

义乌文交会系列报道之三

◆信息集结号

北京摩托车展 下月举办

本报讯(记者 谢雷鸣)记者日前从2019北京国际摩托车展览会上了解到,2019北京国际摩托车展览会将于5月11日至13日在北京中国国际展览中心(新馆)举办。该展会由中国汽车工业协会摩托车分会、中国汽车摩托车运动联合会和中展集团联合举办。

据介绍,该展会力求为行业打造一个国际化、高端权威的展览交流平台并成为中国摩托车文化“助推剂”。本届展会汇聚了宝马、杜卡迪、川崎、贝纳利、比亚乔等知名摩托车生产企业以及宗申、春风、钱江等中国摩托车行业领军企业。展会上,观众还将看到丰富多样的摩托车装备和文化产品,深度领略摩托车文化的魅力。百余家参展企业将在15000平方米的展览现场为行业和广大摩托车爱好者呈现一场独特的视觉盛宴。

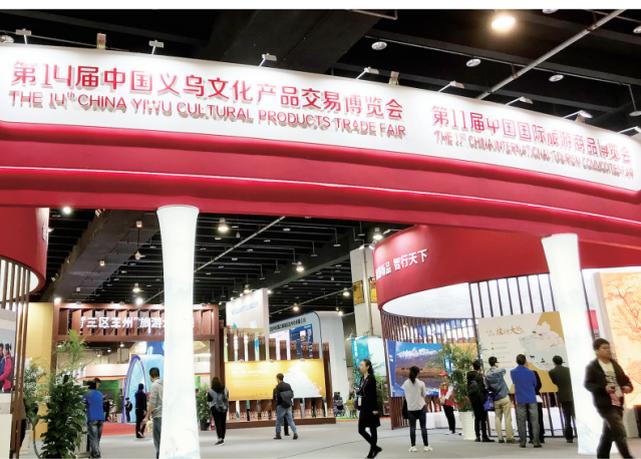
据统计,将有200多辆摩托车在本届展会期间进行展示,其中既包括市场主流车型和新品车型,还包括难得一见的赛车、复古车以及个性化十足的改装摩托车。多家摩托车企业还将在此次展会上举行新产品发布会,向市场重磅推出全新的摩托车产品。此外,参展企业还将利用室外展场进行特技表演、试乘试驾等活动,动态展示产品性能。

为庆祝中华人民共和国成立70周年,本届展会还将设立中国摩托车工业的回顾展,通过重要车型、图片、视频和文字等方式和载体集中展示中国摩托车工业70年发展历程。另外,还将举办中国警用摩托车展,展现中国警用摩托车的风采。本届展会还将融入汽车运动文化元素,举办中国车队车手签约仪式。

展现文旅融合成果 引领行业发展方向

——第14届文交会、第11届旅博会同期举行

■ 本报记者 张伟伦



4月27日至30日,第14届中国义乌文化产品交易博览会(简称文交会)和第11届中国国际旅游商品博览会(简称旅博会)在浙江义乌国际博览中心同期举行。

今年是两大国家级展会融合后的首次亮相,展会规模达10万平方米,设标准展位4192个,共有1277家企业和机构参展,分别来自国内29个省(区、市)以及德国、匈牙利、拉脱维亚、委内瑞拉等18个国家和地区。展会汇集了77个国家和地区。展会设有中心馆、文创馆、非遗生活馆、省市馆、美丽乡村馆、电子竞技馆、浙江馆、动漫娱乐馆、保利艺术馆等10个展区,展位数、展览面积均创历年之最。

打造文旅相融的中国样板

文旅成果精品展示区、“三区三州”旅游大环线展示区、“一带一路”对外交流精品展区……漫步展馆,很多展区都凸显了“以文促旅、以旅彰

文”的理念。记者从主办方获悉,本届博览会亮点纷呈,是国家文化和旅游部组建后致力于助推“文化+旅游”深度融合的一次新探索、新尝试,也将为加快文旅产业联动发展和转型升级带来全新视角和机遇。

文旅融合,创造的是更贴近需求、更注重体验、更适应时代的新生活。本届展会以满足人民群众对美好生活的向往为出发点,持续深入挖掘优秀文化,开发迎合市场的文旅项目,引领文旅产业联动发展新趋势。

铁壶、珐华瓷器、炕围画、玉石雕画……在“山西礼物”展区,记者被这些中国味儿浓郁的展品吸引。“山西是文化大省,拥有旅游资源富矿”,长期以来,我们探索文旅融合的路径,力求推动两大产业转型升级、提质增效,取得更多社会效益和经济效益。“山西省文化和旅游产业发展中心副主任刘志斌在接受《中国贸易报》记者采访时表示,“山西礼

物”项目以底蕴深厚的文化和旅游资源为依托,以“三晋文化特色、时代风貌特征、省域知名品牌”为定位,整体布局文创产品开发产业链条,目前正在搭建文创产品设计、生产、营销综合平台,建立系统化高标准的山西文创产品开发体系,积极实施“文化+”、“旅游+”,促进文化旅游与农业、工业、体育、商务等相关产业融合发展。

“义乌地区商贸流通业发达,在国内外具有影响力,我们也希望借助这一平台优势把我们中国特色的器物带给更多国内外友人。”朝元晋艺文化发展有限公司董事长张勇勇向记者推介了别具中国文化艺术的珐华釉展品,希望通过展品吸引更多了解山西、挖掘山西的文化之美。据悉,山西传统珐华瓷烧制已久,朝元晋艺通过对珐华及琉璃技艺、烧制、造型等相关研究使之重生,又结合现代审美理念,使工艺技术升级,也使中华文化的传统美焕

发新的生机。“‘宜融则融、能融尽融’,政府应在资源开发、产品项目、公共服务、平台搭建等方面加大政策支持,推动文旅两业深度融合,推动联动性发展。这是大势所趋。”刘志斌说。

凸显展贸并重的义乌特色

长期以来,注重经贸性和实效性,大力推动文旅产业和商品“市场化、专业化、国际化”,一直是两大展会坚定不移的办展思路。

“这一基本思路同义乌独具特色的城市发展定位密不可分。”主办方展会运营负责人告诉记者,义乌虽然只是县级市,但其商贸流通业发达,背后有长期以来发展形成的交易、物流、结算、报关等构建起来的供应链体系。这恰是很多企业来义乌参展的重要因素。

据悉,近年来,义乌正在以国际贸易综合改革试点为引领,强改革、

调结构、优环境、惠民生、保稳定,适应新时代发展特点,进一步促进商贸流通业转型。2018年,义乌市实现地区生产总值1248亿元,同比增长7%;实现财政总收入153.5亿元,其中地方财政收入95.2亿元,分别增长8%和12%;城镇和农村居民人均可支配收入分别达到71207元和36398元,同比增长7.8%和9%;三次产业比重为1.7:32.8:65.5。

“这里是小商品贸易的天堂,更是制造商、供货商、贸易商以及电商等贸易各端聚集之处。同时,吸引来自世界各地的商人和企业。”印度客商拉什尔汗每年都要多次往返于新德里和义乌,文交会是他一直关注的中国重要展会之一。

记者了解到,每年到义乌采购的境外客商超过50万人次,有100多个国家和地区的1.3万多名境外客商常驻义乌。商品出口到世界210多个国家和地区,市场外向度达65%以上,吸引了沃尔玛、麦德龙等20多家跨国零售集团和30多家国内知名连锁超市常驻采购,全市现有各类外资主体7200多家,其中外商投资合伙企业2300多家,约占全国的70%。

“正是这样的城市发展特征,才使得文交会、旅博会显得与众不同。展会一端连接着来自全国优质的文化、旅游产品和亟须挖掘和推广的IP资源,另一端是已经十分成熟的供应链体系和推广平台,这正是义乌在办展中凸显展贸并重的特色所在。”展会运营负责人说。

本届展会以文旅产品交易为核心,以推动文旅产业全球化为目标,通过搭建采购对接平台等多种形式推动展贸联动,畅通展会成果转化新渠道,促进文旅产品结构调整和创新,助力文旅产品“走出去”。

茶博会联手新媒体 助力茶企拓展市场

■ 本报记者 兰馨

业委员会秘书长魏有介绍说,通过引入快手短视频的新媒体力量向贫困地区提供公益性的政务合作、精准分发流量、运营培训等扶贫支持,可收到良好效果。

魏有表示,“新媒体扶贫365计划”是对农业农村部的“新媒体扶贫110工程”贯彻和落实。目前,“新媒体扶贫365计划”迈出了第一步:已有安康市农业农村局、咸宁市咸安区政府、赤壁市农业农村局、贵州六盘水市水城县政府、浙江温州市平阳县农业农村局等签署了“新媒体扶贫365计划——茶叶上快手”战略合作框架协议。

“利用快手及主播的扶贫公益流量进行推广销售,可加大茶产地贫困地区在新媒体平台上的宣传力度。”北京快手科技副总裁宋婷婷表示,以政务合作模式,贫困地区政府可在快手平台开设政务号,形成政务传播矩阵,宣传当地政务信息、风土人情、特色农产品等内容。此外,快手还将联合各贫困县政府选拔合适扶贫产品入选“福苗计划”。

让中国茶融入“一带一路”

“推动更多的中国茶企走出去,让世界更多的消费者爱上中国茶。”

中国农业国际合作促进会茶产业委员会副主任李桂群介绍说,将于10月在咸宁举办的2019“一带一路”国际茶产业发展论坛暨第五届中国茶业大会(以下简称国际茶产业论坛)的主题确定为“让茶融入‘一带一路’,让世界爱上中国茶”,将重点邀请“一带一路”沿线国家和地区的机构和代表参会。

据咸宁市副市长汪凡非介绍,近年来,咸宁市政府提出了打造“三大百亿”工程,围绕“茶”字做文章,“赤壁青砖茶”荣获中国驰名商标和国家地理标志证明。目前,咸宁已先后与莫斯科、阿拉木图、伊斯坦布尔、马来西亚等万里茶道节点城市签署战略合作协议,在莫斯科设立了海外展示营销远程控制中心。

国际茶产业论坛选址咸宁,将为咸宁赤壁茶产业带来更大的发展契机。为抓住这一机遇,咸宁将颁布“一带一路”源头茶乡、茶叶可持续发展示范基地的评选结果,将举行《羊楼洞传奇》电视连续剧摄制开机、羊楼洞古街新韵正式迎宾、中国青砖茶博物馆开馆等仪式,还将新建“一带一路”茶文化博览中心和中国青砖茶博物馆,这两个场馆将作为永久建筑保留,用于服务当地民

众,丰富茶文化交流活动。

黑茶走进海外市场

“赤壁青砖茶被纳入湖北省重点成长型产业集群。”据赤壁市政府有关人士介绍,近年来,赤壁加快了茶产业的发展,根据现代生活习惯和口味的变化开发出多元化的青砖茶系列产品,得到了消费者认可。

作为万里茶道重要源头城市,赤壁将挖掘整理“万里茶道”历史文化,讲好青砖茶故事。目前,赵李桥青砖茶制作技艺通过国家非物质文化遗产认定,赵李桥茶厂获得中华老字号企业称号,羊楼洞砖茶文化系统成为全省首个“中国重要农业文化遗产”。

此外,赤壁坚持继承与创新并举,全链条开发出市场需求产品,在继承传统工艺,发展部分传统产品的同时,充分运用现代装备,现代工艺,开发出适用市场、适应社会、适应未来需求的系列青砖茶产品,满足“一带一路”国家人们的生活需要。近年来,赤壁以茶叶为媒,与“一带一路”沿线国家开展经贸活动,并在莫斯科中国茶城开辟赤壁青砖茶宣传窗口,将直接在网络上销售。

农博会:科技和品牌比翼齐飞

■ 本报记者 苏旭辉 谢雷鸣

阳澄湖大闸蟹、贵州茅台、漓江茶叶、兴龙黄花菜、柳州水果、东北大米、从江手撕肉、海南荔枝……4月27日至29日,以“科技驱动、创新发展”为主题的第十届中国国际现代农业博览会(以下简称农博会)在北京中国国际展览中心举行,天南海北的特产汇聚一堂,吸引了众多采购商。

本届农博会由中国农业国际合作促进会、中国农业工程学会主办,共设立六大展区,包括现代农业成就展区、智慧农业及精准农业展区、农业航空展区、种子苗木展区、设施农业展区、农药及化肥展区,参展企业超过2000家。农博会为展商搭建了交流合作的平台,推动我国现代农业发展。

科技使农业更智慧

记者在现场注意到,本届展会展出了大量农用无人机。有参展商表示,给1000亩农地播撒农药,以往需要10余人花费10天时间,而使用2台农用无人机后,最多3天就能完成,既提高了效率又降低了成本。现在农用无人机越来越广泛地使用于大面积种植中。很多地区开展了农用无人机的学习培训活动,未来农用无人机有望成为常用的农田用具。

值得一提的是,中国农业大学首次参加农博会并组织设立了第一届中国国际智慧农业成果展,全面展示了该校在智慧农业科技方面所取得的众多成果。中国农业大学与很多参展企业对接,把科技成果尽快推向市场。

随着农产品的网上交易规模扩大,农产品物流便利化提升,很多企业发力农产品交易平台建设。中国供销集团(宁波)海洋经济发展有限公司项目总经理刘金法讲道,农产品上行进入城市、进入国际市场是大势所趋。“现在我们的海外购运营中心要在全国每个省逐步成立运营中心,在农村建立广大的采购点、采购市场,和夫妻店、代销店等合作,主推农产品进入城市和国际市场。”刘金法说。

展会同期还举行了第四届中国智慧三农大会。天下星联合创始人梅强认为,“县域农产品公共品牌”对于县域农业发展和县域经济发展的意义重大。在县域农产品公共品牌建设方面,除了加强渠道和销售、推广和传播,还要在品种选育、生产种植、分选加工、订单处理、仓储物流和销售服务上发力,在金融服务、政府引导、科技培训上有所保障。

品牌为产品添光彩

品牌被认为是农业核心竞争力的标志和农产品的市场通行证,是现代农业的发展方向。为深入推介“海口火山荔枝”品牌,提升海口火山荔枝及海口农产品品牌的市场竞争力,海口市携火山荔枝及十大农产品生产企业和合作社的名优农产品精彩亮相农博会。

海口不仅在现场设立海口火山荔枝品牌馆,还举办海口火山荔枝媒体推介会、火山荔枝农业专家交流会、海口火山荔枝品牌营销渠道推介会等系列活动,面向千余家参展企业集中推介热带农产品品牌。海口市政府副秘书长吴大海透露,今年海口火山荔枝种植面积10万多亩,总产有望达1.1亿斤,已于4月底率先在全国上市。

海口市农业局总农艺师王宙在接受《中国贸易报》记者采访时表示,海口在发展热带农业方面具有四大优势:一是光热条件好,地处热带,阳光充足,气候湿润;二是生态环境好,当地无重工业,污染少;三是品种优良,产品新鲜香甜;四是质量和安全有保障,制定了较为严格的监管体系。

据悉,为推动海口市品牌农产品深度融入了京津冀市场,海口市展团还举办了火山荔枝品牌营销渠道推介会,通过“政府搭台+企业唱戏+农户受益”的形式,搭建海口市农产品种植户与北京大型经销商直接交流平台,推动双方在直供直采环节的进一步合作,实现海口农产品在华北市场的落地直销。

“孕婴童行业正处在上升期。”

昆明小太阳儿童用品有限公司有关负责人蒋桂芬日前在第29届京正·北京国际孕婴童产品博览会、国际玩具教育品牌博览会(以下简称京正·孕婴童展)期间表示,生活水平的提升促使消费者对母婴用品的需求提升。

记者了解到,本届京正·孕婴童展围绕2019年孕婴童行业的转型升级突破、产品创新等焦点,吸引了来自10多个国家和地区的1500余家母婴产品企业参展,汇集了孕婴童行业全产业链的玩具、幼教产品等新产品、新技术,展会启用了北京中国国际展览中心(新馆)全馆。

母婴用品市场空间大

“我从来没见过这么大规模的

孕婴童展。”一位日本参展商感慨中国的孕婴童市场非常大。

“京正·孕婴童展要保持足够的韧性,迎合新型市场的需求,从垂直发展和横向扩展两方面促进行业深度交流与合作。”北京市孕婴童用品行业协会会长、北京京正国际展览有限公司董事长邓正学表示,目前,我国的孕婴童行业处在前所未有的快速发展期,也是本土品牌成长的关键期。

蒋桂芬表示,参加京正·孕婴童展看重的是其在行业的影响力,更重要的是,展会为母婴产业链上各个细分行业之间搭建了一个深入交流的平台。

开辟海外市场模式

“近年来,京正·孕婴童展通过展会,开辟了多种融合海外市

场模式,为中国孕婴童行业进入海外市场搭建平台。”邓正学介绍说,本次展会吸引了美国、日本、韩国等国家展馆,以及来自英国、加拿大、泰国、赞比亚、中国台湾等国家和地区的多家孕婴童企业参展。

为了促进行业间的交流,展会期间还举办了孕婴童渠道商大会、2019中国孕婴童行业培训师春季选拔赛、“幼有所托,共育未来”0-3岁国际托育早教专题峰会等活动。其中,以“蓄势从‘心’出发”为主题的孕婴童渠道商大会受到国内外与会者的关注。

此外,展会期间还发布了由京正·孕婴童展组委会联合中国婴童网、母婴商情、育儿网、妈妈帮等多家行业垂直媒体开展的针对终端消费者行为的市场调研报告。

促进本土品牌建设

在展会开幕前夕,京正·孕婴童展组委会举行了孕婴童2019·致敬匠心——中国母婴产业匠心之选颁奖盛典,邀请来自日本、中国北京和广州的知名品牌企业人士分享《匠心故事》。

据组委会有关负责人表示,该活动旨在通过探寻品牌背后的故事,为孕婴童行业带来不断创新的发展动力。业内人士表示,尽管孕婴童行业有数以万计的品牌与经营者,他们也在不断地创造财富空间,但也要关注母婴品牌的成长历程,给予正确引导。

有关专家表示,此次评选以“致敬匠心”为主题,旨在倡导关注身边最具匠心的企业,聚合向上力量,推动母婴产业健康有序地成长。

京正·孕婴童展致敬匠心 发掘本土品牌

■ 本报记者 兰馨