

权威发布

商务部：
鼓励组织开展老字号展示展销

本报讯 为推动老字号守正创新发展,大力发展国货“潮品”等新的消费增长点,1月17日,商务部办公厅发布《关于组织开展2024年“老字号中华行”活动的通知》(以下简称《通知》),提出将老字号作为促进国货“潮品”消费的重要切入点,围绕“国货经典 潮品焕新”组织开展展会推介、街区嗨购、平台上新、创新赋能、交流集聚、国潮出海等一系列活动,着力推动消费从疫后恢复转向持续扩大。

根据《通知》,活动主要内容包括:组织展览展示,加强宣传推广。充分发挥进博会、消博会、服贸会、数贸会等大型展会作用,组织老字号积极参展、集中亮相。依托城乡网点,丰富消费场景。持续推进“老字号中华行”活动,推动老字号在相关街区、社区、景区集中入驻,提升国货“潮品”与历史文化资源融合联动水平。

联动网络平台,拓展销售渠道。支持电商平台和新媒体平台打造老字号专题,组织知名专家、网络达人前往老字号“探店直播”“种草打卡”,推出美食节、消费季等特色活动,以年轻人喜闻乐见的

方式持续加大线上推广力度,推动国货“潮品”开拓消费群体,拓展线上渠道。

强化协同创新,助力提质升级。聚焦数字化转型、品牌建设、产业投资等方面,组织老字号协同创新中心推出普惠性服务项目,支持金融机构推出老字号专属服务方案,推动老字号开发更多文化创意产品,“量体裁衣”赋能企业创新发展,促进国货“潮品”提质升级。

组织业内交流,促进集群发展。鼓励各地组织代表性老字号企业牵头、带动相关企业共同参与,打造品牌集群,支持国货“潮品”集聚发展。

推动出海发展,弘扬传统文化。鼓励老字号运用跨境电商开拓国际市场,探索与海外知名品牌开展深度合作,带动国货“潮品”走出国门。

《通知》强调,商务部组织有关方面确定了一批跨区域、全国性的重点活动,各地可结合工作实际组织老字号企业自愿参与,避免增加企业负担。要结合本地实际和促消费工作总体安排,因地制宜举办商品展销、技艺展示、文化体验等特色活动,着力畅通国货“潮品”流通渠道,营造便利消费环境。(宗 禾)

国家文物局：
鼓励各地博物馆策划推出
以春节文化为主题的系列展览

本报讯 国家文物局1月18日发布通知,对做好2024年“博物馆过大年”活动进行部署,提出鼓励各地博物馆统筹多方资源,策划推出以春节文化为主题的系列展览、丰富多彩的民俗文化体验活动和文物公益鉴定咨询服务,营造浓郁热烈的节日氛围,丰富春节期间人民群众文化生活。通知明确,鼓励有条件的博物馆与世界文化遗产、国家考古遗址公园、全国重点文物保护单位等积极开展年俗互动体验活动,拓展春节文化体验空间,搭建传播民俗文化的舞台。通过云展览、云直播和流动博物馆等多种方式扩大传播面,让公众生动直观地认识、了解和感悟中华文化的魅力,共享文化遗产保护成果。

通知同时强调,各地、各单位要强化主动服务,靠前服务意识,根据春节期间观众特点,优化服务举措,重点保障未成年人、老年人、残疾人等群体权益,切实提升博物馆惠民利民能力。加强闸机、安检等设备日常检修,优化入馆核验方式,提高检票效率,缩短排队时间。合理配置导览人员,动态进行引流、分流,引导观众文明参观,避免扎堆拥挤,降低体验感。(新 文)

馆等多种方式扩大传播面,让公众生动直观地认识、了解和感悟中华文化的魅力,共享文化遗产保护成果。

通知同时强调,各地、各单位要强化主动服务,靠前服务意识,根据春节期间观众特点,优化服务举措,重点保障未成年人、老年人、残疾人等群体权益,切实提升博物馆惠民利民能力。加强闸机、安检等设备日常检修,优化入馆核验方式,提高检票效率,缩短排队时间。合理配置导览人员,动态进行引流、分流,引导观众文明参观,避免扎堆拥挤,降低体验感。(新 文)

通知同时强调,各地、各单位要强化主动服务,靠前服务意识,根据春节期间观众特点,优化服务举措,重点保障未成年人、老年人、残疾人等群体权益,切实提升博物馆惠民利民能力。加强闸机、安检等设备日常检修,优化入馆核验方式,提高检票效率,缩短排队时间。合理配置导览人员,动态进行引流、分流,引导观众文明参观,避免扎堆拥挤,降低体验感。(新 文)

通知同时强调,各地、各单位要强化主动服务,靠前服务意识,根据春节期间观众特点,优化服务举措,重点保障未成年人、老年人、残疾人等群体权益,切实提升博物馆惠民利民能力。加强闸机、安检等设备日常检修,优化入馆核验方式,提高检票效率,缩短排队时间。合理配置导览人员,动态进行引流、分流,引导观众文明参观,避免扎堆拥挤,降低体验感。(新 文)

通知同时强调,各地、各单位要强化主动服务,靠前服务意识,根据春节期间观众特点,优化服务举措,重点保障未成年人、老年人、残疾人等群体权益,切实提升博物馆惠民利民能力。加强闸机、安检等设备日常检修,优化入馆核验方式,提高检票效率,缩短排队时间。合理配置导览人员,动态进行引流、分流,引导观众文明参观,避免扎堆拥挤,降低体验感。(新 文)

通知同时强调,各地、各单位要强化主动服务,靠前服务意识,根据春节期间观众特点,优化服务举措,重点保障未成年人、老年人、残疾人等群体权益,切实提升博物馆惠民利民能力。加强闸机、安检等设备日常检修,优化入馆核验方式,提高检票效率,缩短排队时间。合理配置导览人员,动态进行引流、分流,引导观众文明参观,避免扎堆拥挤,降低体验感。(新 文)

通知同时强调,各地、各单位要强化主动服务,靠前服务意识,根据春节期间观众特点,优化服务举措,重点保障未成年人、老年人、残疾人等群体权益,切实提升博物馆惠民利民能力。加强闸机、安检等设备日常检修,优化入馆核验方式,提高检票效率,缩短排队时间。合理配置导览人员,动态进行引流、分流,引导观众文明参观,避免扎堆拥挤,降低体验感。(新 文)

通知同时强调,各地、各单位要强化主动服务,靠前服务意识,根据春节期间观众特点,优化服务举措,重点保障未成年人、老年人、残疾人等群体权益,切实提升博物馆惠民利民能力。加强闸机、安检等设备日常检修,优化入馆核验方式,提高检票效率,缩短排队时间。合理配置导览人员,动态进行引流、分流,引导观众文明参观,避免扎堆拥挤,降低体验感。(新 文)

轻工特色展会

分析市场热点 解读实践案例 前瞻产业趋势

第十二届国际生物发酵产品与技术装备展览会(济南)将于3月举办

本报讯 (记者 闫 利) 日前,记者从中国生物发酵产业协会获悉,由中国生物发酵产业协会主办、上海信世展览服务有限公司承办的2024第十二届国际生物发酵产品与技术装备展览会(以下简称“生物发酵展”)将于3月5日—7日在山东国际会展中心举办。届时,来自生物发酵产业上下游企业、服务商、科研院所等相关单位代表将齐聚济南,为行业发展提供产品、原料、研发、技术、工艺、装备一站式解决方案,共同探讨生物发酵产业高质量发展之路。

生物发酵技术不仅广泛应用于食品、农业、医药、饲料、日化、材料等领域,而且带动了纺织、造纸、皮革、生物能源、环保等相关行业的创新发展、绿色发展。为充分向生物发酵产业上下游企业和公众展示生物发酵产业的新产品、新技术、新装备,此次展会将设七大特色主题展区,包括生物发酵产品与原料展、生化仪器与实验室装备展、制药机械与包装技术展、生物技术与生物制药展、玉米深加工产业展、精酿啤酒及技术装备展、饲料与粮食加工展。展品涉及生物技术、发酵工程、细胞工

程、生命科学、蛋白工程、生物饲料、生物农药、新能源、发酵产品、食品饮料、酒、营养保健品、维生素等生产企业加工所需的各种检测设备及相关先进技术设备。

本届展会展览面积达到3万平方米,将有800余家参展商参展。届时,华熙生物、丰尚集团、山东欧迈、华恒生物等业内知名企业将展出各自的主打产品、新技术、新服务,交流行业最新发展趋势,提升品牌影响力。

展会还将围绕玉米深加工、生物医药、生物农业、酶工程、现代海洋工程、发酵代谢控制、新产品新技术新装备等主题召开三十余场研讨会和论坛,直击生物发酵全产业链发展动态,分析市场热点、解读实践案例、前瞻产业趋势,打造行业交流分享的思想盛宴。

据了解,生物发酵展源于2013年创办于上海的“上海国际生物发酵展”,旨在推动生物发酵上下游产业链深度融合,以创新驱动、转型升级、高质量发展为目标,打造具有行业影响力的商贸交流平台。经历了11年的发展与资源积累,生物发酵展已成为

生物发酵产业领域具有知名度和权威性的行业盛会,现已发展为3月春季济南展和8月秋季上海展。历届生物发酵展为来自各级政府、行业协会、产业园区的代表提供了深度探讨生物经济变革与发展的平台,并取得了热烈的反响。

中国生物发酵产业协会相关人员表示,协会致力于提高全行业整体创新能力、转变生产方式、优化产业结构、淘汰落后产能、促进产业升级,进一步加快节能减排、资源综合利用步伐,推动资源节约型、环境友好型企业建设。生物发酵展作为业内顶尖行业盛会,本届展会将延续往届精彩,预计吸引超过3万名观众到场参观。展会继续秉承便捷的贸易交流、舒适的专业洽谈环境,多模式的营销推广活跃整个市场,为参会人员呈现出全新的生物发酵全产业链,推动生物发酵产业上下游企业在新的格局中挖掘更大商机。协会愿意与世界各地的相关行业组织、生产企业以及科研机构等取得广泛联系,开展技术交流与合作,增进相互了解,创造商贸机会,为建设生物制造强国而共同努力奋斗。

本报讯 (记者 王薛滢) 日前,记者从中国照明电器协会了解到,由中国照明电器协会主办,中国照明电器协会智慧路灯专业委员会、北京通泰国际会展有限责任公司共同承办的2024年第十九届中国道路照明论坛将于3月26日—28日在江苏省苏州市举办,会议同期还将出版《中国照明》道路照

明专刊。

协会方面表示,随着照明行业迈向高质量发展的新阶段,以市场需求为导向,坚持创新驱动,加快新一代信息技术与行业深度融合,提升创新发展内生动力成为道路照明领域当前发展的重点任务,“高效、节能、环保、低碳、智慧”是照明行业时代发展的趋势。为更好地贯彻国家双碳

战略,落实加快智慧城市建设等相关政策,第十九届中国道路照明论坛以“照亮智慧城市,助力绿色发展”为主题,邀请来自主管城建/照明城市规划、市政管理、能源供给、科技促进等各级政府管理部门领导;各城市/道路照明管理处、所、建设甲方负责人;从事城市/道路照明研究、检测、标准、认证等机构的

理相关政策和新法规,进行行业总结与展望;围绕“道路照明与城市夜景照明统一规划及如何与智慧城市相结合”“道路照明设计、选型与智能技术应用”“道路照明产品在道路工程项目中的应用研究”“道路照明的灯具设计标准,实施中的问题及解决方案”等专题进行学术交流研讨;介绍国内外道路

推动道路照明技术创新、节能环保技术应用

第十九届中国道路照明论坛聚焦打造绿色智慧城市

明专刊。

协会方面表示,随着照明行业迈向高质量发展的新阶段,以市场需求为导向,坚持创新驱动,加快新一代信息技术与行业深度融合,提升创新发展内生动力成为道路照明领域当前发展的重点任务,“高效、节能、环保、低碳、智慧”是照明行业时代发展的趋势。为更好地贯彻国家双碳

战略,落实加快智慧城市建设等相关政策,第十九届中国道路照明论坛以“照亮智慧城市,助力绿色发展”为主题,邀请来自主管城建/照明城市规划、市政管理、能源供给、科技促进等各级政府管理部门领导;各城市/道路照明管理处、所、建设甲方负责人;从事城市/道路照明研究、检测、标准、认证等机构的

理相关政策和新法规,进行行业总结与展望;围绕“道路照明与城市夜景照明统一规划及如何与智慧城市相结合”“道路照明设计、选型与智能技术应用”“道路照明产品在道路工程项目中的应用研究”“道路照明的灯具设计标准,实施中的问题及解决方案”等专题进行学术交流研讨;介绍国内外道路

照明优秀工程案例、国际道路照明相关标准和技术发展的动态趋势。此外,论坛还将以技术研讨与互动对话的形式,介绍道路照明企业新技术、新产品。

据悉,由中国照明电器协会主办的“中国道路照明论坛”自2005年创办以来,至今已成功举办18届,在推动道路照明领域的技术创新、节能减排、产业升级等方面发挥了积极作用。

声音

会展业高质量发展如何精细“颗粒度”?

过去,我们常把展会项目的“增长”等同于“发展”。展会面积和观众人数的增长固然重要,数量的增长却不一定等同于发展。增长是发展的结果而非原因。我们应看到,展会面积和观众人数增长是展会发展带来的结果。

在笔者看来,高质量发展的本质是数据驱动的发展,并非规模化的增长。产能过剩的“内卷”时代,高质量发展成为各行各业的必然选择。会展业作为社会经济的重要组成部分,也在积极探索高质量发展的有效路径。高质量发展并非简单地规模扩张,而是数据驱动的发展,即摆脱单纯对展出面积、与会人数规模等要素的过度依赖,因为依赖规模经济的发展模式必然带来边际收益递减下的“内卷”。在数字经济时代,经济发展的基本规律是“报酬递增”,而非传统的边际收益递减,原因在于数字经济时代运行的规律是基于双边需求的连接创造平台网络效应,依靠专业社群的连接创造梅特卡夫效应,依靠数字化产品和服务带来的零边际成本的指数型扩张效应。

简单地说,高质量发展是“颗粒度”更细的精细化发展。在数字经济时代,高质量发展的核心在于更小的颗粒度。它不是传统的依赖规模经济的模式,而在于对细分市场、观众群体需求进行更精细化的把握,应当从四个方面进入:

一是观众画像的“颗粒度”更细。在新经济的当下,观众画像的细化程度正经历着转变,从最初的素描式的简单划分逐步过渡到工笔式更为复杂和精细的阶段。因为观众这一群体的细分更为复杂,包括基于地域、行业、职业身份、决策能力和采购能力的分类。地域的细分更为精准,不再只是城市,而是1至5线城市、区域、乡村等。考虑到行业的特性和差异,观众所在的行业的划分更为垂直细分。职业身份的分类也变得更加精

细,必须剖析层级和职责范围。决策能力和采购能力的分类则考虑了在决策和采购中的角色和能力。

二是需求对接的颗粒度更细。新商业环境下,需求对接的精细化是实现高质量增长的必要前提。从过去的按行业邀请观众到根据特定品类邀请买家,甚至到产品级别(SKU)的细化,行业的划分不再是简单的分类,而是更精确地基于特定品类进行邀请,甚至更进一步到产品级别。如针对某类特定车型的零部件展品,精准邀请需要这些零部件的主机厂。

三是参展、参会日程的“颗粒度”更细。高质量发展需要对参展、参会日程进行精细化安排。不再局限于售出展位和邀请观众,而是将每场预约洽谈充分规划,确保参会者的时间被充分利用。需要提前制定详细的日程,考虑到不同参会者的时间限制、兴趣点和专业领域。日程安排更加综合考虑参会者的需求和期望,通过智能配对系统推荐最适合他们期望的会议内容和商机线索。最后,展会日程安排必须精确到分钟级别,避免时间浪费,确保每一分钟都能被有效利用。

四是持续性的参与和交流的“颗粒度”更细更长。高质量发展需要改变传统一年一次的大会、大展的单次连接,采取建立持续性的参与和交流(如每周举办沙龙、每月组织线下研讨会、季度举办行业分会及年度大会)的方式。每周的沙龙提供了持续性的平台,行业专业人士得以分享最新动态、趋势和经验,激发创新思维,解决共同挑战。每月的研讨会则提供了更深入交流,分享专业见解,促进合作与创新。季度的行业分会聚焦更广泛议题,吸引不同领域从业者,促进跨领域交流合作。最终,年度大会汇聚全行业领袖,加深行业内人士的认识,促进商业合作。

笔者认为,高质量发展需要变依赖经验到数据驱动的发展。也就是说,“颗粒度”更精细的高质量发展,必须依赖数字化和数据驱动的发展:

首先,全面洞察与个性化服务。大数据赋予了行业更全面、深入的洞察能力,能够基于海量样本创建多维度的客户画像。这样的画像不仅有助于了解客户需求 and 偏好,还能够实现更个性化的、精准的服务。借助数据分析,企业能更好地了解市场趋势、客户反馈,从而调整策略、改进服务,更好地满足客户期待。

其次,智能算法与资源优化。智能算法的应用提升了资源匹配效率,如匹配参展商和观众需求、展区布局、信息分发等。这些算法能够快速且准确地分析和匹配不同参与者之间的需求,提高资源利用率,使行业发展更为高效。

再次,流程革命与工作效率。机器自动化和AIGC带来的流程革命和生产自动化使得许多繁琐、重复性工作实现自动化处理。这些自动化工具提高了工作效率,节省了时间和资源,让从业者能够更专注于创新、战略规划和提升服务品质。

最后,实时决策与灵活调整。数字化和数据驱动的特点在于能够提供实时数据,使决策者能够基于即时信息做出更准确、迅速的决策,而不是传统依赖项目总监的过往经验来决策。同时,这也为行业带来了更大的灵活性,使其能够随时调整策略、改进方案,以适应快速变化的市场和行业需求。

数字化工具与数据驱动的应用不仅提升了整个行业的运营效率,更为高质量发展提供了可靠的技术支撑,使会展业能够更好地适应变革,促进创新与发展。这也从根本上改变了会展业的工作方式和业务模式,为实现高质量发展打下了坚实的基础。

(杨 正)

新增九家规上会展企业
「四张名片」新乐章
青岛会展奏响

擦亮“四张名片”

创新探索“会展+”,特别是展产融合,正成为青岛招展引展的一大“看家本领”。观察近年来青岛展会可以发现,专业展占比增加。通过加快培育会展品牌、做强会展经济、优化会展服务,持续擦亮“名展、名企、名馆、名会”四张名片,青岛正持续增强会展经济的高质量溢出效应,为城市产业发展赋能。

“会展业的火爆,表明国内外市场认可青岛,看好青岛,愿意成为青岛的城市合伙人。我们在一线,能清晰感受到会展业跑出的青岛速度。”青岛世界博览城运营负责人李宏表示,青岛会展具有很强的聚集性特征,有利于更好地实现供给与需求的对接。这种

一个品牌展会,将催生无数的商机、促进城市产业发展;一个大型会议,将拉动消费、树立城市品牌;一次次的盛会,为这座城市带来了深刻的改变。进入2024年,山东青岛会展经济澎湃活力继续显现。

聚集性特征成为专业化的国际性展会成长的土壤。

《山东省商务服务业高质量发展实施方案》(以下简称“方案”)提出,到2025年底,争取培育一批在全国具有一定影响力的会展企业,力争年营业收入过亿元的企业达到8家。

记者了解到,2023年青岛市共新增9家规上会展企业,规上会展企业营收增长45%,新引进大新华会展、山东尚邦等知名会展机构,会展市场主体进一步发展壮大。青岛市贸促会有关负责人表示,2024年,市贸促会将加大对会展业规上企业的培育引进、走访调研,不断完善会展政策扶持机制,进一步简化程序,提高效率,支持会展企业发展。

加快“出海”步伐

1月9日—12日,青岛市贸促会组织5家本地企业赴德国参加法兰克福家用及商用纺织品展,这是今年从青岛出发的首个出境展团,现场接待新老客户200余人次,达成意向订单超过1000万元,收获满满。

展会就是机会。“一季度欧洲展会较为集中,是欧洲市场排定当年订单计划的窗口期。我们将组织企业参与7个重点国际展会,其中5个在欧洲。”青岛市贸促会贸易促进服务部负责人表示,与2023年同期相比,今年企业出境

参展的意愿明显增强,“走出去”的频率会明显增加。

为鼓励更多企业积极“出海”拓市场,青岛在优化服务上拿出更多创新举措。针对传统市场不确定因素较多的情况,今年在重点国际展会推荐上,将加大对共建“一带一路”沿线国家等新兴市场展会的推荐力度。为提升青岛外贸优势产业的整体形象,在有限的展览空间内将集聚更为丰富的企业资源,计划在德国科隆轮胎展、日本创出展、法国巴黎食品展等重点国际展会设立青岛展区,以统一的高标准展区形象设计提升展出效果。

据了解,为了满足今年企业明显增强的出境参展意愿,青岛市贸促会已把国外展会摸排了一遍,并及时向企业发布。这些展会涵盖食品饮料、纺织服装、五金用品等青岛市主要出口大类。2024年,青岛市贸促会将分批次、分行业带领企业参展,展期几乎排满了全年。

青岛市贸促会有关负责人表示,青岛在会展业“十四五”规划中提出建设“充满活力、富有魅力的国际会展名城”目标,在全市重点打造的24条产业链中,会展产业链也是重要一极。青岛不少优秀品牌企业和专业组织投身会展业,策划、组织了一批品牌会展项目,为会展市场增加了活力。

(综合)