轻工特色展会

新技术、新理念、新产品

今年眼镜业首展聚焦“设计之美”

本报讯（实习记者 **解 磊**）4月1日—3日，第二十一届中国（上海）国际眼镜业展览会（以下简称“SIOF2023”）在上海世博展览馆举办。记者从主办方中国眼镜协会了解到，本届展会面积超过7万平方米，参展商达700余家，其中国际参展商近160家，来自18个国家和地区，展出国际品牌284个，全面展示了眼镜行业新技术、新产品、新模式以及在眼健康领域的最新成果。

中国眼镜协会相关负责人告诉记者，SIOF2023在原有展出形式基础上继续创新升级，展现出了全新的、多样化的展会风貌。本届展会首次在北广场入口处设置主题艺术装置，通过光线折射，模拟不同“视”界的光影效果，通过独具科技感的色彩语言诠释“未来”。同时，展会现场还有“视空隧道”光影展、等众多打卡点和活动，为观展者提供了更多元的观展视角。

在贸易对接方面，本次展会首次举办境外线上贸易对接会，通过“移动互联网+数字化技术+视频化”的展示形式，将线下资源引流至线上，实现了外贸交流从“面对面”到“屏对屏”的进阶，开辟了境内外企业沟通新渠道。

眼镜设计也是本届展会的亮点之一，上述负责人表示，“设计番”和“卯尚”两大设计师组团展出面积达1370平方米，42位设计师的70个原创品牌、3000件最新专利产品以及近万件新款眼镜，通过“国潮+复古”“时尚+个性”“科技+创新”“开放+狂野”4大主题展现眼镜设计之美。

本届展会上，由中国眼镜协会指导、《中国眼镜科技杂志》主办的2021—2022年度中国眼镜行业“星光奖”颁奖典礼在展会首日举办，通过弘扬、表彰行业的优秀品牌，树立行业的企业典范，助力中国眼镜行业创新与变革，推动行业持续高质量发展。展会期间，主办方还同步推出了多场精彩的讲座及论坛，涉及近视防控最新进展、各国近视防控政策比较、全民视觉健康、镜架及镜片品牌新品发布等诸多主题，内容丰富且详实，观展者可进一步了解眼视光前沿技术和行业发展趋势。

中国眼镜协会相关负责人表示，2023年是全面贯彻党的二十大精神的开局之年，眼镜行业将坚持以高质量发展为主题，全面推进行业质量提升、品牌培育、创新驱动、转型升级，努力塑造全生命周期眼健康服务新生态。本次展会以“融合、创新”为主题，内容更加丰富、形式更加新颖，对于进一步展示眼镜行业最新发展成就、提振行业发展信心，必将产生积极而深远的影响。“随着前沿眼视光技术的不断发展、大众视力健康理念的持续提升，作为眼镜行业今年的第一展，SIOF2023既是一个开始，更是一个契机，它彰显了眼镜行业的融合创新，也寓意用新技术、新理念、新产品，通往更好的未来‘视’界。”该负责人说。

第十五届中国北方（平乡）国际自行车童车玩具博览会举行，中国自行车协会表示：

全力支持平乡“自行车名城、新文旅之乡”的发展定位

本报讯（记者 **史晓菲**）3月下旬，第十五届中国北方（平乡）国际自行车童车玩具博览会（以下简称“童博会”）举行，1500多家企业参展，万余家采购商、经销商齐聚平乡，共话发展，共商未来。本届博览会由河北平乡县人民政府主办，中国自行车协会、中国玩具和婴童用品协会、河北省自行车电动车行业协会给予大力支持。本次展会面积约6万平方米，分南北馆两个展区，共2750个标准展位，客商及观展者流量约10万人次。

自2014年创展以来，童博会累计交易额超450亿元，已成为中国北方最大的自行车童车专业展会，形成了“产业支撑展会、展会促进产业”的良性循环。据统计，河北平乡现有自行车童车玩具企业2600余家，从业人员约10万人，年产自行车童车共计1.45亿辆，其中童车产量占国内市场的50%、国际市场的40%，产品远销欧盟、非洲、南美洲、东南亚、中东的60多个国家和地区。

据介绍，这次展会共有两个显著亮点：一是规模大，是自举办以来最大的一次展会；二是参展的新品多，来自国内外知名企业、主要产区展团集体亮相，参展产品涵盖自行车、童车、智能电动玩具、三轮车、平衡车、安全座椅、儿童用品、生产设备及零配件等各类产品，同时还涵盖物流、信息软件、品牌设计、产品研发等专业展区，涉及面较往年更为广泛。

展会期间，平乡县举行了招商选资推介会暨重点项目集中签约仪式。来自国家级行业商（协）会和省市政府部门，各省市自行车、童车、玩具、母婴等行业协会的160余人参加招商选资推介会，签约8个重点项目，协议总投资36.9亿元。中国自行车协会副理事长霍晓云表示，这次推介会是平乡县进一步改革、开放、发展的展示会，也是企业创业立业、政企合作共赢的推进会。她强调，中国自行车协会将全力支持平乡“自行车名城、新文旅之乡”的发展定位，以行业科创优势赋能平乡自行车产业发展，以行业品牌优势助力平乡自行车产业提质，以国际互联互通优势助推平乡自行车产业融入世界贸易大循环。

洞察市场变化 引领行业致远

首届中国文房四宝市场发展论坛举办

本报讯（记者 **贾淘文**）第50届全国文房四宝艺术博览会暨第13届全国中小学生书画用品博览会近日闭幕，同期举办了首届2023中国文房四宝市场发展论坛（以下简称“论坛”），论坛主题为“洞察市场变化，引领行业致远”。

中国轻工业联合会执行秘书长、中国文房四宝协会理事长陈建国在致辞中表示，市场是文房四宝企业实现产品价值的最终平台，市场环境的规范与健康对企业生存发展至关重要。由于诸多复杂的原因，目前文房四宝市场的传统销售模式面临着多重压力，部分企业产品销量不振，假冒伪劣产品充斥市场，劣币驱逐良币，使消费者权益受到损害，市场环境亟待净化，整顿市场秩序势在必行。本次论坛通过文房四宝生产流通领域的高层决策者、专家学者和企业家的深入分析与交流研讨，为文房四宝行业在新互联网时代下健康发展提出应对措施与解决办法。举全行业之力，引导、促进文房四宝企业赢得更多市场份额，掌握更多市场竞争主动权，不断净化市场，增强大众对文房四宝产品的消费信心，促进行业更好地发展。

会上，中国文房四宝协会名誉会长、上海笔墨博物馆馆长、上海周虎臣曹素功笔墨有限公司董事长许思豪表示，文房四宝非遗项目在发展中要实现“五个结合”，即非遗技艺与旅游、文博、文创、研学、科技相结合，从而拓展更加宽阔的市场前景，既可以满足多方面、多层次的消费需求，又有利于优秀传统文化的传播，有利于文房四宝产品的应用，有利于非遗文化的传承、守正和创新。

据了解，今年3月，上海周虎臣曹素功笔墨有限公司全新打造的笔墨宫坊正式开馆，成为新近上榜的国家4A级旅游景区，也成为上海市又一文化新地标。笔墨宫坊将“非遗+文博”“非遗+旅游”“非遗+研学”“非遗+文创”“非遗+科技”充分结合，打造全新的国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地。

“非遗保留着传统文化的原生状态、延续着民族的生命记忆、蕴藏着民族的文化根源。笔墨宫坊将陆续开展各类体验活动，让大家更多地学习、了解非遗文化，让非遗手工技艺代代相传，使非遗变得更加触手可及。”许思豪说道。

中国文房四宝协会高级顾问、中国红星宣纸集团宣纸研究所原所长黄飞松提出，书画的前端是文房四宝行业，由于对文化艺术品市场整顿引来的连锁反应，使文房四宝行业中“正宗产品”处于一个发展中的拐点。文房四宝企业在市场上应加大正面宣传力度，着力打造出最好的品牌形象与优质产品，让从事文房四宝产业的手艺人以自己从事的职业为荣，不断为行业注入新的生命力，促使行业发展走得更远。

上海马利画材股份公司营销总监王翔提出，青少年的“陪伴经济”、老年人的“文娱经济”将成为文房四宝行业未来发展的突破口。一方面，企业要在产品的包装设计与产品组合形式上进行创新与改变，为产品增添更多的寓教于乐元素，让更多的消费者在书画学习与产品收藏的过程中感受到快乐。另一方面，企业还应开发更多跨界融合的社会资源，在与各地群众艺术馆合作、与社区兴趣教育机构合作、与教具产品企业进行配套合作等方面挖掘潜力，共同为中国书画爱好者提供更多学习与交流的平台。

中国文房四宝协会表示，未来，行业的发展要始终坚持以市场为导向、以创新为动力、以入会企业为主体，坚持文化传承和产业提升并重，创新发展与跨界融合并举，实现传统文房四宝产业与线上线下销售的深度融合，从而达到共同发展。

展会简讯

全国出国经贸展览呈恢复性增长态势

近日，记者从中国贸促会举办的例行新闻发布会上获悉，目前，全国出国经贸展览呈现恢复性增长态势，大多数出展项目招展情况好于预期，部分项目组展面积成倍增长。

据介绍，今年2月，全国贸促系统共签发出境ATA单证册578份，同比增长260.76%；相关ATA单证册涉及货值约1.57亿元人民币，同比增长195.53%；办证企业345家，同比增长279.12%。这表明近期赴境外参展办展的企业数量明显增多，各地企业赴海外拓展市场的热度持续升温。

今年以来，中国贸促会已完成首批出国举办经济贸易展览会项目申请519项，涉及全国50家组展单位赴美国、德国、法国、日本、泰国、巴西等47个主要贸易伙伴和新兴市场国家参展办展项目，近日还将启动今年第二批出展项目立项申请审核。

针对企业在出国参展过程中面临参展成本上涨、个别国家签证困难、参展不确定性增加等困难，中国贸促会主动与相关部委沟通协调，及时发布风险提示信息，召开特定国家出展行前会，帮助企业降低风险和不确定性。

中国贸促会将持续推进《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）等自贸协定推广实施，推进完善全链条、一站式、国际化商事法律服务体系，健全面向外贸企业的调研工作机制，及时收集反映外贸企业问题诉求并推动解决，积极研究开辟贸促领域新赛道、塑造贸促发展新优势，千方百计帮助企业抓订单拓市场。

（宗 文）

第133届广交会首批进境展品顺利入境

记者日前从广州海关获悉，第133届中国进出口商品交易会（广交会）迎来首批进境展品，主要为泰国产的剪枝机、冷风机、喷雾机等，适用于户外农业生产。该批展品自泰国运抵广州滘心码头，采用通关一体化模式向广州海关申报，办结通关手续后将运往展馆，为本届广交会前期布展打好头阵。

第133届广交会定于4月15日至5月5日分三期在广州举办，同时常态化运营线上平台，为展客商提供全天候在线服务。

据了解，本届广交会首次启用新落成的展馆D区，展览面积由原先的118万平方米扩大至150万平方米，增设工业自动化及智能制造等3个新展区和智慧生活等3个新专区，展区总数达54个，专区总数达159个，线下参展企业超过3万家，规模再创新高。其中，拥有制造业单项冠军、国家级高新技术企业等称号的优质企业超5000家，参展质量不断提升。预计本届广交会整体参展商品将达305万件。

数据显示，预计将有近40个国家和地区的500余家企业参加本届广交会的进口展。（中 贸）

4月成都拟举办重要会展活动共20个

为充分发挥展会活动在推动产业发展、激发消费活力、塑造城市品牌等方面的赋能作用，四川省成都市博览局梳理了4月20项重点会展活动。记者从成都市博览局获悉，4月成都拟举办重要会展活动共20个，其中展览活动10个、会议论坛10个。

按照举办层级来看，部级和国家行业协会举办的活动7个，省级层面举办的活动5个，市级层面举办的活动3个，企业主导举办的活动5个。从活动规模看，展览活动10万平方米及以上活动2个，5万平方米至10万平方米活动3个，5万平方米以下活动5个；会议论坛参会人数1000人及以上2个，1000人以下活动8个。

涉及产业来看，电子信息有3个，数字经济1个，现代交通3个，绿色低碳5个，大健康3个，新消费5个。这其中就有颇受关注的第108届全国糖酒商品交易会。其由中国糖业酒类集团公司主办，中粮会展（北京）有限公司承办，以“全国糖酒会 会天下美味”为主题，展会预计展览面积32万平方米，参展企业将超6500家。同期将举办CFDF全球食品创新大会、2023中国名优酒文化节暨中国酒业大会、全国糖酒会“家年华”系列活动等多场配套活动。

除此之外，4月还将举办第47届CCBE成都美博会、第三届公园城市论坛、第二届西部跨境电商博览会以及第九届西南（成都）国际汽车博览会暨新能源智能汽车展览会等一系列重大展会活动。

（成 文）

会展新说

线下实体展复展，线上展何去何从？

新冠疫情客观上刺激会展行业加快了线上展会探索与实践的步伐，“直播+”时代催生的线上展成为应急良药。2020年4月13日，商务部发布《关于创新展会服务模式培育展览业发展新动能有关工作的通知》，就加快推进展览业转型升级和创新发展、积极打造线上展会新平台作出指示，并鼓励各地细化线上线下展会扶持措施，制定专项支持资金，促进线上展会发展提升。

当下，线下实体展会纷纷复展，“报复性”参展红利开启。摆在各大展会主办方、组织方面前的问题，已从如何办好线上展更新为线上系统如何与线下实体展融合。对此，笔者有几点看法与业界探讨。

一是建立心理认知，培养用户习惯。主办方作为展会发起者，应首先认同线上线下融合办展模式，自上而下地将融合办展模式贯穿整个团队，从而影响参展商和专业观众。我国线上展会发展起步较晚且发展缓慢。新冠疫情发生前，我国大部分展会仅有展会官网来承担展会信息发布、宣传等功能，并没有成熟的线上展系统，少部分行业龙头展会开始学习国际先进展会，积极摸索线上展，将参展商名录提前进行展示并支持在线搜索，部分同期活动支持线上提前官网预约门票（但只停留在线上展会1.0版本）。笔者2018年作为专业观众参加美国IMEX展感受颇深：展前在线上系统填写了大量信息（包括过往项目经历、未来项目计划、公司信息等），填完之后进入线上预约环节，该环节精确到参展单位的现场每位接待人员的可预约时间（以30分钟为预约单位）。按照程序操作之后，最后生成专属预约日程表及参观展位地图，现场按照日程表即可找到预约的接待人员，展位上都是洽谈的热络景象。种种细节让观众感觉到，主办方真正做到了“准备工作做在前面”，将宝贵的面对面交流时间留在现场。

二是抓准核心需求，万变不离其宗。展会作为参展商和专业观众交流合作的线下场域，短短3至5天将所在行业上下游的所有相关者聚集在一起，对于企业拓展市场、加大宣传发挥着不可替代的作用。新冠疫情逼迫“面对面”交流转为“屏对屏”，参与者如上网课般缺少直接反馈，交流效果因而大打折扣。值得欣慰的是，各大线上展技术服务商不断更新迭代，将腾讯会议、ZOOM等视频对话软件进行深度绑定，尽可能减少系统间的切换环节，增加及时沟通渠道。线上展的下一步融合发展，需要紧扣展会功能核心需求。不管场域、场景如何转变，都应将增加交互可能性作为发展原动力，将拓展沟通渠道作为发展的核心需求，打造成为展会“3+365”全年服务展商及观众的辅助载体，对于展期之外的线上沟通、直播论坛等服务增加交互的可能性，让参展商和观众更有获得感，享受场域变化的魅力。

三是打造系统间互通，增强系统便利性。展会作为庞大数据的集合载体，需要众多数据的清洗梳理整合，操作中需要多个系统进行维护，包括CRM、呼叫中心、观众管理、线上展会、展商展务等众多系统，还有各种营销平台的后台管理系统。受历史遗留及用户习惯等影响，主办方在办展过程中根据需求逐步增加数据管理系统，分别采购不同服务商的管理系统，主办方为筹备一个展会要登录多个后台进行处理，展商也要登录多个系统进行注册维护，系统间的数据不互通成为最大痛点，大量数据迁移和购买新系统短时间内不可实现。如何打造系统间的互通、实现数据间的共享，可以作为系统服务商们共同探讨的话题，笔者建议通过服务联盟等方式实现数据间共享，既可以“抱团取暖”也可以增强使用者的便利性。

四是健全政策支持体系，打通“最后一公里”。国务院2月底印发的《数字中国建设整体布局规划》将数字中国建设发展提升到国家战略中。融合发展的线上展会作为数字中国的发展实践载体，也应得到各级政府部门的引导和支持。应当从资金、人才、营商环境等角度支持展会融合办展模式发展，对整个展览业进行根本性的转型升级改造，加强我国会展业与国际会展产业接轨，从传统几天展期的办展模式发展为全年性的线上线下服务模式，让展会主办方有切实动力和支撑去进行改造，在心理认知的基础上进行政策引领，也让展会参与者切实感受到融合办展模式的获得感和收获感。

五是行胜于言，识变、应变、求变。行胜于言，笔者认为这不只是行动大于言论的简单解读，还蕴含着对行动实践进行经验总结从而再指导行动的战略思想。展会的融合办展模式同样如此。经过三年的摸索，很多主办方或多或少接触了线上展会、线上直播、线上对接会等方式，现在的线下实体展复展仿佛使线上系统的应用可有可无，实际上，所有的实践经验都应好好总结，结合当下营商环境进行有效整合。疫情无疑是一场重大灾难，值得会展人欣慰的是，线上展的探索写进了会展业的发展史，新的发展阶段需要我们准确提高辨识变化，勇敢应对变化，同时不断自我加压、创造变化。（**高竞佳**）