

新增政府展区 供需两端发力

体博会推动体育资源跨区域交互

政府展区作为9月16日至19日举办的2022中国国际体育用品博览会(以下简称“2022中国体博会”)的新增亮点,将备受业内关注。2022中国体博会的政府展区不仅呈现我国多地体育产业发展成果,还将结合各地区的体育产业特色,以展品推介、技术交流、会议活动等方式推动体育资源跨区域交互。

推动“制造”向“智造”转型

一直以来,“厦门造”在中国体育用品制造业都具有一定影响力,近年来,厦门市体育局以及相关政府部门也在蓄力让“厦门造”加速“走出去”。

作为亚洲最大的健身器材生产、出口基地,厦门市有奥佳华、钢宇、朗美、群鑫、康乐佳等一批知名的体育器材制造企业。安踏、特步、匹克等国内知名体育品牌总部汇聚于此,也形成了规模庞大的运动鞋服产业聚集区。一批赛事类运营企业近年来落户厦门,积极拓展“体育+旅游”“体育+教育”“体育+时尚”等跨界融合业务。

参展2022中国体博会,厦门市体育局打造的厦门展团将以“厦门之门·体育名城”为主题,展位将呈现“厦门造”从“制造”向“智造”的转型之路。厦门展团展位将设置AI、VR体验等科技感十足的互动内容,覆盖运动健身器材类、运动鞋服类、赛事运营类、运动休闲类等品类。超过40家当地代表企业将联手展现厦门体育产业发展成果,科技企业也将带来最新的体育科技产品,让参展观感受行业发展的新潮流。

盘活体育旅游投资风口

在2022中国体博会政府展区,宁夏展团将把西夏区如画般的景色搬至展会现场,展现出宁夏颇有潜力的体育旅游新态势,寻求与不同地区的商协会、企业合作的机会,实现“让体育旅游特色产业多点开花”的目标。

期间,宁夏展团将结合西夏区的体育旅游特色资源,推进“体育+旅游”的多元发展模式,就打造贺兰山东麓体育运动休闲产业发展格局与各方展

开合作。宁夏将以休闲极限运动体验馆为主体,以房车营地、帐篷营地、户外运动场为辅翼,打造西夏区贺兰山东麓体育产业中心区;打造四条骑行徒步环线串连贺兰山东麓体育产业重点项目;打造贺兰山东麓的登山区、滑雪区、滑冰区、休闲放松区、户外体验区、户外极限运动区六大功能区,融合多种要素,丰富贺兰山东麓体育旅游休闲带功能。

此外,宁夏展团还将从群众需求出发,推出以“贺兰山户外运动季”“西夏区冰雪运动季”两大品牌活动为代表的多项体育赛事活动,以增强大众对西夏体育旅游的认知。

外引内联捕捉市场信号

近年来,河北定州展团在体博会平台凭借技术创新、品牌打造、生产变革等话题成为热点。

在2022中国体博会上,定州展团将继续推介定州体育用品集群的前沿设计、新技术成果,同时聚焦行业的市场生

态环境,寻求新的合作机会,促进产业链拓展延伸,把握最新市场行情,推动“体育定州造”跨区域外引内联。

定州展团将在本届体博会打出“一展、一推、一会、一考”的“组合拳”,通过打造定州体育产业政府展区,召开定州市体育产业招商推介会,举办定州体育产业对接会,组织厦门特色体育产业项目考察,培育引进对接项目,加快定州市体育用品产业集群的改造步伐,全力打造区域品牌,加强高端人才引进,推进营销体系建设。

值得一提的是,定州展团将发布定州市体育用品产业指数。作为我国体育制造业的重要生产集群,定州的“体育产业指数”对于反映中国体育制造业内外双循环“晴雨表”极具参考价值,这也是2022中国体博会定州展团备受关注的重要原因。

多角度呈现体育产业发展新风貌,推动体育资源跨区域交互,2022中国体博会创新打造政府展区,从供需两端发力,为体育产业高质量发展蓄力。

(中国体育报)

亚欧博览会塑造新疆发展新动能

中国一亚欧博览会(以下简称“亚欧博览会”)执委会秘书处日前发布公告称,第七届亚欧博览会将于9月19日至23日在新疆国际会展中心举行,并首次以“线上+线下”模式举办。

记者从亚欧博览会组委会了解到,广东省、浙江省为本届博览会主宾省,这是亚欧博览会首次设立主宾省。

升级同期活动规格

亚欧博览会组委会相关负责人说,本届亚欧博览会在线下设置主会场,利用线上会议平台和网络直播等方式同步举办“云会议、云展览、云洽谈、云直播”,以此实现多方在线交流、推介、座谈、发布及对接。

本届亚欧博览会实现多个“首次”:首次举办天山论坛,这是主论坛,将成为中国与丝绸之路经济带沿线国家高层外交的新名片;首次举办丝绸之路经济带核心区发展高峰论坛,这是本届博览会的智库峰会;首次举办数字经济论坛,与会各方围绕加强数字丝绸之路、数字中国、数字新疆等方面开展交流合作;首次举办区域全面经济伙伴关系(RCEP)与陆海新通道论坛,推动“一带一路”交汇

发展,促进新疆发挥好交汇发展的重要枢纽作用,实现更大叠加效应;首次举办丝绸之路健康论坛暨第三届“一带一路”院士高峰论坛,邀请专家就“共筑抗疫堡垒 共建健康丝路”“公共卫生与全球健康”等话题开展研讨;首次举办中国—上海合作组织电子商务国际合作高峰论坛,助推新疆与上海合作组织国家电子商务合作又好又快发展。

值得一提的是,中国贸促会和新疆维吾尔自治区政府首次主办2022年中国(新疆)—哈萨克斯坦企业家论坛,进一步促进中哈企业家深层次交流合作,推动合作共赢。

此外,科技合作论坛推动实施“一带一路”科技创新合作行动计划,促进丝绸之路经济带核心区文化科教中心(科技中心)建设。丝绸之路经济带环阿尔泰山次区域经济合作国际论坛,以次区域合作撬动中蒙俄经济走廊建设。

力促区域合作提速

本届亚欧博览会展览规模达9万平方米,较上届增加了近30%,设置投资合作展区、国际及港澳台展区、商品贸易展区同步线上展览。其中,商品贸易展区

包括数字化及高新技术装备、公共卫生和医疗、文化旅游体育产业、能源产业、绿色建筑建材、农产品食品、纺织品服装、机械设备及专用车辆等八个展览题材。

亚欧博览会期间将举办30场贸易投资专场推介活动。其中,2022新疆图书展汇聚了百余家图书集团和出版公司,参展书目上万种,加快中国与丝绸之路经济带沿线国家文化交流。全国对口援疆农产品交易专场将推动农业产业化发展。

为进一步降低新冠肺炎疫情带来的不利影响,本届亚欧博览会通过境外委托参展、代展等多种方式,广泛邀请世界各国的机构、企业参展参会。博览会设置国际及港澳台展区,包括主宾国专区、国家和地区形象专区,RCEP区域商品专区、跨境电商专区、世界名酒专区及各国(地区)特色商品展等形式,同期举办9场境外投资贸易促进推介活动,充分发挥博览会经贸交流合作平台作用,并通过信息化技术进一步促进经贸合作。

此外,亚欧时装周将展示新疆文化元素的时装,促进国内外时装行业的交流合作。

优化资源配置平台

“会展业位于现代服务业产业链的前端,是经济发展的风向标和重要动力,也是资源优化配置的重要平台。”亚欧博览会组委会相关负责人表示,当前,新疆会展业通过打造线上展会新平台,“线上线下双线”办展融合发展模式转型升级。新疆商务厅鼓励新疆各地政府主办的线下展会推广“云展示”“云对接”“云洽谈”“云签约”,提升展示、宣传、洽谈效果,发挥示范、带动、辐射作用。

新疆积极探索通过展览会挖掘市场需求和潜力,助力当地经济高质量发展,帮助企业拓宽发展空间和市场空间,了解自身的市场潜力。亚欧博览会通过行业论坛、讨论会等形式,进一步帮助企业快速了解行业发展趋势,形成行业的桥梁和纽带,促进行业发展。

亚欧博览会一手打造“互联网+”的数字展会运营方式,一手加快跨地域、跨文化、跨语言的办会模式,以实现广泛性和传播性的新要求,以此推动新疆融入共建“一带一路”,提升对外开放层次、创新开放型经济体制,塑造发展的新动能、新优势。

(兰馨)

图上看展

中国(宁夏)国际葡萄酒文化旅游博览会开幕

第二届中国(宁夏)国际葡萄酒文化旅游博览会9月7日在银川市闽宁镇开幕。期间,将以“线上+线下”的方式,举办宁夏贺兰山东麓是目前全国最大的集中连片酿酒葡萄产区,2021年,国家葡萄及葡萄酒产业开放发展综合试验区落户宁夏。



葡萄酒展销会现场参展嘉宾正在品尝葡萄酒。

于晶/摄



第二届中国(宁夏)国际葡萄酒文化旅游博览会开幕现场。



贺兰山葡萄酒音乐会·青铜峡之夜现场。

李瑶/摄

记者从农业农村部农业贸易促进中心了解到,第七届中国国际食品及配料博览会暨首届中国国际预制菜产业博览会(以下简称“食博会暨预博会”)将于11月11日至13日在位于东莞的广东现代国际展览中心举办。

据了解,食博会是农业农村部农业贸易促进中心主办的国际性食品配料领域专业展会,集中展示农食行业的新技术、新产品、新品牌、新成果,是行业信息交流、产品展示交易、开拓

易前景广阔。预制菜贸易有望成为提升出口农产品附加值、带动原材料标准化生产、促进农产品精深加工行业发展的有力抓手。

与此同时,预制菜产业面临中餐工业转换难度较高,消费者接受程度有限、企业规模小而分散、缺少行业标准、品牌知名度较低等问题,行业发展迫切需要综合全面的引领。

今年以来,农业农村部农业贸易促进中心精准把握我国预制菜产业新

表处、WFP中国办公室、丹麦农业与食品委员会、香港贸易发展局、德国农业协会、日本农业国际交流协会、中国墨西哥商会、阿联酋农产品批发市场等组织及机构的支持。

展会将设置各省展区、预制菜展区、国贸基地展区、服务贸易展区、机械及技术展区、国际展区等六大展区,全面展示优质特色农食产品及预制菜、食品机械设备、仓储物流、信息咨询、金融保险、检验检测等。知名农食

第七届食博会暨首届预博会定档11月

国际市场的平台。

今年,食博会将结合农食行业发展趋势,同期举办首届预博会,着力打造预制菜产业旗舰展,助力农村一二三产业融合发展,促进乡村产业升级和农业高质量发展。

近年来,随着冷链物流、连锁餐饮的快速发展,特别是因疫情居家用餐的兴起,预制菜受到市场青睐,带动了上游农业种养、中游农食加工、下游物流餐饮等全产业链各环节发展,受到地方高度关注。广东、山东、重庆、山西、河南、浙江等省市今年通过举办活动、出台政策、建设园区等方式推动预制菜产业。

预制菜在初级农产品中融入烹饪技巧和饮食文化,形成独特的国际竞争优势,满足海内外消费群体对正宗中餐的需求,具有巨大的消费潜力,贸

易动态,敏锐判断预制菜贸易潜力,率先围绕预制菜产业开展系列活动:明确将推动预制菜产业发展列入“十四五”农业贸易规划;联合广东农业农村厅举办“中国味道·粤品粤香”预制菜推广月活动;支持广东、山东等地开展预制菜推广活动;指导成立中国预制菜产业联盟;积极筹办首届预博会。

恰逢2022年全国食品安全宣传周,食品安全是消费者的重要关切,也是预制菜产业高质量发展的必要条件。第七届食博会暨首届预博会期间将举办系列专业论坛和活动,邀请业内人士就预制菜食品安全、行业标准等热点话题开展研讨,推动行业加强自律、规范行为,以此共同提升预制菜产业安全水平。

该展会是目前唯一的国家级预制菜专业国际展会,得到了FAO中国代

表处、WFP中国办公室、丹麦农业与食品委员会、香港贸易发展局、德国农业协会、日本农业国际交流协会、中国墨西哥商会、阿联酋农产品批发市场等组织及机构的支持。

展会将设置各省展区、预制菜展区、国贸基地展区、服务贸易展区、机械及技术展区、国际展区等六大展区,全面展示优质特色农食产品及预制菜、食品机械设备、仓储物流、信息咨询、金融保险、检验检测等。知名农食

德国柏林国际消费电子展聚焦智能生活

中国企业携最新产品和技术亮相

9月6日,为期5天的2022年德国柏林国际消费电子展落下帷幕。今年展会全面恢复线下举办,共吸引来自46个国家和地区的1100多家展商参展。其中,250多家中国展商参展,占展商总数约1/4。本届展会展出大量智能家居产品,各大展商针对市场需求发布了许多更智慧、更灵活、更个性化的产品。

智能家居产品吸引眼球

柏林国际消费电子展是全球消费电子和家用电器领域的重要展会,被视为行业发展的风向标。展会组织方负责人莎拉·瓦内克表示,过去两年,出于疫情防控需要,消费电子领域出现增长,居家办公、学习、娱乐以及烹饪设备需求尤其旺盛,预计未来消费者将追求耗能更低、更耐用、更智能的产品。

大量智能家居产品吸引眼球。在德国博世集团的展位,一块智能厨房显示终端吸引了众多观众。现场工作人员介绍,这款产品可通过语音或手势进行控制,这意味着无需触摸即可打开各类食谱应用程序,用户可以边听食谱教学边烹饪。该终端还可以与冰箱等智能家电相连,方便打开冰箱和管理食材。

情绪照明也是智能家居的一个亮点。来自意大利的“闪耀”公司研发了一款LED发光瓷砖,8块瓷砖可以根据用户想法随意拼贴,并通过应用程序呈现像素艺术画或多种彩色光,不但能充分发挥用户的创造力,也有助于调节心情。德国著名音响制造商Nubert开发了一款吸顶式音响LED灯,不但可以大幅提升室内音响效果,还兼具照明功能。

韩国LG公司首次展示了97英寸OLED(有机发光显示屏)电视,这是目前全球最大尺寸的OLED电视。三星、TCL等制造商也纷纷聚焦大屏电视。

节能环保主题备受关注

展会上,节能环保主题备受关注。联合国的一项研究显示,当今住宅碳排放约占全球二氧化碳排放量的20%。根据施耐德电气2021年进行的一项调查,超过一半的消费者希望将家庭二氧化碳排放量降至零。在今年能源成本上升的背景下,节能环保更加成为消费者关注的重点。

组织方特意在20号展厅搭建创新展区,汇集了来自19个国家和地区的182家展商,通过展示最新技术趋势,向观众呈现技术如何改变消费者日常生活,资源友好和碳中和的生产方法、可修复性和回收利用是突出议题。

德国弗劳恩霍夫研究所的展位重点关注循环经济。该机构以智能手机和平板电脑为例,通过视频互动,向观众展示废弃电子产品对环境的影响,并提出制造可回收产品的方案。

这一想法在诺基亚手机展台已经部分成为现实。诺基亚推出的新款手机重点关注设备可持续性:手机使用100%回收金属制成,塑料部分则使用了65%的回收材料。来自法国的一家公司推出了出租各种电子设备的服务,不仅节省了消费者的购置资金,还减少了二氧化碳的排放。

德国初创企业“绿色柏林”专注室内园艺,其研发的智能迷你花园特别适合改善大城市小户型公寓的居住环境。展台工作人员介绍,凭借高效节能的LED照明和传感器,这款产品可以确保室内绿植的高存活率。

中国展品贴近消费需求

本届展会上,海尔、TCL、华为、荣耀、阿里巴巴等中国企业携最新产品和技术亮相,相关产品和技术突出了互联、可持续发展、智能生活等特点,十分贴近消费者需求。

在海尔智家3700平方米的展厅,产品被安置在各个生活场景中,带给观众全场景式智慧生活体验。在智慧客厅里,启动电视“观影模式”,系统会联动操作音箱、灯光、空调等设备,将环境调节至适宜观影的状态,充满了科技感。

荣耀首次亮相了三款全新的手机、平板电脑等产品,三款新产品都将于未来几周内将在欧洲上市。荣耀还联合德国汉堡旅游局,在展会推出“通向未来之路”项目,主要通过增强现实技术与人工智能技术,让观众沉浸式体验世界文化遗产德国汉堡仓库城。针对日渐增长的运动健康消费需求,荣耀与医疗机构、科研机构合作推出有关健康平台,使用者通过智能穿戴设备,可以获取健身数据、健康指导、医疗指南等服务。

德国徕卡公司与中国海信集团联合开发的激光电视备受业界瞩目。徕卡公司首席执行官马蒂亚斯·哈施表示,此次与海信强强联合,是徕卡布局激光电视新业务版图的重要举措,将为双方进一步拓展激光电视业务奠定基础。

户外露营市场的扩大助推了移动电源需求增长。在正浩创新展台前,巨大的太阳能板吸引了很多观众,搭载的智能追踪系统可提升30%的充电效率。公司最新推出的户外移动电源,仅需50分钟就可充电至80%,充满仅需80分钟,可满足电磁炉、电饭煲、电烤箱、电吹风等大功率电器的户外使用。在今年7月的亚马逊网站促销季期间,正浩创新获得欧洲户外电源品类销售第一名。

(人民日报)