

际标准化”双驱发展模式,研究如何实现中国牵头会展国际标准“零突破”,最终确定采取“先行探路,继而开路”的路径...

类施策,精准开展民间外交和标准外交,先后通过不同方式和途径联系了韩国、印度、马来西亚、泰国、俄罗斯、德国、英国、西班牙、澳大利亚、南非、沙特等国家的会展行业组织、会展局、国家标准机构等进行答疑解惑,游说沟通。

根据现行的《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2017),作为商务服务业的重要组成部分,会展业已从2011年版《国民经济行业分类》的小类“L7272 会议及展览服务”上升为目前的中类“L728 会议、展览及相关服务”。

从2020年起,中国贸促会商业行业委员会以“中国服务标准化、中国标准国际化”理念,采取“团体标准化+国

际标准化组织(ISO)决策采取投票机制,一国一票,国无大小。ISO/TC 228(旅游与相关服务)技术委员会拥有68个具有投票权的成员国。在ISO 25639-1立项投票的12周里,中国贸促会商业行业委员会在综合分析2016年中国第2次提案时的各国投票意见,决定分

方对本次合作的定义。国家奥林匹克体育中心与国家体育总局直属的国家队训练基地。多年来,秉持“以体为本、服务社会”的理念,始终坚持以国家队驻训保障为核心,促进全民健身、体育产业、体育文化协同发展,助力于打造“训、科、医、教、服”一体化的新型高水平的综合国家训练中心。

(综合)

钟薛高成为国家奥林匹克体育中心官方合作伙伴

包含文件适用范围、绿色会展及智慧会展的定义、评定对象及原则、评定指标、评定专家资格条件等内容。

关于智慧会展的评定指标中提到了基础设计建设、会展服务功能、会展

本报讯 12月23日,国家奥林匹克体育中心与钟薛高签约,并授予钟薛高——国家奥林匹克体育中心官方合作伙伴暨国家队训练基地合作产品的铜牌及授权书,正式宣告双方达成合作。双方将共同推动国民运动健康事业发展,助力体育强国、健康中国建设。

钟薛高是以高品质定义的雪糕新国货,成立于今年全渠道累计销售约2亿片雪糕,平均全年复合增长率约180%。此次钟薛高希望能与奥体中心强强联合,借助奥体中心在体育健康领域的科研研发优势,结合钟薛高自身的研发能力,开发新一代健康、营养的冰品。

(静文)

近日,青岛市会展经济研究会发布了《智慧会展评定标准、原则及方法指南》(T/QCES08-2021)《青岛市绿色会展评定标准、原则及方法指南》(T/QCES09-2021)标志着青岛会展业

青岛会展业新增“智慧”“绿色”行业标准

智慧会展、绿色会展有了行业标准。

新业态推动着会展业的发展,线上展会、数字展会等智慧型会展成为了会展业新兴且极具生命力的发展模式。绿色会展则是实现可持续发展的关键,会展整个产业链上倡导低碳生活的发展方向。一直以来青岛市绿色会展、智慧会展缺少统一的标准,限制了行业发展。

数据治理、智慧会展生态,这四项一级指标中,占评定指标比重最高的是会展服务功能,可细化为会展利益相关者体验、增值、服务功能多样性、互动性、创新性、绩效性等。

根据下列借款合同和担保合同,请认真阅读借款人和担保人的担保人身份信息,担保人的继承人立刻向交通银行股份有限公司苏州分行还款义务(若借款人、担保人因各种原因发生更名、改制、职业、吊销营业执照或者丧失民事行为能力等情形,请相关担保人、清算主体代为履行义务或者承担清算责任)。

Table with columns: 序号, 借款人, 借款合同编号, 担保人, 自然人担保人身份证号/护照号, 担保合同编号, 本金余额, 欠息(含复利), 费用. Includes multiple entries for various companies and individuals.



福田汽车集团全球合作伙伴大会“云端”召开 中国商用车行业首个技术品牌发布

2021年是中国商用车披荆斩棘的一年,整年的起起落落牵动着宏观经济的脉搏;然而,这一年无论发生过多少大事,却始终不可忽略一个闪耀的顶点,使2021年成为民族汽车工业的里程碑——商用车行业诞生出首个产销均破“千万辆”的自主品牌,用时仅25年。

创造这一奇迹的福田汽车,在2021年底,已经为下一个“千万辆”,擘画出新的战略路径。新科技、新生活、新体验,锚定在科技,变革在营销,惠及整个物流产业,这是福田汽车首次在年度大会上以“科技”作为唯一聚焦,这不仅意味着中国商用车行业将全面从研销并重转型科技引领,更预示着下阶段中国商用车行业的竞争格局。

选择“云端”发布的福田汽车,今年一反常态,没有把大会“C位”留给新产品或全新战略,而是推出了商用车行业首个技术品牌——“银河技术”。这不再是某项具体技术的亮相,而是理念和生态的全面变革。业界依然记得,在2021年4月2日福田汽车“千万辆”盛典上,在高光中隆重驶出的“欧曼银河”。彼时曾有舆论指出,“欧曼银河”不同于福田汽车以往推出的任何一款新品,它寓意着商用车一个崭新时代的到来。

“银河技术”品牌全部由实打实的先进“硬核”技术支撑,分别锻造出了超级TCO、超级智能化和超级安全性三大优势。以节油5%以上的超级动力链,整车综合能耗降低10%的超级电驱链,配合空气动力学、轻量化和可靠耐久性等新技术,使得福田汽车无论在传统能源还是新能源产品上,都能给客户“最优TCO”的保障。

在12月22日上午的福田汽车全球投资人大会上,集团总经理常瑞重提出,福田汽车必须从以促销量、占有率为核心目标的产品规模经营,向以客户价值经营为核心目标的经营模式转变。福田汽车的营销模式,历史上亦经过多次变革。25年来,福田汽车的业务增长路径,从产品品类拓展,进化到核心客户裂变,目前已经跨入通过客户全生命周期价值挖掘带动业务增长的关键节点时刻。

能够进入到第二个“千万辆”时代,谋划筹建年销100万辆商用车体系,确实也已有领先、超前的科技体系。面对年轻化、组织化、集约化的客户趋势,单一“黑科技”或某个核心零部件突破,已无法应对复杂的客户需求,故而“银河技术”平台应运而生,集成打包式的超级科技链,无疑将创造商用车运营的全新生态,也将为使用者提供前所未有的被尊重的中心化体验。除却“银河技术”平台能够为客户带来的直接价值提升,凭借大数据平台的分析推动,福田汽车在用户画像上能够做到更加精准,对用户潜在需求的辨别更加及时;除了在研发环节就能做到用户需求深度介入外,在买车、运营、换车整个生命周期内,为客户提供全方位、全价值链的一体化解决方案;简单说,福田汽车将致力于帮助客户挖掘更多价值,不论组织还是个体客户,都能在运营过程中体验到更充沛的获得感,体验到物流事业的乐趣,体会到自身角色的重要。

无论是全新技术品牌还是生态构建领衔营销变革,最终都要落脚到产品上来。此次福田汽车2022全球合作伙伴大会,伴随“银河技术”品牌发布,由该平台孵化出的两款成熟产品——欧曼银河重卡、欧航Rpro为2022年营销大仗吹响了号角。如果放在十年以前,一款重卡产品,竭尽可能也上的设计美学符合黄金分割,听起来可能会匪夷所思。毕竟作为生产工具,传统上对美学是不做过分要求的。然而今天,欧曼银河重卡,凭借充满未来感、处处符合黄金分割的外形,完美融合工学与美学双重设计,仅此一点的不遗余力,便能体现出福田汽车对新世代用户需求的解读和满足。

的确,越来越年轻的客户群体,代用信息触点的极大丰富,不再单一追求效率和续航;故而银河重卡的驾驶室设计也极具人性化和生活气息,智能化模块分布如“沙漠湖泊”般赏心悦目,仅从内饰设计上,银河重卡便极大迎合了客户的自我价值需求。落到到原本的价值创造上,“银河技术”平台出现,产品性能更是不遑多让。在平台指导下,以“集成”为前提的动力总成开发,通过康明斯国六高效发动机、采埃孚智能AMT变速箱、全新轻量化440后桥的完美匹配,打造出一条“超级A动力链”;同时,通过预见性行驶和预见性换档辅助的开发,“银河技术”为重卡安装了一个聪明的“大脑”,ACC自适应巡航、LKA自动车道保持、AEBS自动紧急制动、FCW碰撞预警、LDWS车道偏离预警以及360度全景可视驾驶辅助系统等一系列智能驾驶辅助技术,为每一位司机的每一段旅途都提供了高效可靠的安全保障。同一平台下孵化的另一款产品——欧航Rpro,则以中高端卡车的定位,瞄准中长途干线物流,围绕“舒、省、智、安、轻”五大行业用户痛点来做文章。除了同样系出名门的“银河技术包”外,欧航Rpro在国内中卡领域,首次全面采用采埃孚AMT6档9档自动挡变速箱,极大提升了传动效率和产品寿命,降低了驾驶疲劳,尤其使女司机进入门槛大大降低,一定程度上缓解了物流行业“人力荒”;座舱的智能性和成熟的人机交互系统,也使得产品面向年轻化的新客户具备十足的竞争力——可以说,“银河技术”出品,不但能让客户轻松获得更高价值,更能让其收获更高的职业认同。在此正式与市场“亲密接触”前,福田汽车还对“银河”产品进行了更加严苛的验证。经过120万公里试驾强化道路测试和40万公里用户真实工况的考验,4700米的高原、零下45℃的漠河、地表82℃的吐鲁番,极端条件均可证实欧曼银河重卡在科技平台加持下的优异性——走下“神坛”的科技与豪华,如同降维打击,必将颠覆重卡物流业,证明福田汽车在未来干线物流领域的领军地位。