

第31届国际孕婴童展：双模式促融合

■ 本报记者 胡心媛



日前,第31届京正·北京国际孕婴童产品、学前教育及装备博览会(以下简称国际孕婴童展)在北京中国国际展览中心举办。

本届展会汇集了孕婴童行业全产业链各个环节的品牌厂商,包括各类玩具、教育、幼教产品提供

商及服务机构。琳琅满目的展品、丰富多彩的活动,为观众带来了全新的观展体验,助推孕婴童行业的发展。

各类展区精彩纷呈

新冠肺炎疫情并没有浇灭展

商和观众的热情。在展会现场,记者看到各类展区都用特色展品吸引观众。

近些年,联名IP的品牌在市场上受到欢迎。记者远远就看见呆萌的大黄鸭形象,陈列柜上摆满了婴幼儿沐浴产品。

“我们很早就看上大黄鸭这个IP了,直到去年才拿下授权。新品一上市,市场就打开了。”该展区相关负责人告诉记者,联名IP的产品受到市场欢迎,比如大黄鸭纸尿裤,2013年刚上市,众多“宝妈”就迷上了“萌哒哒”的大黄鸭卡通形象。

记者在婴幼儿奶粉展区了解到,早在两年前,母婴店为了延长顾客的生命周期,纷纷引进4段奶粉,儿童奶粉逐渐成为市场新的风向标。本届展会上出现不少儿童奶粉厂家的身影。

“今年儿童奶粉很火,母婴店的货架上要是没有1~2款儿童奶粉,老板都不好意思说自家店的奶粉品类齐全。”一家奶粉展台的负责人对记者表示,如今母婴渠道的诉求在于,既要儿童奶粉,还要把儿童

奶粉品类细化。记者看到,参展的儿童奶粉品牌中,有厂家喊出“功能细分”的口号,长高的、护眼的、益智的,卖点多多,精彩纷呈。

除了奶粉展区,营养品的展区也很火,观众络绎不绝。逛过几家品牌后,记者发现大部分营养品厂家都在大力宣传“药食同源”的营养品。

一位专门经营婴幼儿营养品的参展商对记者表示,在疫情发生初期,营养品市场较为火热,尤其是乳铁蛋白、益生菌等产品,被许多消费者购买。随着疫情防控进入常态化,营养品的销售有所回落。尽管如此,不少消费者非常重视自身身体机能及宝宝免疫力的提升,依然愿意在营养品方面支出。

全方位提升体验

疫情不仅给世界经济带来巨大影响,也改变着人们的工作和生活方式。借助大数据、移动互联、人工智能等互联网技术,“云会议”“云学习”“云购物”等“云”场景大量涌

现。据展会组委会主任邓正学介绍,本届展会首次尝试了“云展会”模式,让线上与线下同步联动,为观众打造全方位观展体验。

记者从组委会处了解到,为保障直播效果,此次线下展会设置了“星探官”角色,由行业资深人士带领直播。直播内容不仅包括产品的探访、展示、解说,工厂流水线的画面、市场情况等也被切入到直播间,力求使展会在线下有限的空间里无限放量。

“通过视频直播,企业可以更广泛地进行产品展示和贸易促单。”邓正学表示,本届国际孕婴童展闭幕后,展会组委会将通过培训会等新渠道,将抖音、快手等多元“种草”模式渗透给中小微企业,利用平台优势,结合专业讲师,指导大家如何优化资源、整合会员,盘活私域流量。

邓正学表示,“云展会”将作为线下展会的辅助项目,长期线上举办。企业若有品牌拓展、产品市场推广等需求,可预约“京正公益直播平台”,提前参加“云展会”。

信息集结号

世界职业技术教育展 将设六大活动

本报讯 2020世界职业技术教育大会暨展览会将于11月18日至20日在山东青岛举行。展会将设置开幕式、青岛中德职业教育基地、中德产教融合联盟揭牌仪式、校企合作项目签约、国际论坛、平行论坛展览展示等六大活动。

本次大会以“产教融合背景下职业技术教育与新基建人才培养”为主题,旨在打造一个国内外职业技术教育沟通与交流的优质平台,教育专家与企业人士分享世界范围内职业技术教育的发展趋势、实践与经验。

据介绍,本次大会采取线上线下相结合的办会模式,线下展示职业教育发展最新成果,线上利用新一代信息技术搭建“云上世界职教大会”和“云会展”平台,举办“全方位、立体化和永不落幕”的世界职教大会。已有30家国际组织、境外商协会及机构表达参会参展意向,200余家国际知名企业确定参展。(王伟)

广东恩平即将举办 演艺装备展

本报讯 2020中国(恩平)国际演艺装备展览会将于11月19日至22日在广东恩平举办。本届展会由恩平市电声行业协会主办、恩平市凝创信息科技有限公司承办。

本届展会共设置了三大空间展区,包括室内、室外、线阵音箱演示区,展会规模达15000平方米,231家电声企业参展,涵盖了九大电声产品类别,即麦克风、会议系统、调音台、功放、处理器、娱乐设备、直播设备、专业音箱、电声配件(电声器件、五金加工、塑料加工)。

恩平市电声行业协会相关负责人表示,2020中国(恩平)国际演艺装备展览会的举办,将提升恩平电声行业在广东乃至全国的影响力,也将带动本地服务业和文旅产业发展,为恩平电声行业引入人才流、资金流,助力行业发展。(何进)

江西将举办 首届教育装备展

本报讯 日前,江西省政府新闻办、省教育厅、抚州市政府宣布2020首届江西教育装备(抚州)展示会将于11月20日至22日在抚州举办。

本届展示会以“交流、展示、合作、发展”为主题,将设置职教设备、体育用品及设施、校园后勤装备、研学实践教育、学前教育、教育信息化、智慧实验室设备、平安校园建设和智慧图书管理、论坛、南城校具等六大展区,展会规模达2.2万平方米,设置1100余个标准展位,已有240余家企业确定参展。

据江西省教育厅相关负责人介绍,教育技术装备作为教育改革发展的技术支撑和物质基础,是提高教育质量、推动教育现代化的重要条件保障。举办教育装备展示会,将给教育部门、各级各类学校和广大师生带来现代教育技术装备赋能教育教学的新体验。(骆辉)

厦门民宿展 将设五大功能区

本报讯 中国厦门民宿产业交易展览会暨第二届中国(厦门)民宿产业投资峰会将于12月4日至7日在厦门国际会展中心举办。

记者从主办方处了解到,本届民宿展将分成五大功能区,涵盖精品民宿及精品酒店特卖展区,全国超200家民宿品牌将进行现场特卖。此外,还有区域民宿展区民宿集群,省市区域性品牌区以及民宿行业相关供应链展区,主舞台区也将连续四天为观众带来精彩纷呈的活动。

本次展会旨在联合全国各省市民宿行业协会,整合民宿产业生态供应链,推动民宿产业招商和融资,帮助民宿品牌销售产品。(刘珂)

中国环卫展突出产业链的适配性

■ 本报记者 谢雷鸣

11月13日至15日,由中国城市环境卫生协会主办的2020中国城市环境卫生协会年会暨2020中国环卫博览会(简称中国环卫展)在北京中国国际展览中心(新馆)举办。本届中国环卫展分为8个主题展区,200多家企业参展,展会规模超过45000平方米。

据悉,本次大会主题为“展望垃圾分类新时代,共创中国环卫新发展”,旨在全面展示环卫领域先进理念、技术、设备与解决方案,推动我国环卫事业的健康发展。

和往届中国环卫展相比,本届展会更注重环卫产业链的适配性,展示内容包括垃圾分类、收集、转运、处理以及道路保洁、除冰雪等环卫行业全产业链产品和系统解决方案,可满足环卫行业一站式采购需求。

郑州宇通环保科技有限公司携W4纯电动洗扫车、纯电动扫路机、W10纯电动餐厨垃圾车等多款新能源产品参展,还突出展示了宇通环卫纯电动专用底盘。除了室内静态区的展示,W18纯电动洗扫车在室外作了动态展示。据展区负责人介绍,作为一款“宇通环卫专用底盘+上装+三电集成”的纯电动保洁车辆,W18纯电动洗扫车具有零排放、无污染、噪声低、持续作业长等优点,操作简便舒适、清扫效果好,省时省力,可用于城市道路清洁。

深圳市能源环保有限公司展示了一款集合了消毒、清洁功能的机器人。据该公司相关负责人介绍,这款机器人是公司近两年研发的产品,可以代替人工实现家庭或公共场所的智能消毒。在疫情防控常态化的背景下,该产品拥有较广市

场,受到部分用户的好评。

浙江联运环境工程股份有限公司是一家致力于环境产业项目咨询、策划、建设、运营和维护的企业。该公司此次携LY-LJFL206-4智能回收箱4.0版等垃圾分类设备亮相。这款产品是对之前投入市场的智能可回收箱的改良升级版,其内部集成了无线数据传输模块、传感器模块、称重模块等功能,并结合平台功能,实现对垃圾分类回收箱的智能化管理。

“用户可通过扫描二维码选择开启不同的分类箱,垃圾箱能够自动检测垃圾投递结束,自动关闭箱体门,并且在关门过程中,实时检测防夹。箱门关闭后,还会对所投放的垃圾进行称重。”该公司负责人介绍说。

据了解,浙江联运环境工程股份有限公司已进驻杭州市近100个社区网点,覆盖5万余户居民,形成了一批可复制可推广的重点案例项目,如杭州市余杭区智慧垃圾分类项目,余杭区东湖街道生活垃圾分类覆盖29个小区,累计约3万多名居民,人均垃圾减量达到1kg以上/日,参与率98%以上。

中环洁环境有限公司携“智慧环卫管理平台”和“垃圾分类管理平台”两大系统,用科技的力量为传统的环卫行业增添一抹亮色。智慧环卫运营管理平台依托于物联网、云计算、移动互联网、空间地理信息等新一代信息技术,满足政府与城市环卫数据共享、案件上报、应急处置、作业管理、垃圾全流程监管的需求。该公司依托该平台打造了安徽黄山项目,在新安江流域生态治理工作中发挥了一定作用。



侨博会:做好“全球买、全国卖”文章

■ 胡丁于

11月14日至16日,第三届华侨进口商品博览会暨青田进口葡萄酒交易会(以下简称侨博会)、首届国际咖啡博览会在浙江青田举办。

本届侨博会以“青田洋货、世界超市”为主题,设立9大展区,参展商品来自60多个国家和地区。有数百名来自世界各地的参展商及5000多名来自中国各地的专业采购商参加展会。

丽水市市长吴晓东在开幕式上表示,作为浙江承接中国国际进口博览会溢出效应的十大平台之一,本届侨博会将更加注重在“双循环”大格局下,做好“全球买、全国卖”文章,努力为海内外客商精心打造“永不落幕”的进口商品交易会。

本届侨博会展会规模达9万平方米,共设1800个展位。除主展区和市场展示区外,主办方还增设美妆、咖啡

等展区。主宾国为法国。据统计,本届侨博会受邀参展的进口葡萄酒企业达800家,咖啡类进口企业100家,美妆类进口企业100家。

据介绍,本届侨博会将延续往届经典活动——全球名庄和珍稀葡萄酒拍卖会及2020年百款(top100)精品葡萄酒评选大赛。主办方表示,该活动将提高葡萄酒评选大赛和葡萄酒拍卖会的准入门槛,突出精品酒庄概念,提高中国、青田进口葡萄酒集散中心的品牌形象。2020年百款(top100)精品葡萄酒评选大赛也能为专业采购商提供一份更便捷、更适应中国市场的进口葡萄酒单。

新冠肺炎疫情防控常态化的背景下,本届侨博会邀请人员均为在中国工作生活的人员,未邀请在海外工作生活的相关人员参展。在展品检测方面,主办方会同相关部门,

对所有进口展品开展检验检疫、规范采样、监测、消毒等工作。主办方还对关键岗位人员开展核酸检测,对进入展区的物品进行清洁消毒和监测检测。

首届国际咖啡博览会充分发青田华侨华人资源和咖啡产业基础优势,挖掘咖啡全产业链经济价值,并引入多个国际名企及世界各国的原豆咖啡,丰富“世界超市、购物天堂”内涵。据统计,青田共有300多家咖啡店,每天要喝掉1万杯意式浓缩咖啡,每年人均消费咖啡50杯。

据了解,侨博会于2018年首次举行,现已成为浙江省重点进口展览平台。数据显示,此前两届侨博会累计吸引来自70多个国家和地区的近900家进口商企业参加,参展参会的专业采购商超过5000名,境外葡萄酒酒庄1072家,累计意向成交额超过40亿元。

世界智能网联汽车大会:车联生活 诠释智能

■ 本报记者 谢雷鸣

近日,2020世界智能网联汽车大会(WICV 2020)暨第八届中国国际新能源和智能网联汽车展览会在北京中国国际展览中心(新馆)举办。本届展会由北京市政府、工信部、公安部、交通运输部、中国科协共同主办,主题为“智能新时代,车联新生活”。

今年大会在线下举办实体展会的同时,首次推出“云展览”平台,线上线下相结合,打造全新的展览模式。

其中,线下实体展会规模达4万平方米,设立十大特色板块,吸引了120余家企业参展,展车超过130辆。线上展会为期30天,实现24小时全天候内容输出,多维度展现展品,采用语音、文字和视频多样的方式沟通,实时互动,为展商、观众提供沉浸式互动体验。

展品聚焦前沿科技

今年展会进一步突出“智能网联汽车”主题元素,展品更具科技含

量。同时,进一步优化展区布置,通过整车及关键零部件展区、自动驾驶科创企业集群等室内外展区,全面展示国内外智能网联汽车、关键零部件和产业链上下游,以及关联领域的前沿科技和最新成果。

今年众多汽车及ICT(信息通信)企业在抗疫期间表现亮眼,大量智能网联新技术投入使用,无人驾驶消毒车、核酸检测采样车等引起社会广泛关注。为展示智能网联车企及关联企业在防控疫情方面的贡献和科技成果,本届展会设立了抗疫专区。

东风集团、上汽集团等整车企业携新能源和智能网联新车型亮相。一大批汽车产业链及上下游相关公司纷纷参展。国家新能源汽车技术创新中心、中汽数据有限公司等公司设置了展区。

场景展示多元化

今年展会进一步完善智慧城市广场的规划布置,利用各类场景全面模拟,展示智能网联汽车在未来生活

场景中的应用。展会为展商提供个性化的定制服务,通过独立场地、特殊设计和定制化项目,提升对展商的吸引力,让企业参展获得更大回报、更佳效果,丰富展会及体验活动的内容和形式。

今年组委会还进一步丰富体验的形式和内容,北汽和滴滴合作的无人驾驶出租车Robotaxi正式加入体验与演示。观众可通过App下单叫车,Robotaxi车队自动驾驶到达指定地点接送,通过一段社会道路,安全抵达自动驾驶封闭演示场地。

据介绍,在实现自动驾驶方面,目前可率先落地的典型应用场景包括以卡车为主的物流场景、港口码头、固定路线区域接驳、道路清扫、智能出行、矿区等。本届展会首次组织自动驾驶商用车(含卡、客车)进行综合道路公开演示体验活动和挑战赛,金龙客车、陕汽重卡、江淮轻卡、安凯客车等企业带来颇具震撼效果的演示,各参与方通过多项

测试实况比拼,一试高下。

展会上还首次展示真实场景的无人配送体验服务,美团、新石器参展商带来了无人配送车、无人售卖车体验,提供真实场景的无人配送服务。观众可通过App选择自己想要的食品,在相应指定区域的承接点收到货品,与实际外卖配送程序与流程相一致。现场还动态展示了一种智能移动垃圾分类桶:它在沿着场馆内路线行进的过程中,遇到有人需要处理手中的垃圾时,即可自动停下分类接收垃圾。

产业发展入新生态

在前两年大会基础上,按照疫情防控要求,今年的展会进一步创新办展模式,更突出智能网联汽车科技元素,在实现展览展示、论坛会议和动态活动三大板块协同联动的基础上,呈现“四个结合”的特色。

线上与线下相结合。今年展会采取线下展览展示与云直播、云展览相结合的形式,除展会指定直播

服务商外,同时拓展扩大各相关媒体的线上直播广度和力度。

展览展示与特色活动相结合。今年展会打造“线下+云”双平台展览模式。除设立整车、关键零部件、自动驾驶科创企业集群、ICT和人工智能、5G车联网与智能交通等主题展区外,还设立新基建和智能网联商用车展区等特色展区。

汽车制造硬实力与ICT(信息通信)软实力相结合。大会旨在建设新能源和智能网联汽车产业跨界融合新生态,持续提高ICT企业的参展比重,加速汽车与ICT产业的深度融合,充分发挥软件赋能汽车的巨大力量,推动新能源和智能网联汽车产业的发展进程,培育新时代科技创新的新增长点。

促进汽车消费,实现直播与促销相结合。今年展会开幕日恰逢“双11”全民购物日,展会组委会与北京顺义区商务局等机构合作,带动相关“爆款”车型的销售,尽可能拉动消费。