

跨交会链接中国制造与全球消费

以“链接跨境全流域,共建电商新生态”为主题的2022中国跨境电商交易会(以下简称“跨交会”)近日在福建福州海峡国际会展中心落幕。记者了解到,2021年以来,福州跨境电商成交额突破500亿元,跨境电商已经成为福州乃至福建外贸创新、转型升级的新引擎。

本次跨交会聚焦服务构建国内国际双循环新发展格局,积极链接中国制造与全球消费,力求成为推动跨境电商加快发展提质增效的一次重要机遇。在本次跨交会期间,福州市宣布设立跨境贸易补偿专项资金池,首期启动规模达8000万元,精准助企,打造政策“虹吸效应”,吸引一批跨境贸易企业在福州落地发展。

记者发现,展商看好跨境电商发展前景,政策支持也将助力跨境电商发展。

本届跨交会设有跨境电商供货商、平台、综合服务商、独立站等展区,吸引了50多个跨境电商平台、230多家跨境电商服务商、2000多家外贸供货商参展,覆盖全国60多个特色外贸产业带,行业涵盖跨境电商全生态链,展出涵盖数码、家居、母婴、鞋服、汽配等热销品类。参展商有亚马逊全球开店、eBay、Shopee、阿里巴巴国际站、新蛋中国、泛鼎国际等。

福建闽侯一家服装企业的负责人肖先生告诉记者,他们公司这几年比较

重视跨境电商,公司2016年涉足跨境电商业务。当前,受新冠肺炎疫情影响,国外客商大多无法来华,国内客商也很难出境。跨境电商平台弥补了这一点,它能使买卖双方保持互动。平台的兴旺,可推动外贸行业和企业可持续发展。

万博荟是一家澳门企业,是集互联网数字营销和跨境电商服务为一体的科技电商平台。该公司的负责人告诉记者,万博荟将以跨境电商为抓手,通过数字化营销、科技化赋能等手段,促进澳门与祖国内地、葡语系国家的交流合作。

“跨境电商将成为我国外贸新的发展趋势。”福州市跨境电商协会会长

地方动态

广东汕头举办首届服博会 展示“潮派服饰”

近日,首届中国·潮汕国际纺织服装博览会(以下简称“服博会”)在广东汕头潮汕博览中心闭幕。记者从展会组委会处获悉,本届服博会以“中国潮世界品”为主题,共248家展商、500个品牌、超10万件展品参展。展厅设有品牌区、毛织区、面辅料区、智能设备展区、原创设计展区、时尚发布区、选品对接区等十大主题展区。此外,组委会还打造了云上展会,邀请观众通过VR实现“云逛展”。

展会期间,活动主办方举办了11场大秀。记者在云上展厅看到,秀场舞台结合“潮”“纱”等概念,融入潮水、浪潮等设计元素,打造了一个沉浸式场景,璀璨的灯光和靓丽的模特走秀展示了潮汕地区最具代表性的品牌。据组委会相关负责人介绍,时尚秀融入了水墨、丹青等中国元素,舞台中央打破传统“T台”造型,以“海潮”形状的舞台与“潮起东方”主题相呼应,展现了“汕头织造”的实力和中国设计的魅力。

据了解,除了时尚秀外,博览会期间还举办了中国·汕头纺织服装产业创新发展论坛、汕头市

声 音

数字会展打开一个更大的世界

全球会展业正处在社会、经济和技术的快速变革中,那些能够拥抱新技术、新模式和新生态的企业将在这波转型大潮中获得新的竞争优势。在数字广告、内容营销和企业活动本身等营销方式的冲击下,伴随互联网和各类科技手段特别是数字化技术的日益多样化,会展业正在告别传统发展模式,会展组织者需要通过技术创新,寻求与客户建立和保持联系的更多样、便捷的模式。

《中国会展主办机构数字化调研报告(2022)》显示,2021年国内会展主办机构的线上线下融合模式已成为常态;面临抗击疫情和数字化转型的双重挑战,数字化进程在加速,90%的主办机构正在积极探索数字化转型;超过60%的机构获得了数字化收入。

首先,为什么会展项目一定要数字化?随着移动互联网和营销模式的发展,展会逐渐被移出B2B营销世界的中心舞台,国际领先的展会组织者已广泛接受一个观点:当前的展览业务模式普遍需要改进,不断变化的客户期望、市场动态和数字技术要求企业重新思考展会的目的和过程。这两年,经历了疫情反复的煎熬,数字化转型愈加成为国内会展业的共识。在可以预见的未来一段时期,其本质仍是通过数据、技术和洞察力,在线上和线下渠道之间建立有价值的联系,并表现出比数字广告、内容营销等竞争类产品更高的性价比。

其次,数字会展不等于在线会展,且分层次。数字会展不是单一的在线会展,而是数字化转型的过程,因而也可分为不同层次。会展项目实现数字化转型,关键是重构业务价值链。对于传统会展企业来说,向线上拓展大致有三个层次:一是为线下活动提供增值服务,以此

促进展位或会议销售;二是开展内容营销,增强客户黏性,同时扩大综合收入;三是有相当一部分业务向B2B数字营销公司转型,实现线上线下融合,其关键是持续生产和传播有价值的内容,并稳步提高数字化产品和服务的收入比例。此时,展会组织者的角色从销售渠道供应商变为365天的行业价值创造者,会展企业基于技术应用实现了全生命周期的数据资产化,这是数字会展和传统会展的本质区别。

最后,打通线上线下的关键在于持续生产和传播高质量的内容。早在2014年,AMR就发布过一份报告——《B2B商业媒体的下一轮挑战:从工作流程出发向商业解决方案的转型》。这份报告的核心结论是:B2B商业媒体必须通过拓展现有商业模式来应对转型,即除了现有内容和工作流程,还需要增强高新技术、服务和咨询等方面的能力,以

提供一种整合解决方案。B2B商业媒体转型带给会展业的核心启示是:在移动互联网时代,会展活动正在从一种传统的孤立的现场活动演变成一个虚拟媒体生态系统的物理枢纽。

具体可以从三个层面进行理解:第一层面的内容是会展企业转型成为复合价值创造者的关键;第二层面的会展项目的估值取决于线上内容与服务 and 线下活动的融合水平;第三层面的会展组织者要善于利用高质量的内容来产生收入。概括而言,从会展组织者的角度推进数字会展建设,是为了打开一个更大的世界。对于一个行业的龙头展会来说,它有助于进一步拓展“空间”、扩大综合收入;对于定位更加聚焦的新兴展会来说,它有利于为客户创造更大营销回报率,从而迅速提高展会美誉度。

(王春雷)

首届中国(澳门)国际高质量消费博览会9月举办

记者从中国(澳门)国际高质量消费博览会暨横琴世界湾区论坛近日举行的新闻发布会上获悉,9月7日至11日,商务部外贸发展局、广东省商务厅与南光集团将共同举办首届中国(澳门)国际高质量消费博览会暨横琴世界湾区论坛(以下简称“高品会”)。

据悉,高品会是按照《粤港澳大湾区发展规划纲要》《横琴粤澳深度合作区建设总体方案》所提出的“举办国际

高质量消费博览会暨世界湾区论坛,打造具有国际影响力的展会平台”和“支持粤澳合作建设高质量进口消费品交易中心,构建高质量消费品交易产业生态”的要求筹备举办。将以“两地一会展”的创新方式,9月7日至8日在横琴粤澳深度合作区举办“横琴世界湾区论坛”,9月9日至11日在澳门威尼斯人金光会展中心及四季名店举办“首届中国(澳门)国际高质量消费博

览会平台,按照“精心组织、精准对接、精细服务”的要求,积极承接中国国际进口博览会、中国国际消费品博览会、中国中部投资贸易博览会等综合性展会溢出效应;精心办好中国—非洲经贸博览会、全省旅游发展大会、全球湘商大会、湖南—长三角经贸合作洽谈周、湖南—粤港澳大湾区投资贸易洽谈周、湖南—北京投资洽谈会、湘台经贸交流合作会、中国中部(湖南)农业博览会、互联网岳麓峰会等专业性展会活动;按照“一市一展”的思路,结合各地产业优势办好特色展会,打造专业化、市场化、信息化、国际化的知名展会平台;构建“数字招商一体化”跨场景应用平台,推行“云招商”“云洽谈”“云签约”。

(湘 报)

20年来带动社会投资超9000亿元

第二十届海创会聚焦“四大经济”

6月18日至20日,第二十届中国·海峡创新项目成果交易会(以下简称“海创会”)将如期在福建福州举办。海创会是福建实施创新驱动发展战略的重要平台,从2003年起已连续成功举办十九届。发布会数据显示,二十年来,海创会累计征集推介10万多项科技项目成果,促进5万多项成果在福建转化落地,带动社会投资超9000亿元。

据介绍,第二十届海创会坚持“政府协调引导、市场运作办展、确保办会实效”原则,围绕“项目、技术、资本、人才”要素,聚焦“四大经济”,设置数字经济馆、海洋经济馆、绿色经济馆、文旅经济馆以及综合创新馆。海创会同期将举办第十八届粮食产销协作福建洽谈会、中国(福建)乡村振兴博览会、2022中国(东南)数智医疗产业峰会暨首届中国

(福建)数智医疗博览会等。此外,首届福建碳达峰、碳中和发展高峰论坛,生态环境项目成果发布会,福建金融服务“四大经济”对接会、“海丝·数字·融合”——第二届全球丝路云合作论坛,海创会重大项目集中签约仪式等多场活动将亮相第二十届海创会。

记者了解到,2022中国(东南)数智医疗产业峰会暨首届中国(福建)数智医

深圳国际会展中心2022年首展开幕

本月6大展会轮番开展

深圳国际会展中心2022年首展来了!6月10日—6月12日,第五届深圳华夏家博会将于深圳国际会展中心2号馆盛大开展,开门迎客。作为国内最专业、最具影响力的家居博览会之一,华夏家博会2009年从上海启程,到北京、广州、深圳……截至2021年已覆盖全国61城,累计举办431场,平台交易额突破490亿元,已成为家居展会行业的领先者。

受疫情影响,深圳国际会展中心2020年下半年仍举办重磅展览多达32场,相当于平均每周1场行业大展;2021年受多轮疫情影响,举办展览多达36场……可见,一旦疫情得到控制,就会进入会展需求爆发的窗口期,前期积压的企业参展观展需求,在后疫情时代得到释放。

值得一提的是,今年2月,深圳市商务局印发《深圳市关于建设国际会展之都的若干措施》,共推出15条“实招硬招”,分多个层面对深圳的会展业高质量发展作出有效指引,为深圳建设国际会展之都再次按下“加速键”。

(宝 安)

图上看展

首尔国际化妆品美容产业博览会举办

首尔国际化妆品美容产业博览会于1987年在韩国首次举办,现已发展成为韩国著名的以美容和个人护理为中心的产业展会。

图为首尔国际化妆品美容产业博览会上的护肤产品展台。

王益亮 摄

