

会展大商圈

商旅资讯

第二届中国国际旅游投资大会8月在蓉举办

本报讯 四川省旅游委与北京产权交易所近日联合宣布,第二届中国(四川)国际旅游投资大会将于8月4日至6日在成都举办。

四川省旅游委产业发展处有关负责人表示,四川是旅游大省,旅游资源丰富,此次亮相旅游大会的项目将超过100个,整体招商规模超过300亿元。

据介绍,本次旅游大会上亮相的项目均依托专业机构,从投资者关注的项目发展定位、开发条件、核心产品、经济效益等角度,综合分析项目投资与开发价值。

本次会议将集中推出一批四川优选旅游投融资项目,发布2016年度四川省旅游产业成果。

国航开通杭州至泰国素叻他尼航线

本报讯 7月5日,中国国际航空公司开通杭州至泰国素叻他尼航线。这一航线开通后,国航将成为国内唯一由杭州直飞素叻他尼的航空公司。

据介绍,杭州至素叻他尼航线贴合亲子、家庭出游的旅客需求,起飞和降落时刻均为日间黄金时段。

目前,国航杭州地区国内进出港航点共计27个,飞往深圳、广州、重庆、成都、呼和浩特等城市。

Visa携手中国农业银行完善ATM外卡受理环境

本报讯 近日,Visa公司与中国农业银行联合宣布,农行遍布全国的12.7万台ATM已经全部接入Visa网络。

随着入境游客人次重回正增长的轨道,“美丽中国”的旅游品牌在国际上的影响力也日益扩大。

盈科旅游创新B2B2C平台上线

本报讯 近日,由盈科旅游集团主办的“盈风起航·共创辉煌”——全国中小旅行社发展高峰论坛暨盈科旅游系统宣布上线。

据介绍,盈科旅游平台采用当今时代最先进的B2B2C营销模式,为用户提供新的交易规则。

近期,盈科旅游的目标重点在于解决旅游渠道的拓展。未来,随着旅游业产业链向下游延伸,除旅游项目外,盈科旅游还会参与一些景区开发、酒店收购等项目。

成都汽配展缘何被四川重点培育

曹宇静

近日,第三届成都国际汽车配件及售后服务展览会(CAPAS,以下简称成都汽配展)被列为四川省重点培育的十大品牌展会之一。

根据《四川省人民政府关于进一步促进展览业改革发展的实施意见》(以下简称《意见》),成都汽配展为中国汽车产业飞速发展的西南地区搭建了汽车零部件及售后市场的“一站式”商贸平台。

促进产业发展

数据显示,截至2015年年底,四川汽车保有量是768万辆,年增长速度保持在15%。

今年5月,在成都汽配展同期举办的中国汽车创业投资峰会暨中国(四川)汽车产业投资合作大会上,四川省省长尹力指出,四川地处中国西部,是国家“一带一路”战略和长江经济带的重要交汇点。

售后维修保养在内的整条产业链。目前,四川省内有400多家大型整车及零部件生产商。一汽大众、丰田、雪铁龙、吉利和沃尔沃等众多国际品牌均已落户四川。

四川省经济和信息化委员会副主任王万铨在参观时表示,成都汽配展这一专业展会平台能够进一步提升产品质量,吸引更多企业扎根四川。

联合战略合作

自今年开始,成都汽配展启动了战略合作伙伴,有5家行业领军品牌承诺将连续3年参展,让品牌有更大化的曝光率以及商业拓展机会。

成都美凯商务有限公司则是上海妙声及索纳克斯的区域代理商。据其总经理张洪军介绍,之所以成为成都汽配展战略合作伙伴,

主要出于两方面的考量:一方面,索纳克斯作为德国的汽车养护品牌,每年参加德国法兰克福汽配展,而成都汽配展作为法兰克福汽配展在中国的展览项目,彼此间有着紧密的联动效应。

日本品牌奥林巴斯此次展出了用于汽车零部件质量检控的电子设备及显微镜,以期向汽车领域进军,对展会也抱有同样愿景。

提升商务沟通

据统计数据显示,本届成都汽配展专业观众数量达15956人,较上届增加20%。



7月4日,2016第八届呼和浩特国际汽车展在内蒙古国际会展中心闭幕。本次车展吸引了国内外近80个汽车品牌及30多家汽配商参加,展览面积近7万平方米。邓华摄

极致户外新品炫科技秀实力

第11届亚洲户外展规模达4.8万平方米,汇聚参展品牌705家

本报记者 叶灵燕

“无智能,不户外”已成为新趋势。7月3日闭幕的第11届亚洲户外展规模达4.8万平方米,汇聚了705家参展品牌。

穿得舒服

探路者在每届亚洲户外展上总是格外令人侧目,今年也不例外。在本届展会上,探路者主打的光能滑雪服吸引了众多户外爱好者前来参观和咨询。

骑得轻松

许多户外厂商在此次亚洲户外展上推出

了骑行新品,其中最受关注的当属图途户外和米家骑记联合发布的智能折叠助力自行车。这款自行车不仅能轻松折叠,而且支持TMM力矩传感技术。

睡得踏实

在2016亚洲户外产业大奖获奖产品展示区,一款看似很普通的睡袋因被称为代表未来发展趋势的尖端装备,吸引了很多观众驻足围观。

常轻薄柔软,据说还怕反复水洗,很方便实用。”观众王静对记者说道。

听得科学

当记者走到首次参展的深圳韶音科技展台时,展台前围满了冲着韶音骨传导耳机而来的观众。现场工作人员告诉记者,韶音骨传导耳机是为跑步、骑行等用户量身定制的产品。

本届亚洲户外展还展出了很多时尚潮品,比如从野塘里抽水净化后即可饮用的守护者净水器;创新性地引入了BOA调节系统的超轻越野背包;可以在野外进行极限拍摄的无人机;能维持房车电视观看8个小时的太阳能应急手提箱……智能科技,正把越来越多的户外用品“武装”得很高大上。

围观万科股权之争过后反思办展理念

周宇宁



会展红粉秀

大媒体如果“开言不谈”王石和万科似乎就不能算时事中人。从微信朋友圈来看,虽然会展业界鲜有人士对此事进行评论,但对此事加以关注的大有人在,且大多数是企业负责人。

“王石+万科”股权之争是比这几天气温还高的热词,相关新闻、评论、跟帖甚至八卦之多,超乎想象。企业界、经济学界、评论界、各

2010年上海世博会和2015年米兰世博会上参建展示万科馆之后,万科继续选择参与2019年于北京延庆举办的世界园艺博览会。据王石说,万科热衷在世博会上展示自身,因为这是企业走向国际化的重要窗口之一。

看来,万科之所以成为在房企中“木秀于林”的房地产企业,一直有着自我的更高追求。因为他们作

为参展商,更重视在世博会这样的国际化舞台上展示自己的品牌和新理念。比如在米兰世博会万科企业馆,最让人意想不到的可能是社区食堂秀:纵横交错的500根竹子与200块屏幕组成了“媒体森林”,不间断播放着中国60个城市的普通居民在社区食堂的真实生活片段。

下,一流房地产企业为什么要来参展?他们对会展平台的需求是什么?展会组织者拿什么理念来“对标”他们更高、更新甚至需要跨界的“理念展示”?