

创新会展·项目篇

大连工博会：行业互动亮点多

■ 本报记者 谢雷鸣

日前,2020(第二十二届)大连国际工业博览会(以下简称大连工博会)在大连星海会展中心和大连世界博览广场举办。作为大连市政府和上海市特别支持的沪连对口合作活动,本届大连工博会面向国际国内工业市场,搭建贸易合作桥梁,提供高新技术展示平台。

记者从大连工博会组委会了解到,本届展会规模近2万平方米,400多家展商携数千个品牌赴大连参展,其中海外品牌占35%,包括山崎马扎克机床(辽宁)有限公司、格劳博机床(大连)有限公司、富士电机大连有限公司、日本电产(大连)有限公司等知名企业。整机设备约占30%,材料及零部件占50%以上。

涵盖工业全领域

据大连工博会组委会相关负责人介绍,本届展会涵盖工业全领域,包括机床及工模具、机器人及工厂智能化、电子工业、五金工具、焊接

与切割、铸造压铸热处理、塑料橡胶、工业清洁、环保产品、轴承、工业铝材、物流及包装设备等。

本届大连工博会同期举办了2020大连国际智能制造论坛、人工智能与机器人教育专场论坛、大连人工智能共享智慧新生活论坛等专业技术会议及论坛,专家依据当前工业发展形势,深度解读行业动向,以增进参会者对工业领域最新技术的了解,促进企业面向智能制造转型升级,增强各地区企业之间的交流合作。

此外,本届大连工博会组委会还通过抖音、快手等多种网络平台,邀请具有全国影响力的工业领域知名平台“焊接之家”等进行现场直播,约20%的参展企业在现场组织各种形式的“云展示”。

大连工博会创办于1999年,历经二十多年的发展,通过专业化、市场化、国际化、品牌化运作,已成为我国东北地区工业领域面向世界的重要窗口和经贸交流合作平台。

亮点纷呈引关注

大连工博会组委会相关负责人介绍说,本届大连工博会有以下四大亮点。

一是AI成果展示贯穿全场。人工智能正在深度驱动各行业进入前所未有的变革期,也在加速前沿技术向生产力转化。本次展会,机器人表演贯穿全场,展示国内顶尖的人工智能成果。如宇树科技携最新款四足机器人—莱卡机器狗亮相现场,产品在算法控制上展现了极高的能力。

二是大连本地名企亮相。大连市政府组织了大连三协精密模具有限公司、共立精机(大连)有限公司、大连百傲化学股份有限公司、大连德泰馨瓷环保科技有限公司等知名企业参展,这些企业展示了机床装备、化工材料、防疫物资、环保产品、纳米材料等最新技术成果。

三是“互联网+工业”立体呈

现。本届大连工博会全新打造“互联网+工业”发展趋势,从上游的传感器、工业以太网到中游的软件、机器人,到下游的智能物流、数字经济,各个环节均有众多相关企业参展。

四是日本企业看重大连工博会。在后疫情时代,国际贸易通道亟须打通,大连工博会的国际平台作用愈发凸显。日本公益财团法人神奈川产业振兴中心大连代表处、杭州阿耐思特岩田友佳空压机有限公司、株式会社长津制作所所长津安光学部件(无锡)有限公司、旭德东来物流(大连)有限公司等日资企业参展。

沪连合作续新篇

记者了解到,今年上海、大连两市对口合作进入第四年,大连工博会项目合作已走向流程化、规范化。今年,上海市长宁区精选了区内25家企业参展,参展面积近1000平方米,涵盖航空工业、时尚创意工

业、人工智能产业及算力、算法等高新AI技术。

其中,行业领军企业—科大讯飞(上海)科技有限公司的智能语音技术、深兰科技(上海)有限公司的智能驾驶、智能机器人、AI CITY、生物智能技术,上海氢豚机器人科技有限公司的全智能机器人,芯讯通网络科技(上海)有限公司的无线蜂窝通信以及卫星定位多种技术平台,上海腾天节能技术有限公司的建筑智能化系统均受到观众的关注。

在本届大连工博会同期,其组委会举办了2020沪连合作高端论坛,与会业内人士共商深化上海市与大连市对口合作大计。沪连合作高端论坛作为推进沪连合作的重要平台与载体,承载着交流先进理念、汇集各方智慧、凝聚思想共识、深化务实合作的重要责任和使命。论坛进一步促进沪连交流合作迈向更高层次和水平,全面推动沪连两地互利共赢、协同发展。

第三届进博会筹备进入冲刺阶段

本报讯 第三届中国国际进口博览会还有不到一个月的时间将在国家会展中心(上海)如期举行。

作为全球首个以进口为主题的国家级展会,在全球范围新冠肺炎疫情尚未得到全面控制的背景下,第三届进博会是一场特殊的东方之约。空中、陆地、海洋,全球展商迎风破浪,前来赴约;一手抗疫,一手办展,进博会筹备进入冲刺阶段。

据悉,为确保进博会举办,上海海关推出14项通关便利措施,让企业少跑路,让数据多跑路,使展品“无纸化通关”,线上完成展品的申报审核和通关放行。上海海关所属的会展海关通过一站式“一窗通办”随时响应进博会需求,在主要通关现场开设进博会“专用

通道”和“专用窗口”,全天候服务进博会人员及展品进出。此外,海关允许展品在展会结束后转入特殊监管区域开展跨境电商业务,以促进实现“展品变商品”。

国家会展中心(上海)所在的上海青浦区发挥“一网统管”平台在城市治理方面的优势,推进城市管理的信息化、智能化。同时,继续以“城市会客厅”的定位,通过18个方面细化任务清单,按照挂图作战的要求扎实推进进博会市容环境保障工作。9月15日,“戮力同心·助力进博”青浦区绿化市容行业全领域应急演练暨“席地可坐”高标准保洁演示活动在核心区会卓路开展,通过行道树倒伏处置及“席地可坐”高标准演示,进一步提升快速反应和精细处置能力,凝心聚力确保一流的城市环境和服务保障。

为保障进博会的健康、安全,有关部门制定了国家会展中心(上海)办公楼宇、会展场馆等空调通风系统的检测工作计划。为了进一步锻炼队伍、梳理流程,强化各保障单位之间的协作协调能力,9月28日,上海市卫健委组织医疗卫生保障、疫情防控、公共卫生监督、病媒生物防制队伍进行了第三届进博会第二场全链条实景综合演练。

“新时代,共享未来”,上海各部门正在用实际行动向世界表明,第三届进博会,上海准备好了! (宗赫)



第二届健康中国大会吸引多项目落户南京

10月11日,第二届“健康中国”发展大会暨中医药产教融合大会(以下简称“健康中国”大会)在南京溧水举行。共和国勋章获得者、中国工程院院士钟南山视频致辞。

全国首个健康实践示范区建设评估报告发布

此次“健康中国”大会期间发布了首个《“健康江苏”实践示范区建设评估报告》,这也是全国首个健康实践示范区建设评估报告。

据介绍,首届“健康中国”大会于2018年10月10日在南京溧水举办,溧水被授予“民革中央康养产业实践基地”“健康江苏实践示范区”,并成为“健康中国”大会永久会址。

目前,南京溧水已初步形成全域康养、中医药传承创新发展等八个示范样本。健康产业实现了全面突破,全球顶级、全省首家规模化康复医院—江苏省康复医院,国内单体面积最大的国家极限运动馆,拥

有全球最大室内滑雪赛道的国家冰雪极限运动训练基地、天安未来生态城等一批示范性健康项目在溧水落地开花。

一批重量级品牌规范和项目落地

此次“健康中国”大会上,教育部学校规划建设发展中心和溧水区人民政府签订了共建中医药产教融合示范区合作协议。根据协议内容,双方将在溧水推动建立中医药发展相关的教育、医疗、产业体系,打造全国中医药产业发展的样板;还将每两年组织召开一次全国中医药产教融合发展大会,打造集学术交流和展览展示于一体的综合性交流平台。

同时,全国非处方药(OTC)品牌集群在会上宣告成立。中国质量认证中心主任陆梅发布了《绿色农贸市场示范评价标准》《无想田园品牌评价规范》等6个技术评价规范,这也是全国首批大健康标准技术评

价规范。其中,《健康食堂评价标准》首次为机关食堂、学校等单位的营养健康、健康餐饮服务评价等提供指导;《健康社区示范评价标准》首次在满足社区基本功能的基础上,为人们提供更加健康的环境、设施和服务。

近年来,南京市坚持把卫生健康事业发展作为重大民生工程,大力实施“健康南京”战略,取得了新的重要成效。下一步,南京将进一步强化民生导向,不断加强医疗健康产品服务供给,大力推动优质医疗资源向基层流动,更好满足人民群众对医疗健康服务的新需求;进一步强化创新导向,深化产学研合作和中西医结合发展,推进重大科技平台建设,增强健康产业发展创新支撑;进一步强化内需导向,立足国内大循环、促进“双循环”,支持医疗健康企业做大做强,加快推动南京新医药与生命健康产业综合竞争力迈入全国前列。(南贺)

为更好实现“进得去、找得到、谈得起来”的目标,本届广交会从用户注册、内容管理等多个方面对平台进行了升级完善,比如简化采购商注册验证登录流程,宽进易入;增设虚拟展馆栏目,方便采购商在线逛展并寻找目标企业;升级移动端供采对接功能,让洽谈更便利。

聚焦美国、欧盟等重要贸易对象和“一带一路”沿线国家,本届广交会将在重点目标市场举办30余场“云推介”活动。值得一提的是,此次将推出“云对接”新模式,利用数字化信息技术,在法国、乌克兰、阿联酋、坦桑尼亚4个国家开展“云对接”,助力企业开拓海外市场。(毛雯)

第二届“网上广交会”10月15日开幕

本报讯 第128届广交会将于10月15日至24日继续在网上举办,这是自广交会举办以来的第二届“网上广交会”。截至10月9日,已上传展品超226万个。

作为中国对外开放和国际贸易合作的重要平台,广交会已连续举办63年,受新冠肺炎疫情影响,今年6月中下旬,第127届广交会首次以网络形式举办。据介绍,目前各项工作进展顺利,本届广交会将继续按16大类商品分设50个展区,预计展位总数约6万个,境内外参展企业约2.5万家,与首届“网上广交会”规模相当。

为更好实现“进得去、找得到、谈得起来”的目标,本届广交会从用户注册、内容管理等多个方面对平台进行了升级完善,比如简化采购商注册验证登录流程,宽进易入;增设虚拟展馆栏目,方便采购商在线逛展并寻找目标企业;升级移动端供采对接功能,让洽谈更便利。

聚焦美国、欧盟等重要贸易对象和“一带一路”沿线国家,本届广交会将在重点目标市场举办30余场“云推介”活动。值得一提的是,此次将推出“云对接”新模式,利用数字化信息技术,在法国、乌克兰、阿联酋、坦桑尼亚4个国家开展“云对接”,助力企业开拓海外市场。(毛雯)

《中国展览业大事记(1949-2019)》出版发行

本报讯(记者 毛雯)日前,由中国会展经济研究会组织编写的《中国展览业大事记1949—2019》出版发行。该书以编年体和纪事本末体相结合,汇集了新中国自1949年至2019年七十年里共1809宗会展历史事件,涉及展览场馆设施、经济贸易展览会、展览主办及服务机构、展览业行政管理及规划、政策、法规、行业教育科研以及展览业中外交流诸多方面。其中,1978—2019年会展历史事件占70%以上。全书约52万字。

中国会展经济研究会会长袁青在该书前言中表示,编写并出版《中国展览业大事记1949—2019》,旨在通过重大会展历史事件客观反映新中国经贸展览业的发展脉络。其将发挥三方面功能:一是存史。此书将分散的历史资料通过梳理、考证,按年以事件呈现,使大量珍贵的历史资料得以汇集和保存。二是资治。此书将为研究中国展览业的历史与发展提供资料,发挥“以史为鉴,可知兴替”的作用;三是教化。可为讲好“中国故事”提供素材,助力展览业的职业教育。

作为中国展览业第一部大型历史资料工具书,《中国展览业大事记1949—2019》将对会展业当前的“四史”学习提供历史资料。

走进新时代 共享未来

青岛国际会展中心
Qingdao International Convention Center

2000年投入使用

会议室45间
室内展览面积 60,000m²
室外展览面积 50,000m²
无柱活动空间 20,000m²

山东省青岛市崂山区苗岭路9号
www.qdicc.com.cn
0532-8898777

本栏目由青岛国际会展中心独家赞助

会展新说

新媒体营销成会展业新生产力

■ 王海宇

9月初,在宁波国际会展中心举办的2020中国糖果零食展览会暨全球高端食品展览会(简称2020全食展)现场,专业经销商与会者都能快速找到意向产品并进行洽谈。那么,众多经销商与会者又如何从数百家参展企业中快速对接到心仪产品呢?事实上,在这背后离不开新媒体营销形成的激发效能。

需提出的是,此次全食展新媒体营销,除专业内容输出外,还起到了一个至关重要的作用,就是帮助专业经销商提前发现心仪产品。藉此,笔者愿分享新媒体营销的三点体会和经验。

第一,媒体先行,助力经销商精准定位。在全食展开幕的前5个月,新媒体运营团队在各垂直领域对企业产品和品牌进行全方位、多角度的推广和宣传。其中,专业解读企业品牌和产品优点有助于经销商多聚拢了解到其有需求的产品。同时,还通过微信朋友圈对参展企业进行“9格图”分享,让经销商直接看到需求的产品。

与此同时,新媒体团队根据展会的时间节点,分批次、分品类,对参展企业进行集中投票和经销商百强预选人员投票,通过“病毒式”的裂变方式,将参展产品对接给经销商;而对经销商投票也让参展企业充分了解专业经销商代理产品和主要渠道,为精准对接提供了重要依据。

在2020全食展开幕前,组委会已在《中国冰淇淋》新媒体对参展企业进行了4批次集中投票,5批次经销商集中投票。此外,在《中国糖果》《零食快报》进行了20多批次的经销商和参展商的集中投票。通过新媒体集中将参展企业的产品提前曝光,有助于经销商对参展展品进行提前预览和了解,方便其高效完成此次全食展组委的选品。

此次全食展组委会利用短视频,让参展企业负责人线上与经销商进行邀约,并在微信朋友圈推送分享。全食展组委会以新媒体矩阵形式,通过专业内容输出,吸引并沉淀了大量以经销商、采购商、渠道商为主的精准群体。

第二,传递价值,输出观点。对于新媒体营销,笔者认为,既是独立的个体,又是与展览项目运营相互呼应的整体。其独立在于,每一个垂直行业的新媒体微信公众号都聚焦所属行业,通过专业的编辑团队,充分挖掘行业信息,包括行业突发新闻、热点新闻、品牌关注,以及经销商专访等,并以客观的视角,向行业传递正能量,为经销商提供选品方向和思路,为企业对行业发展方向和趋势的把握,提供有价值的参考。

同样,新媒体运营也是展览项目相互呼应的整体。此次全食展组委会为参展企业提供的媒体宣传服务,在展前、展中、展后三大关键时间点通过新媒体的形式,将参展企业产品、品牌、理念传递给经销商和采购商,以帮助其吸引更多优质客户。同时,还为品牌提供专题宣传服务,以文字的方式将品牌产品带到经销商、采购商面前。

不可否认,传递价值、输出观点是新媒体营销的价值所在。在

新经济时代的市场竞争下,行业经销商需要专业的新媒体营销团队帮助其甄别好的产品,更需要一个专业的新媒体运营团队生产专业内容,帮助其了解行业发展方向和趋势。

第三,新媒体营销大有可为。尽管随着短视频、直播的爆发,以图文为主的微信公众号逐渐“老去”。但在笔者看来,无论是微信公众号,还是短视频、直播,在未来相当长的一段时间内仍大有可为。也就是说,新媒体营销,依旧是企业最快捷的获客方式。但前提是,企业要有过硬的好产品。

对于垂直新媒体来说,粉丝群体虽然精准却数量有限。这意味着,对于大众品牌而言,这个偏向B端的新媒体其实是不被品牌所认可的,尤其在短视频、直播火爆的当下,C端已经成为品牌方专题投放的主要选择之一。

所以,新媒体本身不是变现的产品,而是帮助产品变现的工具。拿此次全食展来说,全食展就是变现的产

品,新媒体就是帮助全食展营销的工具。因为有了全食展的存在,全食展组委会的新媒体才有品牌商投放专题。同样,也正因为新媒体能够持续输出有价值的信息,才能让更多的经销商和企业了解全食展。

可以肯定,新媒体营销前景很好。但全食展新媒体运营团队却不能有丝毫“懈怠”。因为在信息爆炸的时代,全食展要做的是用优质内容换取“读者时间”,用好新媒体工具,帮助参展企业的产品变现。

(作者系北京龙品锡展览有限公司总经理)

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处