

第二届消博会招展工作基本结束

十万平方米展厅云集全球品牌

2月21日,中国国际消费品博览会发布消息,宣布第二届消博会定在4月12日到16日在海口召开,目前展会招展工作已基本结束,规模比第一届有所扩大。不仅展会面积扩大2万平方米,还将有更多国家和地区的品牌参展。

消博会组委会透露,本届消博会将齐聚瑞士历峰集团、法国开云集团、瑞士瑞表集团、法国欧莱雅集团、美国雅诗兰黛集团、日本资生堂集团等国际大牌,新增设的国货精品展区也将为“Z世代”等新一代消费者带来全新惊喜。同时,中免集团等全国多家免税店将继续深度参与消博会各项工作,据悉中免将带其全球200家免税店参会采购。

全球头部品牌荟萃

据悉,与首届消博会相比,2022消博会展览总面积将由8万平方米增加至10万平方米。其中,占地8万平方米的国际展区,将呈现出提升品牌品质、增加首发数量等特点。

本届消博会涌现出众多细分行业的全球头部品牌新面孔。其中包括香化行业的美国雅诗兰黛、日本高丝,箱包行业的美国途明,保健品行业的澳大利亚纽宝,海钓行业的日本达亿瓦,清洁家电行业的德国卡赫,家居行业的瑞典海丝腾,全球优质肉类行业的美国泰森,主题公园行业的日本Hello Kitty等。

许多第二次参展的头部品牌将继续发力,在消博会的平台上深化品牌影响力。在首届消博会上,欧莱雅集团携旗下16个标志性美妆品牌亮相,500平方米的展示空间成为本届美妆品类的最大展台,通过展示独特的产品组合魅力,收获观展者的热烈反响。

值得一提的是,为将海南打造成消费时尚展示新领地,2022消博会将设立新品集中发布专区,全程直播新品发布活动,扩大各品牌新品知名度。目前已有大摩威士忌、名士表、欧莱雅、泰森、雀巢等品牌表示将在消博会期间发布旗舰新品。其中,大摩威士忌将首展价值268万元的大摩白金时代五号典藏第8套威士忌套装;名士表将开展利维拉2022年春夏最新款式手表全球首发活动;瑞典顶级手工床具品牌海丝腾将进行最新款床具及配饰的中国首展。

国货精品馆引领消费新风尚

麦肯锡发布的2021中国消费者报告称,中国“Z世代”对充满信心和,且渴望“独特”的产品与服务。目前中国“Z世代”人群约2.6亿人,正在成为消费市场的主力军,国货精品作为“消费爆款”正呈澎湃之势进入新一代消费者的生活。

为此,2022消博会在国内展区部分,除了保留全国31个省、自治区、直辖市参展的省市区展区,还增设国货精品展区,为国内消费精品提供单独展示的平台。

片仔癀、科大讯飞、五粮液、暴龙眼镜、华熙生物、国瓷永丰源、钟薛高等独立品牌及华夏风物集合展示的数百个品牌将特别亮相。

据悉,近两年火爆网络的钟薛高品牌将携多款雪糕参会,其中专门针对消博会推出的一款名为“海盐椰椰雪糕”的海南特色新品将亮相。

“非常期待参加今年的消博会。消博会为国内外所有注重品质的品牌,提供了一个充分展示自身价值的优质平台。”钟薛高食品相关负责人接受采访时表示,期待通过参加消博会,更好地把握国内外消费前沿动态,拓展销售渠道,创新销售模式,优化产品结构,将更优质的产品展现给消费者。

200余家免税店来采购

在首届消博会期间,中免集团总经理陈国强曾表示,“海南目前已经成为全球投资和消费的新热土,发展机会特别多,旅游零售市场足够大。”的确,2021年,海南全岛免税销售总额达到近600亿元,占中国境内奢侈品市场总销售额增长的5%。

随着海南免税业务的蓬勃发展,中免集团作为全球最大的旅游零售商,本次将组织全球200余家免税店亮相本次消博会。据悉,除了充分利用消博会平台对接全球资源,并组织国际一流品牌参展外,中免集团将支持并联合承办“第二届全球免税与旅游零售大会”、联合主办“可持续消费高峰论坛”等系列配套活动,同时将组织集团全球200余家门店和专业采购团到会,与全球品牌洽谈交流,积极开展采购活动。

从当前国内消费热潮和海南发展态势来看,2022年消博会的举办必将成为国际消费品在中国持续散发活力的又一重要平台。海南国际经济发展局局长韩圣健2月20日接受记者采访时表示,2022年消博会将更加聚焦全球消费精品和首发首秀新品,力争打造成为推动高水平对外开放、促进内外市场相通、畅通国内国际双循环、促进消费升级和消费回流、引领全球消费时尚的重要平台。

(21世纪经济报道)

轻工特色展会

第106届全国糖酒会VIP采购商活动将在四川成都举办

开展酒类、食品饮料专场对接会 供需合作更精准

□ 本报记者 王薛滢

3月23日—24日,由全国糖酒商品交易会组委会和中国轻工企业投资发展协会联合主办的第106届全国糖酒会VIP采购商活动将在四川成都举办,其中供采对接会活动,将分为酒类和食品饮料类两场,分别在世纪城和西博城两个展馆举办。来自线下零售、电商、餐饮、商贸经销四个类别100多家重点采购商齐聚展会现场,精准匹配展商需求,现场洽谈对接合作。

两届活动好评如潮 服务模式不断升级

2021年4月,第104届全国糖酒会VIP采购商活动首次举办好评如潮,成功邀约144家优质买家;2021年10月,第105届全国糖酒会VIP采购商活动在上一届活动基础上做全面升级,实现服务采购商超180家、展商超260家、微信线上对接人数超800人次。

两届采购商活动精彩纷呈,为供采双方搭建了有效的沟通平台,提高了参与企业的品牌知名度与影响力,不少采购商

家也对活动的举办做出了高度评价。

首旅集团王君鹏表示:“全国糖酒会是一个丰富的商品平台,可以满足首旅集团旗下酒店、餐饮、景区、商场、物业多个板块对食品酒类产品的采购需求,期待更多企业能成为首旅的供应商。”中石化易捷品类总监张泽钰也表示:“目前选品压力很大,我们经常参加各类展会。参加采购商活动,在短短两天时间见到了200多个产品,对接人员都是企业决策人。未来,我们会更加看中糖酒会这个平台。”

近百家采购商品名单发布 供采对接蓄势待发

据了解,本届全国糖酒会VIP采购商活动将开展酒类供采对接会和食品饮料供采对接会。其中酒类供采对接会上,将邀首旅集团、华天饮食集团、胡大餐饮、花家怡园、紫光园、海底捞、重庆小天鹅火锅、小龙坎、家乐福、超市发、红旗连锁、便利蜂、挖酒网、酒仙网、猿小姐甜酒铺、全球美酒汇、上海酒巴巴、万国酒联等40余家采购商企业代表。

食品饮料供采对接会则将邀请京东零售集团、伊藤洋华堂、上海欧尚超市、



首航国力、永辉超市、7-11、盒马鲜生、家乐福、罗森、全家、每日优鲜、大润发、中石化易捷、美宜佳、华润万家、京东七鲜、沃尔玛、物美超市、永旺集团、利群百货、天虹百货等40余家采购商企业代表。

前两届对接会都充分发挥了全国糖

酒会产销合作平台的优势作用,提高了参展商参展体验和交易质量,其中,茶活力、小懒、椰满满与首旅集团、紫光园等采购商企业在会后都达成了有效合作,通过资源对接实现了商业变现。随着百家采购商名单首次公布,供采对接蓄势待发。

凸显国际化展览规格 传播中国声音 景德镇国际陶瓷艺术双年展举办



陶瓷文化这一载体,传播了中国声音,赢得了来自世界的共鸣。

据介绍,入围参展的206件作品全面反映了过去几年国际范围内当代陶艺的最新成果,其中包括:传承与创新的关系,新材料、新工艺在新时代的应用与表达,工艺技术的当代转换与美学阐释,以及跨文化、跨区域呈现出的区域材料的文化属性等。

据了解,在“瓷的精神——2021景

206件来自不同国家和地区的作品竞相争鸣,器皿、雕塑、绘画、装置、影像五大类型各具魅力……因疫情原因自去年12月18日启动预展后,备受全球陶艺界瞩目的“瓷的精神——2021景德镇国际陶瓷艺术双年展”于2月28日在景德镇陶瓷大学美术馆正式开幕。

“瓷的精神——2021景德镇国际陶瓷艺术双年展”,由景德镇市人民政府、景德镇陶瓷大学、中国对外文化集团和国际陶艺学会共同主办,是一场突出当代性、国际性,兼具艺术性、学术性的展览,也是一个能够与“中国景德镇国际陶瓷博览会”相互辉映、互为补充的对外交流新平台,更是深入贯彻落实关于“建好景德镇国家陶瓷文化传承创新试验区,打造对外文化交流新平台”相关政策的一项有力举措。

以瓷相邀、以艺互鉴,自然应者云集。在展品征集过程中,尽管新冠肺炎疫情全球肆虐,但来自全球各地的2344件参展作品仍竞相参展。不同国家、不同性别和身份的专家本着公平、公正的原则,经过初评、复评、终评三轮线上和一轮线下实物评审,对器皿、雕塑、绘画、装置、影像五大类型的作品做出独立的学术评判,最终评出来自不同国家和地区

实践。通过这次两国之间的文化互动,对促进世界范围内文化往来,推动共建“一带一路”有着重大而深远的现实意义。

在景德镇三宝义创中心艺术馆举行的平行展“融合——景德镇国际当代陶瓷绘画提名展”,立足当下,展望未来,通过不同技法、不同形式和不同风格的100件陶瓷绘画作品,多方位再现了当代世界陶瓷艺术的新面貌,展示了中外艺术家在陶瓷绘画领域取得的最新成就。

值得一提的是,在“双年展”期间,景德镇陶瓷大学与美国阿尔弗雷德大学美术馆、国际陶艺学会还将牵头发起成立“一带一路”国际陶瓷教育联盟”倡议,并举办“一带一路”国际陶瓷教育联盟成立大会,共同探讨当代陶瓷艺术教育的发展方向,以及疫情时代陶瓷教育面临的挑战和应对措施。同时也将同步举办“万物·生长”国际陶瓷电影展播、“当代陶瓷艺术教育发展趋势”国际高峰论坛、“百川汇流”陶瓷非遗进校园驻场表演、“百川汇流”学院工作室艺术家创作展演、“五岳并秀”陶瓷艺术名家对话、获奖艺术家创作交流会、“学院陶艺教育”主题对话、“陶院现象”主题对话等活动。

(景德镇日报)

会展新说

会展企业如何用好微信生态下的营销链路

近年来,微信生态推出多项功能并频繁升级。特别是在2022年1月,腾讯公开课Pro以及企业微信新平台发布会上提到的各项功能升级。随着微信生态升级,极大地赋能传统会展行业提质增效高质量发展——大到制造业,小到一个实体商家。如此,微信在“数实融合”中发挥着怎样的作用?与会展活动营销有着怎样的关联?笔者认为,会展主办方、会展企业可以从四个方面依托微信生态快速完善数字化体系建设。

首先,利用好微信生态最新的各产品的互联互通功能,提高营销效率以及提升业务转换。微信生态体系的互通功能,是微信数字化生态所呈现最新的特点和优势,六大微信生态产品(小程序、微信支付、企业微信、搜一搜、小游戏和视频号)提供了低成本数字化解决方案,降低了连接成本,各平台都有各自的优势和特性,无论从哪一个入口进入都可以连接到其他产品,获得展示和互动功能,这样可实现会展项目的高效连接、传播和转化,完善企业客户服务的体验和流程。如通过“视频号+小程序”组合形成一些新的玩法,随时发起的视频号直播实现了与观众、参展企业的实时交流互动。视频号还可以连接

公众号文章以及企业微信客服。还可以将产品直接进行链接,实现企业产品的实时询价和交易洽谈。视频号流量作为微信中最重要的流量,有着不可估量的发展前景。而“视频号+小程序”的玩法相结合,更是有利于会展主办方、会展企业打造从社群、引流到转化的营销链路,成为会展活动品牌推广的新模式。

其次,利用好小程序连接现场和服务定位,实现会展项目线上线下的融合。小程序从2017年发布以来,功能不断增强。笔者认为,会展小程序是性价比最高的数字会展形式,可以将每一个使用微信的商务人士连接起来。小程序的开放性,会展项目的相关信息可以用图文、视频、直播、VR/AR等形式发布在小程序上。目前,越来越多的会展项目通过小程序进行推广。但多数会展小程序尚未体现小程序在微信生态上的独特优势。小程序最主要的功能是实现线下场景和提供服务,因此对会展这种业态更为适用,能够实现展前、展中、展后的线上营销以及展会现场的场景打通,实现线上线下融合。鉴于此,只有在小程序上着重的场景社交、签到、支付、互动的快交互场景的产

品设计,才能更好地发挥小程序的价值。

再次,利用微信生态的营销链路的丰富性,实现引流最大化。微信生态最大的优势在于社交化。据《2021年上半年小程序互联网发展白皮书》数据显示,2021年上半年,全网小程序数量超过700万。其中,微信小程序日活跃用户数量(DAU)超过4.1亿人次,小程序数量超过430万个,生活服务、视频、网络购物成为主要场景。预计全年交易成交额(GMV)近3万亿元。未来三年,小程序和视频号的战略将促进微信电商成交额飞速提升,整体有望突破5万亿元。

最后,利用好企业微信实现组织间的高效协同。产业数字化最大难点是数字化组织重构。如何通过组织创新加强团队之间的协同,从而实现业绩的倍速增长?企业微信是一款企业的连接器,能够帮助会展进行组织重构,并通过连接创造更多价值。企业微信可以通过连接消费者的能力帮助企业缩短与消费者之间的距离。作为内部办公系统,可以帮助企业连接组织内部,提升生产效率。此外,企业微信联合腾讯文档、腾讯会议团队推出了全新

文档会议等一整套效率协作功能,有利于多人的协作。功能和功能之间还可以相互调用、相互嵌套,既可以提升内部协作的效率,也可以实现跨企业跨组织的协同。未来,产业互联网与其消费互联网将呈现一种融合趋势。

与此同时,还用用微信生态的开放性与企业专享的客户和业务管理系统联通。企业微信是一个开放生态,既可以连接微信生态的各个产品,还可以连接其企业内部的各管理系统。一直以来,笔者围绕会展数字化营销方式进行完善和实践,并形成了微信生态下的开放互通的管理营销模式,并建立了“会展管家”数字化平台。通过“会展管家”的会展数字化平台,将传统会展项目现场的人流量转化成会展系统数据的私域流量。疫情后,粗放式会展模式遭遇巨大瓶颈,也就是说,会展主办方、会展企业以及参展商亟需利用微信生态体系中的互通功能实现更多元化、精准化营销及运营,实现会展数字化的转型升级。

科技是一种能力,数字能力只有与社会力量结合在一起,才可能创造可持续的社会价值。

(周景龙)

地方动态

济南恢复展会审批 推动会展业跨越式发展

2月17日,山东济南市商务局发布《关于恢复举办展会活动相关工作的函》,提出即日起启动展会审批程序,确保3月15日起全市各类展会安全举办。

《关于恢复举办展会活动相关工作的函》还提出,按照济南市2022年工作动员大会“用好展会力量”的工作部署,充分发挥济南展会活动的经济拉动效应,济南市商务局制定了2022年全市展会计划,山东国际会展中心、济南黄河国际会展中心等会展场馆已经拟定展会举办档期。

在济南市商务局2月18日发布的《关于印发2022年全市商务工作要点的通知》

中也提出,推动会展业跨越式发展。研究制定建设国际会展名城实施意见,完善扶持政策,优化办展环境,打造黄河流域会展高地。全力做好济南黄河国际会展中心开馆首展,策划举办中国国际休闲食品博览会、中国北方消费品博览会、中国会展业绿色可持续发展论坛等,引办国家级国际性展会25场以上。加大会展主体培育,引进德国汉诺威等国际知名专业会展机构落户。大力发展自主品牌展会,新获UFI认证展会3个,全力办好日本(山东)进口商品博览会,打造区域性品牌进博会。

(中国经济网)

数贸会首场论坛在杭州举行

首届全球数字贸易博览会将于3月23日至27日在杭州国际博览中心举行。首届全球数字贸易博览会之江数字贸易论坛的首场活动——数字贸易赋能共同富裕发展论坛日前在杭州举办。有关负责人表示,为发挥数字贸易对共同富裕示范区建设的支撑作用,推动浙江经济高质量发展,将从三个方面切入:一是坚持以数字化改革为引领,推动数字贸易质效升级,为共同富裕夯实物质基础;二是坚定不移打造全球数字贸易中心,提升平台引

领效能,共享共同富裕的红利;三是着力畅通区域经济循环,助力缩小城乡区域差距,提高共同富裕的水平。

过去一年,浙江省商务厅围绕加快山区26县开放平台建设、自贸试验区发展、推动贸易高质量发展、加快数字贸易发展、实施数字生活新服务、内外贸一体化改革、中国—中东欧国家经贸合作示范区、县域和乡村商业体系建设等重点领域,系统推进商务领域高质量发展建设共同富裕示范区。

(宗文)