

首届全球数字贸易博览会开幕 浙江省域联动呈现数智新消费场景

作为国内唯一以数字贸易为主题的国家级国际性展会，首届全球数字贸易博览会（以下简称“数贸会”）今日在浙江杭州举办。据悉，展会面积达8万平方米，主要包括一会、一馆、一展、一平台和一系列体验活动。

800余家企业共赴数贸会之约
63项产品将带来“首秀”

本届数贸会有哪些亮点？记者了解到，展会充分展示全球前沿的数字技术和数字经济国际合作成果。聚焦打造数字贸易产业发展风向标的目标定位，数贸会还谋划了之江数字贸易论坛系列高层次论坛会议，将集中发布《数字贸易标准化白皮书》等一批重大研究成果、标准、规则。

在参展企业方面，阿里、腾讯、京东、亚马逊、特斯拉等800余家国内外头部企业参展，其中涵盖行业龙头知名企业和机构90家，世界500强企业14家。展会上，45家企业（机构）将带来63项产品首发、首秀、首展，北斗卫星、量子通信等一批模型和互动体验项作现场展示。

值得一提的是，除了面向行业的专业化展览展示，本届数贸会也欢迎群众广泛参与。为扩大系列活动的影响面，浙江将全方位开展省市联动、场内场外联动、线上线下联动的系列数智消费活动，让数字贸易发展的成果更多惠及群众，例如杭州将开辟3条数智消费体验线路，宁波将举办数字贸易推介会……全省域联动呈现数智新消费的经济活力、产业氛围和商业场景。

近三年年均增速超过20%
浙江数字贸易风头正劲

首届全球数字贸易博览会落地浙江，也让世界目光齐聚该地。这场国内唯一的以数字贸易为主题的国家级国际性展会为何要在浙江举办？据悉，早在2003年，浙江就开始了建设“数字浙江”的实践和探索，当前，更是处于全面推进数字化改革阶段。依托雄厚的数字经济发展基础，浙江数字贸易发展势头强劲。据统计，2021年，全省数字贸易进出口总额达到5279亿元，近三年年均增速超过20%。

据介绍，浙江有着数字贸易发展的沃土，不仅在出台制度文件、统一语义语境、探索规则标准、建立统计机制等数字贸易制度的完善监管方面见行动，同时积极打造示范载体，强化数字贸易平台建设。此外，浙江还出台了浙江数字自贸区三年行动计划，大力推进国家出口基地建设，其中杭州滨江物联网产业园入选国家首批数字服务出口基地。

在加快数字贸易创新探索方面，浙江更是大力推进先行先试。以跨境电商领域为例，浙江聚焦新业态、新模式，全省域推进跨境电商零售进口试点，在全国首批开展9710、9810监管方式试点，对51个产业集群跨境电商发展试点设立为期三年的专项激励政策，其中杭州跨境电商全球中心仓模式在全国复制推广。

（浙江）

今年江西将举办20个全国性展会

本报讯 记者近日从江西省商务厅获悉，省商务厅认真贯彻落实江西省加快会展业发展三年行动计划，着力引进全国展会，打造产业展，培育消费展，努力推动全省会展业高质量发展。2022年全省计划举办规模以上展会约200个，总展览面积有望突破400万平方米。

据了解，2022年江西省将举办20个全国性展会，数量实现新突破。其中包括中国国际测绘地理信息技术装备展览会、中国国际检验医学暨输血仪器试剂博览会等一批国际性展会。特别是将于4月22—24日在南昌举办的第81届中国教育装备展，展览面积达18万平方米，将刷新江西单展最大面积纪录。

江西省商务厅透露，继2021年首次举办中国米粉节、中国中部消费品博览会等展会后，2022年又将举办首届中国中部工业博览会、中国新能源汽车及零部件展览会、中国国际消费电子产品博览会、中国（南昌）环卫装备产品与

固废处理博览会、江西高安国际建筑陶瓷博览会、江西眼镜产业博览会等近10个新增展会活动。

结合“2+6+N”产业和“一城一展”“一产一会”活动，2022年将继续举办中国景德镇陶瓷博览会、世界VR产业大会、中国绿色食品博览会、中国赣州家具博览会、樟树药交会、南昌飞行大会等品牌展会。围绕消费需求、智能家居、铝合金门窗、农业机械、工程机械等，打造了一批新题材展会。全年预计举办约50个产业会展，覆盖该省14个重点产业链。

各地以展会作为促进商贸流通消费的重要载体，计划举办规模以上消费类展会约140个，占全部展会的近七成，其中车展最多，家居展次之。在中国米粉节、赣菜美食文化节品牌影响带动下，各地结合地方特色饮食文化打造的美食餐饮展较往年明显增多，将有力激活消费需求。

成都今年将实现会展业总收入1280亿元

本报讯 成都市会展产业建圈强链工作推进小组办公室日前正式印发《成都市会展产业建圈强链十大行动》（以下简称《十大行动》），提出2022年成都将实现会展业总收入1280亿元。通过“建链、强链、补链”为行业导向，以产业链链主为突破，以原创会展品牌为核心，深入实施建圈强链十大行动，推动会展产业能级大幅提升。

据悉，《十大行动》中的建链，即“规划引领建链行动”，编制完善产业“十四五”发展规划，做强重点功能区示范引领，推动中国天府农业博览园、安仁·大邑博物馆特色小镇、李冰文化创意旅游产业功能区、天府奥体公园、双流航空经济区、淮州新城产业功能区协同发展，建设具有国际影响力的会展产业发展示范区。还要引培主体育链行动鼓励支持本土会展领军企业策办重大项目。鼓励并支持本土会展领军企业策办申办重大项目、开展国际合作、争取上市以及冲刺全球会展50强和国内会展30强。

《十大行动》中的强链，一是“创新发展强链行动”，并提出推动会展数字基础设施建设，支持会展企业开发利用会展场景的新技术、解决方案等，鼓励应用新一代信息技术，拓展利用商圈、文化街区、城市公园以及绿道等各类空间，打造一批智慧化、创新型特色展会，并探索实施负面清单、奖励补贴等方式推进绿色会展。二是“展产互促融链行动”，并提出要发挥会展活动的“磁场效应”塑造产业优势，利用产业的“品牌效应”打造优质会展活动。如聚焦重点产业链发展需要与资源特色，培育或引进一批显示度强、影响力大的品牌会展活动。建立展会等级评估体系，制定“一展一策”提升策略，推动糖酒会、汽车展、家具展等重点展会冲击世界商展百强。

最后的补链则是，招强争优补链行动选聘行业领军人才等担任“成都会展大使”；财金助力活链行动推动各区（市）县设立会展专项资金；优化环境促链行动推动成立成都市会展产业链联盟。

2021年收获满满共享商机

企业期待服贸会再展风采

借助服贸会品牌影响力，越来越多的企业共享服贸会商机。

在日前北京市国际服务贸易事务中心组织的体育服务、供应链及商务服务专题展区企业专场采访中，北京地铁、美团骑行、北京金堤科技有限公司（天眼查）、乐动天下、叠加态、北京马拉松协会等6家企业分享了与服贸会共成长的故事，同时期待在2022年服贸会上再展风采。

2021年服贸会体育服务专题展北京首钢园举办，包含国际体育服务贸易、冬季运动和体育文化融合三大展区，总面积为17700平方米，参展商159家，采用线上、线下同步展示的形式，打造“永不落幕的服贸会”。供应链及商务服务专题展总面积为7950平方米，涵盖包括500强及行业龙头企业在内的企业共58家。除企业展览展示和行业论坛外，还设置了互动区、签约区等多个功能区域。

2021年服贸会，北京市地铁运营有限公司设立智慧安检、智慧车站、智慧运行、智慧列车和智慧能源五个展区，重点展现其满足乘客“走得好”需求和实现“碳中和”目标方面所取得的科技创新成果，如安检票务一体

化技术成果、地铁车站空间数字化导航定位技术成果、车站乘客服务技术成果等。其中，北京地铁GTR飞轮储能绿色节能减碳装置荣获“2021年中国国际服务贸易交易会绿色发展服务示范案例”。

在2021年服贸会首钢园展区，美团展区设置了骑行减碳互动体验区，通过“VR+共享单车”，模拟真实的骑行体验。正因在节能减排中的出色表现，美团单车入选了“2021年中国国际服务贸易交易会绿色发展服务示范案例”。在现场，美团还展示了最新的共享单车、共享电单车产品，其不仅搭载高精度北斗定位模块，还配备智能头盔、载重传感器、防飞车转把等一系列安全模块，在实现绿色低碳出行的同时，提供更加安全的骑行体验，有效缓解停车秩序问题。

天眼查是中国领先的商业查询平台，目前已收录全国近3亿家社会实体信息，300多种维度信息及时更新。2021年服贸会上，天眼查在供应链及商务服务专题展区，通过综合搭建线上、线下展示平台，以多元化形式向国内外企业全面展示了天眼查、天眼企服的基本情况、能力优势，对

各类企业所能提供的能力、服务。除了通过线上展台收获各方面关注，也进一步展示了天眼查、天眼企服的实力与优势。期间，天眼企服还获得“2021年中国国际服务贸易交易会发展潜力服务示范案例奖”。

“这是服贸会组委会及各界对我们发展思路的肯定，也验证了以技术驱动匹配效率和服务质量提高的市场需求迫切度，更加坚定天眼企服用大数据技术，精准连接服务商与企业需求，从源头提高供需匹配效率和服务质量的信念。”北京金堤科技有限公司（天眼查）副总裁孙健说。

近年来，体育服务呈现蓬勃发展势头。作为国内领先的从事智能体育健身产品研发、生产、销售和运营的高科技公司，2021年服贸会上，乐动天下（北京）体育科技有限公司携室内铁人三项项目参展，展位面积达54平方米，通过LED大屏分别展示了乐动智能跑步集群系统、乐动智能单车集群系统、乐动智能划船机集群系统，得到了广大观众的认可，服贸会后公司的业务激增，来自全国各地的客户咨询、采购的数量翻了一番。

北京叠加态技术有限公司连续

两届参加服贸会，展台面积从38平方米扩大到2021年服贸会的180平方米，经济效益伴随在服贸会投入的增加实现5倍的增长。该公司首席科学家钟飞鹏介绍，2021年服贸会，他们把人工气候实验室、高温隔热实验室、技术模拟、验证仿真等科研装备搬到体育专题的大展台。观众在技术指导下，体验滴水沸腾的炙热；垫上薄薄叠加态材料，感受缓慢传导科技的神奇。在服贸会成果发布平台，叠加态还向全球发布了其最新研发成果。

马拉松是近些年备受热捧的体育项目之一。2021年，北京马拉松协会在体育服务专题展通过与其他行业协会交流经验、与相关企业探讨商务合作、为跑步爱好者答疑解惑，并收集了非常积极的行业信息。此外，协会会员单位北京华兴体育与北京悠贝成长科技有限公司签署了“亲子读+亲子跑”的战略合作协议。同时，借助服贸会的全球影响力，北京马拉松协会品牌再一次破圈，从运动人群走向大众，跑步已成为越来越多人的选择。

（国商）

五个云服务场景 助力制造业高质量发展

装博会实现“一键互动”“一屏通览”



上参展展品2300余件。

“展+会”形式多元

3月15日，本届展会开幕式暨智能制造绿色发展高峰论坛线上直播，高峰论坛聚焦绿色低碳助推制造业高质量发展、元宇宙时代的工业新模式等要素，为参会代表提供交流对接平台，共话合作机遇。开幕式论坛主讲嘉宾——豪瑞集团副总裁全球伙伴负责人刘利嘉感触颇深，装博会将不可能变成可能。

3月16日，2022联合国采购培训会在线上成功举办。本次培训会是2021浙江义乌国际智能装备博览会线上展会的配套活动，培训会特邀联合国开发计划署（UNDP）、联合国项目事务署（UNOPS）、世界粮食计划署（WFP）、联合国难民署（UNHCR）等国际组织采购官员解析各机构采购程序、规则及采购产品，发布2022年采

购计划，并在线特设联合国采购产品展示专区。共有23000多人在线参加会议。

本次培训会，不仅有常年负责联合国采购的采购官为与会企业集体补“跨国采购课”，还有供货商分享联合国机电类产品采购数据及实践经验，为中国产品和中国企业进入联合国的“采购清单”提供了有用的信息和经验。

对于参会企业来说，培训会不仅意味着“涨知识”，更是实实在在的“促合作”，精准对接采购商，直达细分市场。佛山市索尔电子实业有限公司业务负责人孟丹在会后迅速找到了机电商会的工作人员，“UNDP的采购清单里包括太阳能光伏产品，这正是我们公司的强项，而且产品需求所在地恰好是我们卖得较好的地区，他们提出的公司资质、产品技术、质量要求我们都能满足。”

“线上+线下”收获满满

线上办展，正是主办方在疫情常态化之下所做的创新举动。宁波优诺机械有限公司负责人赖卫凤原本对本次线上参展没有报太多期望，但一天下来，却意外惊喜不断，第一天晚上就连收到了四个外商的视频邀约，并成功卖出了三台产品。“现在不仅是外商，一些内贸公司也通过展会线上平台与我们取得了联系，装备会的平台真的是给我们带来了实实在在的生意。”赖卫凤进一步讲道。

嘉兴川上服装设备有限公司市场总监章慧同样在展会平台上收到了大量的留言和咨询信息，“我们也是第一

次参加线上展会，原以为关注度不会太高，但开幕式瞬间就涌入了100多万人的观众，确实让人感到意外。也让我们展会有了更多的期望。”

线下活动一直是装博会的一个亮点活动。“我们务实的帮助企业进行对接，开拓本地的市场，帮助企业和客户精准的沟通。大家都知道，义乌本地无缝内衣的企业数量能达到全国市场的三分之一，而在裁剪这道工序上，企业还是面临着不少难题的，一直在寻求用什么设备来替代人工生产。佛堂站的走访，我们带去的一个企业，正好在无缝裁剪上有解决方案。双方可谓一见如故。”针织缝制行业负责人李娜进一步讲道。

装博会还成功举办智能仓储物流行业对接走访活动，组织中力机械、华和叉车、兴晟达、和义智能、广州固尔琦等品牌义乌本地经销商走访参观浙江创运物流、红狮物流园、义乌公路港等，与入驻企业座谈，有效促进物流企业与产业园之间的互动交流，共同助力义乌当地物流产业发展。积极践行促进制造业高质量发展，推动实现质量变革、效益变革、动力变革。据悉，为了鼓励企业参与装博会的采购洽谈，当地政府还提供了每家企业最高5万元的采购补贴。

为了更好地帮助参展企业同下游企业能有更好的对接，组委会践行装博会“3+365”商机匹配的务实行动，策划了“线上+线下”展览展示，打造“永不落幕”的装博会。相信，基于现有平台，通过新媒体及信息化技术手段实现展会转型的云上装博会，将打造在线服务新亮点，有效解决疫情为展会带来的新痛点，更好地服务因疫情原因无法面对面交流的境内外采购商和参展商。采购商可以线下和展商对接的同时，仍然可以登录装博会线上展示平台，寻找更多的工厂改造解决方案。

（市信）

图上看展

河北石家庄举办传统刺绣文化展



3月5日至4月15

日，“一念牵丝缕，十指绣春风”——中华传统刺绣艺术主题文化展在河北省石家庄市图书馆新馆开展。本次展览采取线上线下相结合的方式，分为中华传统刺绣艺术图文展和石家庄市传统刺绣艺术作品展。（新华社）

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局开展辖区美容美发机构检查

近日，为营造良好经营秩序，保障消费者的合法权益，丰台区市场监管局组织执法人员对辖区内的美容美发机构进行专项检查。一是制定监管台账，明确主体责任。以群众反映强烈、投诉举报多或在监督检查中发现问题的美容美发机构为重点对象，以染发、烫发、脱毛、祛痘等护肤类为重点检查品种开展检查。二是加强宣传引导，强化行业自律。加大《化妆品监督管理条例》宣传力度，督促辖区美容美发机构强化行业自律，建立定期自查机制，切实履行主体责任。发放《化妆品经营责任告知书》20份。三是突出隐患排查，提升监管效能。严查关键环节，开展化妆品“线上净网、线下清源”现场对美容美发机构经营使用的美容产品、美容设备、价目表、预付卡消费信息等进行全面检查。四是坚持标本兼治，建立长效机制。指导美容美发机构落实索证索票和台账管理制度，完善化妆品质量安全追溯体系，提升质量安全管理水。（李乐林）