

消博会第二批全球消费论坛系列市场化活动公布

7月2日,第二届中国国际消费品博览会(以下简称“消博会”)全球消费论坛系列市场化活动(第二批)排期公布。此次公布的12场活动将在第二届消博会期间陆续举行。

12场活动涉及经贸洽谈、采购对接、行业推介、主题论坛、成果发布等方面,将邀请国内外政、商、学界等专家发表最新观点,共同探讨如何利用海南自贸港和消博会平台,为全球消费创新,促进境外消费回流和国内消费升级创造新机遇。

第二届消博会期间,一些省市区

将举办多场专题推介活动。广东省商务厅将举办“粤贸全国·共享机遇”供需对接推介会(广东),围绕粤琼两省产业发展新优势和营商环境展开推介;重庆市商务委员会将举办“重庆市经贸洽谈会”,介绍重庆投资环境及发展机遇;新疆维吾尔自治区交易团将举办“新疆名优特新产品推介会暨第七届中国—亚欧博览会招商推介会”,宣传推介新疆特色消费精品资源;辽宁省商务厅将举办“全国示范步行街沈阳中街项目推介会”,围绕辽宁多个重点保护项目进

行推介。

国际组织全球服务贸易联盟作为主办单位,海南省商务厅、海南国际经济发展局作为支持单位,将共同举办“构建数贸新生态,共享消费新机遇”数字贸易促进消费升级(海南)峰会,共同探讨数字贸易对消费升级的促进作用,助力海南自由贸易港与国内市场主体、机构、社会组织在数字贸易领域的交流合作。

京东集团旗下零售、物流、科技、健康等多个业务板块将全面参与第二届消博会。

其中,京东科技集团将联合海南国际经济管理局共同举办“科技助力海南自贸港数字经济建设——京东云城市峰会海口站”活动,围绕产业数字化、科技促消费、数字乡村等话题探讨海南自由贸易港数字化发展。

此外,海南省相关部门、市县、园区、海南日报等媒体,将围绕行业推介、消费创新、旅游零售、跨境电商、健康产业等消费话题开展交流推介等特色活动。

(海南日报)

会展资讯

广州国际跨境电商交易博览会开幕

6月30日上午,由广东省商务厅指导,广东省电子商务协会、扩展集团主办,上海扩展展览服务有限公司承办的ICBE2022广州国际跨境电商交易博览会暨广东省跨境电商综试区发展高峰论坛(简称“ICBE跨交会”)在广州琶洲保利世贸博览馆开幕。

ICBE跨交会首开跨境电商行业展览先河,多年来深耕跨境电商行业,展会每年举办两届,春季在广州,秋季在深圳,“平台优势+地域优势+政策支持”使得展会规模得以迅速扩大,发展至今已成为行业兼具规模化和广泛影响力的品牌连锁展会,成为越来越多跨境电商行业企业不可或缺的优质合作伙伴。

本届展会以“甄选源头精品优淘全球好货”为主题,汇聚跨境优质产

品出海现场答疑解惑;物流、软件、通讯、银行、财税、支付平台、培训机构等头部跨境电商服务商莅临,助力传统外贸企业转型升级,为产品出海保驾护航。

ICBE吹响下半年跨境电商行业发展冲锋号

本届ICBE跨交会现场汇聚众多跨境优质工厂,跨境热门品类集中呈现,涵盖家居用品、日用百货、3C电子、母婴玩具、户外用品、宠物用品、家用电器、灯饰五金、礼品文创等众多爆款品类,为跨境电商行业提供一站式选品方案,进一步激发市场主体活力。展会现场,跨境热门产品琳琅满目,前来选品的卖家络绎不绝,从侧面反映出跨境电商行业发展的良好态势。

跨境知名平台悉数到场,为产

品出海现场答疑解惑;物流、软件、通讯、银行、财税、支付平台、培训机构等头部跨境电商服务商莅临,助力传统外贸企业转型升级,为产品出海保驾护航。

21个地市级跨境电商综试区企业组团亮相展会

ICBE跨交会植根华南跨境电商行业发展沃土,深耕跨境电商行业多年,展会的举办得到了广东省21个地市级分管部门的大力支持,为广东省21个跨境电商综试区之间相互交流、发展经验分享、发展成果展示发挥了至关重要的纽带作用。本届展会惠州市、中山市、梅州市、汕尾市、清远市等跨境电商综试区企业携区域特色产业新品组团亮相展会,全面展示综试区优秀发展成果。

三天近百个跨境热门议题分享 全方位聚焦行业热点难点

6月30日上午,广东省跨境电商综试区发展高峰论坛在广州琶洲世贸博览馆6号馆成功举办,中山大学研究员、华南理工大学研究生导师李贤军博士、南北软件副总裁李叶胜、亚马逊全球开店大客户拓展及运营总监潘琪分别就跨境电商行业发展趋势、数字化赋能跨境电商发展及2022年亚马逊全球开店新政策解读等方面进行了精彩的主题演讲。广州、惠州、中山、珠海跨境电商综试区代表对综试区发展成果及发展经验作出精彩分享。

此外,展会同期还举行TikTok&社交电商专场峰会、亚马逊专场峰会、B2B海外营销专场峰会等专题活动。

(南方网)

中国国际旅游交易会本月在昆明举办

记者近日从云南省文化和旅游厅获悉,2022中国国际旅游交易会将于7月22日至24日在昆明滇池国际会展中心举办。本届交易会由文化和旅游部、中国民用航空局、云南省人民政府共同主办,各项筹备工作正在有序推进,防疫工作将贯穿始终。

本届交易会围绕新时期推进文化和旅游产业高质量发展的总体要求,聚焦新形势下旅游市场发展的新趋势、新特点,推进旅游市场整体复苏和持续成长,进一步激发文化和旅游消费潜力。

本届交易会展示内容丰富,展览

方式多元。交易会展览面积约7万平方米(约2500个标准展位)。线上线海外参展、参会国家及地区预计70余个,国内参展省(区、市)31个,参展文旅机构、企业200余个。

交易会现场将设置文化和旅游形象展示区、健康生活目的地展区、文化旅游展区、文化和旅游消费展区、国内各省(区、市)文旅形象展示区、国内文旅企业展区、文博展区、智慧旅游展区、旅游新业态展区、海外旅游展区等。本届交易会在保持历届线下交易会经典场景的基础上,将以“线上展览+活动直播+线上洽谈”的方式,全

方位多角度展示文化和旅游新产品,方便公众参观及游览。

围绕当前旅游市场发展的新趋势、新特点,本届交易会创新办展方式,呈现新亮点。一是突出科技赋能,首次举办智慧旅游创新发展论坛,专门设置智慧旅游展区展现行业中的新技术和新应用;二是展区设置场景化,展区以产品业态展示为主;三是创新办展模式,做到展中有会、会中有展、展会合一;四是线上线下有机融合,实现全球买家线上视频、语音、对话无障碍交流;五是新增文博展区,故宫博物院、国家博物馆等国家级文博单位和

陕西省博物馆、河南省博物馆、武汉市博物馆等一批著名省市级文博单位和企业意向参展。

会期活动丰富,包括云南文化和旅游推介会、开馆仪式、巡馆、智慧旅游创新发展论坛、中老铁路助力亚洲命运共同体建设高峰论坛、各省(区、市)旅游产品推介会、各类舞台节目表演等。此外,还将举办重大文旅项目推介招商签约仪式,国内外知名文旅投资、金融等机构将参会,一批成熟务实、前景较好的合作项目将在会期签约。

(云南日报)

观点

创新展会服务 推动外贸保稳提质

5月17日,国务院办公厅发布的《国务院办公厅关于推动外贸保稳提质的意见》(以下简称《意见》),进一步细化了国务院常务会议上提出的对线上展览和境外参展的改良。由此可见,在促进外贸出口上,展会平台仍不可或缺。

遭受新冠肺炎疫情冲击后,借助数字经济的发展,展会服务模式发生改变。为此,笔者对展会服务模式创新的现状和改进进行了观察与研究,藉此与业内人士探讨。

首先是线上展览。自2020年3月,德国科隆五金展成为首个被按下“暂停键”的展会,至此,所有境外展会停摆。2020年3月18日召开的中央政治局常务委员会提出,“创新招商引资、展会服务模式,保障各类经贸活动正常开展”,当年春季广交会首次在线上举办。除2021年秋季广交会回到线下举办外,线上广交会已举办四届。国务院常务会议提出的“优化广交会等平台服务,加强与跨境电商联动互促”,以及《意见》提出的“加快广交会等展会数字化、智能化建设,加强与跨境电商平台等联动互促”,都对线上展会提出了改进意见。

在线下实体展无法举办的情况下,线上展无疑是联系供需双方的一个途径。笔者于2020年5月参加了浙江省商务厅举办的浙江出口网上交易会(韩国站——五金机电专

场)。参与国外买家邀约工作的是合作多年的韩国五金采购商协会。当时笔者在接受媒体采访时提出,线上展也是展览的一种形式,需要按照展览的规律去办,首先就是要办专业的线上展会。此外,主办方自有客户资源比线上平台技术更重要。主办方需要具有多年自办专业展的客户资源即私域流量,或者与国外专业商协会有长期的友好合作,而不是依靠购买的客户资料,因为这样的客商不可能在办展期间配合按时参与各项活动。

线上展的客商邀请要比实体展精准,必须提前将参展商信息与买家多轮对接,以确保开展期间实现采供双方精准对接。针对企业反映出的线上展效果不佳的情况,《意见》提出的“优化创新线上办展模式,聚焦重点国别、优势产业、特色区域打造国别展、专业展、特色展,帮助企业用好线上渠道获取更多订单”是提升线上展的重要方向,跨境电商作为买家参与也是很好的选择。

其次是代参展。《意见》关于“支持中小微企业以‘境内线上对口谈、境外线下商品展’等方式参加境外展会”,是针对当前境外展会已恢复举办但在国内参展人员暂时出不去这一情况,代参展优于以往纯线上参展模式。

企业在境外展会上设有展位,并有运送出去的展品陈列,买家能看到和接触到展品,可以通过视频方式和展商交流。相比纯线上展,这一模式有了较大进步,缺陷是参展企业人员无法与买家面对面交流,且组织方工作人员大多对展品不熟悉,还需要同时照顾几个展位。此外,代参展的成本也比较高。不可否认,代参展比较适合轻纺消费类行业,大型机械类和技术要求高的展会很难实现代参展。参展商也要提前将资料与买家对接才能取得较好效果。

在笔者看来,随着境外展会恢复,企业在代参展时应选择参加国际知名的专业展会,而不是仅有国内企业参加的“自办展”。因为这类展会没有国外展商,仅是国内展品展示,形成不了一定的人流量,代参展效果因而较差。

这里分享一个案例。笔者联系过美国一个知名服装展。该展去年开始恢复线下实体展,就有国内企业以代参展形式参加。今年2月,该展重复参加的展商占比较高,国内需代参展的企业增至百余家。在疫情发生前,我国在纺织服装类出口方面和印度、越南等国家竞争激烈;疫情发生后,国内生产恢复得早,订单纷纷回流。如今,印度、越南等国的企业积极参展,总量占据

优势。所以,代参展虽然和实际参展有差别,很多企业为保出口仍然参加,有些企业甚至全自费参加。近期,浙江省商务厅和有关部门及时出台了相关扶持政策,这对外贸保稳提质有较大推动作用。

疫情发生后,我国是会展业最早开始恢复举办线下实体展的国家。2020年4月30日,湖南汽车展在长沙开幕。这是疫情发生以来全球举办的第一个线下实体展会,对全球会展业产生了较大影响,提振了行业信心。后续全国各地恢复办展。当年9月初,服贸会开启了北京展会的线下复苏。9月中旬,上海工博会的展览面积达到24.5万平方米,参展企业超过2000家,集结了物联、数联、智联三位一体的制造业全产业链。受境外疫情影响,与疫情前的2019年相比,展览会数量和规模均下降44%,国际化程度虽然很低,但在国际上仍然名列前茅。2021年,办展的数量基本持平,办展面积有一定增长。

实践证明,线上展是非常时期线下实体展无法举办的补充,无法取代线下实体展会的功能。

至于加快线下实体展的恢复,笔者建议各地政府在做好疫情防控的前提下,促进展会应开尽开,从而带动经济更好更快地发展。

(李保尔)

天津发布会展业三年行动方案

天津在打造中国北方国际会展中心城市上又迈出了实质性的一步。近日,天津市商务局发布《天津市推动会展业发展三年行动方案(2022—2024)》(以下简称《行动方案》)。记者注意到,《行动方案》明确高水平建设国家会展中心(天津)项目,确保二期展馆区今年年底投入使用。

作为商务部和天津市政府合作共建的国家级会展中心项目,国家会展中心(天津)被看作是天津发展会展业必不可少的重要一环,将提升天津会展场馆承载能力。天津也在加快推进国家会展中心(天津)周边酒店、餐饮、商业零售、商务办公等综合服务设施建设,进一步盘活现有存量空间载体,推动会展商圈建设。

打造会展产业集聚区

《行动方案》显示,天津将推进《天津国家会展经济片区规划》中提到的片区建设。与此同时,发展会展专业服务和周边产业,提升对会展产业的配套支撑。

按照《行动方案》,到2024年,天津将加大引进培育会展市场主体的力度,通过以产业集聚带动周边配套服务设施投资,推动会展产业与先进制造及旅游、文化、体育等多个产业融合发展。

据记者了解,在《行动方案》发布前,天津方面已将筹建天津展览集团纳入会展业发展战略。《行动方案》明确,天津展览集团将以国资控股方式实现市场运作。作为策展、引展、办展的战略支撑,天津展览集团承接各类政府主办展会,提高展会市场化、专业化水平。

《行动方案》还提出,探索成立天津会展股权投资基金,重点投资成熟展会项目、展会运作团队和高成长型企业。

《行动方案》支持天津津南区、东丽区依托双城间绿色生态屏障,促进海河中游经济带商旅文体联动建设,发展特色会展休闲度假区。支持西青区、河西区依托梅江会展中心,集聚国际高端消费资源,推进集餐饮零售、特色休闲、文娱健身等业态的特色商圈建设,打造都市文娛购游活动目的地。

优化会展营商环境

根据《行动方案》,在2022至2024年期间,天津将筹划举办国家级展会项目。同时,提升已有的“世界智能大会”国际化水平,支持中国国际矿业大会、北方国际自行车展、碧海刀具展等现有品牌展会项目做大做强,以此提升天津会展品牌的影响力。

此外,申办全国性行业展览和会议活动落户天津,在提升天津“重点产业有代表性展会”的同时,实施“会展+产业”招商专项行动,借助展会平台拓展企业资源、推进项目落地。

天津方面表示,将优化举办会展全流程审批,推出举办会展线上“一件事”服务。同时明确推进办展降费,并承诺完善收费机制,明确安保、电检等管理职责要求和收费标准,降低企业在津办展参展成本。

天津方面强调,将按照“服务业扩大开放综合试点总体方案”,允许展会展品提前备案,以担保方式放行,展品展后结转进入保税监管场所或海关特殊监管区域予以核销,支持车辆等展品依法留购并给予展示交易便利。实施展会嘉宾、客商进出境便利化服务措施,提高展品出入境通关效率。

会展促多元业态融合

业内人士认为,天津在“打造中国北方国际会展中心城市”同时,加快了“国际消费中心城市”建设。

记者了解到,天津市商务局近期发布的《天津市人民政府办公厅关于加快推进夜间经济发展的实施意见》(以下简称《实施意见》)中明确提出,聚焦建设国际消费中心城市打造地标商圈,鼓励各商圈在节假日、重大赛事、会展活动等节点延长经营时间,配套开展小型歌舞、时尚展览等夜间消费体验活动。

《实施意见》显示,支持鼓励多元业态发展,逐渐形成食、游、购、娱、体、展、演等多元化夜间消费市场,引入沉浸式、娱乐式、互动式、沉浸式业态。

天津近日印发的《第二届海河国际消费季企业参与指南》显示,为落实“稳经济35条”措施,帮助企业搭建形式多样的促销平台,商家可参与616津购节、首届天津新品首发节等活动。

《行动方案》提出,鼓励会展企业开发会展大数据服务平台,推动传统会展项目数字化转型,支持线上线下会展融合发展的同时,助力统计体系建设,如采集以专业展览、会议论坛、文体节庆活动数量规模、经营状况为主要内容的数据库,加快会展产业分析和运用,为天津会展高质量发展提供有力支撑。

(中国贸易报)

图上看展

未来交通新产品展示出行新趋势

随着科技不断进步,众多企业逐渐开始对未来出行场景展开思考并投入相应研发。近日法国、德国和中国企业在法国“科技万岁”科技创新展览会上展示的未来交通新产品引人注目,让人们能更直观看到未来出行新趋势。

高静摄



图为6月15日在法国巴黎举行的“科技万岁”科技创新展览会上拍摄的德国沃洛科普特公司的纯电动直升机。



图为6月15日在法国巴黎举行的“科技万岁”科技创新展览会上拍摄的由中国中车旗下中车时代电动汽车股份有限公司制造的自动驾驶客车。