

创新会展·项目篇

北京茶博会：一场不能缺席的“茶叙”

■ 本报记者 兰馨

“年初就预定了展位，计划拓展华北市场。”湖南安化思宁茶叶有限公司(以下简称思宁茶叶)销售负责人谢思宁表示，这是思宁茶叶首次启动华北市场计划，没想到却因为受疫情影响而“出师不利”。令人欣慰的是，尽管晚了几个月，但终于我们还是到北京参展了。

据了解，因受新冠肺炎疫情影响，原定档期4月举办的第十二届中国(北京)国际茶业及茶艺博览会(以下简称北京茶博会)，于11月20日在北京全国农业展览馆开幕。

中茶将走进迪拜世博会

本次北京茶博会期间，2020迪拜世博会中华文化馆全国茶区启动仪式、工行融e购·茗茶商城上线仪式同步举行。据介绍，为弘扬和传播中华优秀传统文化，推动中国文化企业和产品走向世界，中华文化促进会以“文化·民心相通的桥梁”为主题组织建设的中华文化馆将首次亮相2020迪拜世博会，这也是我国参展世博会以来首次建设中华文化馆。

“开启未来智能茶产业‘优·善·美’新时代。”中国农业科学院原院长、中国农业国际合作促进会会长崔浩渠表示，我们要以一带一路茶文化交流和茶生活方式传播为纽带，以推动茶产业升级为目标，促进中华文化全球传播，提升中华文化软实力和新时代文化自信自信。

目前，中华文化馆以“一叶千年·与世界共享一杯中华好茶”为主题，成立了2020年迪拜世博会中华茶文化(茶产业)专项委员会。

据介绍，2020迪拜世博会中华文化馆将在全国茶区举行系列宣传活动，希望通过迪拜世博会促进茶叶区域品牌走出去。

2020年迪拜世博会中华文化(茶产业)专项委员会秘书长徐浩表示，为了能在迪拜世博会上讲好中国茶故事，将中国茶叶推向全球，其专委会将按国际标准，遴选一批“2020迪拜世博会中华文化馆优选茶”。

2020迪拜世博会作为首次在中东地区举办的世博会，因受疫情影响，展期延至2021年10月1日至

2022年3月31日举办。

中茶出口额小幅上涨

全国农业技术推广服务中心园艺处副处长冷杨在北京茶博会期间举行的中国茶叶出口贸易论坛上表示，今年，我国茶叶产销总体上是稳定的。今年18个茶叶主产省茶园面积约4640万亩，春季干毛茶总产量133万吨，与上年相比基本持平。销售方面，总体看鲜叶价格比上年略增，保证了茶农增收。尤其是“5·21”国际茶日宣传效应、电商带货、消费扶贫等措施促进了茶叶销售。据估算，全国春茶产值达到1700亿元左右，比上年略增。出口方面预计，今年茶叶出口量基本保持上年水平，出口额小幅上涨。

此次论坛期间，有关方面签署了《中欧地理标志协定》，并就中国茶如何获得更大的国际市场、湄潭茶产业如何做到全球共享、中国茶叶的出口优势、雨林联盟的认证等话题进行讨论，旨在为中国茶叶出口出谋划策。

数据显示，我国现有约4600万

亩的茶园，280万吨的鲜茶年产量，合每100个人3亩茶园，每人干茶占有量4斤。

农业农村部种植业管理司司长潘文博表示，茶在我国种植业生产中占有重要地位，对农民的增收有重要作用。今后，茶叶要走高质量发展之路。

潘文博认为，中茶除绿色发展之路外，还要走青年人之路，茶叶要进学校、进课堂，茶叶要与咖啡、西式饮料争夺年轻人市场，这是一个巨大的市场空间。

茶企抢占华北市场

事实上，除上述安化企业迫不及待想进入华北市场外，云南茶叶挺进北方市场已上升为区域发展战略。在北京茶博会现场，中国农业国际合作促进会茶产业委员会、云南省茶叶流通协会组织了云南好茶的推介，希望云南茶能在华北市场占有更大的市场份额。

云南双江是全国唯一的拉祜族佤族布朗族傣族自治县，茶产业已成为双江群众脱贫致富的支柱产业。目前，全县茶园面积已达

28.4万亩，有机茶园面积4.6万亩，古茶树面积12.4万亩，其中百年以上栽培型古茶树2.2万亩。

目前，云南双江勐库大叶种茶两次被全国茶树良种审定委员会审定为全国优良茶种，冰岛茶是勐库大叶种茶的代表。

“进一步推动云茶在北京乃至北部地区的推广，拓展云茶消费市场，助推云茶产业发展。”云南有关方面的负责人表示，云南是古茶树的发源地，有着得天独厚的茶叶种植自然条件，目前，云南高品质产品和公共品牌的普洱、滇红、滇绿，已形成“主体+特色”的茶叶产业构架。

“以茶叶为源头，已发展成为连接上下游的产业链。”据云南龙园号茶业有限公司副董事长李朝康透露，成立于1999年龙园茶业，经过20多年的发展，已是集茶叶种植、生产、加工、销售、科研、茶文化、茶体验、茶旅游等为一体的现代化综合性茶叶企业。目前，龙园茶业的目标是，走出云南，继进入华北市场后，将加快“走出去”的步伐，寻求更大的市场空间。

携手合作 共同开放

2020年新冠肺炎疫情大流行对世界经济的影响是前所未有的。全球产业链供应链循环受阻，国际贸易投资萎缩，大宗商品市场动荡，金融等领域风险更加凸显；各国国内消费、投资下滑，就业压力显著加大，企业特别是中小微企业困难凸显；市场主体的恐慌情绪和悲观预期短期内难以得到彻底缓解。在这一特殊时期，第三届中国国际进口博览会如期成功举办，体现了中国同世界分享市场机遇、推动世界经济复苏的真诚愿望。

新冠肺炎疫情大流行使世界经济不稳定不确定因素增多，世界各国比任何时候都更需要开放合作。中方在进博会上向世界各国发出要致力于推进合作共赢、合作共担与合作共治的共同开放的呼吁，为动荡的世界找到了能够振奋人心的航标。

在经济全球化举步维艰、产业分工和贸易链条面临“退化”风险的背景下，进博会展馆的大门如期敞开，欢迎各国展商进驻，就是世界各国携手共进、共同应对风险挑战的最生动写照。在特殊时期举办的进博会，不仅创造了切实的合作交流成果，为各国共克时艰带来启示，也为全球经济复苏注入正能量。如今进博会已经成为全球共享的国际公共产品，成为中国改革不停顿、开放不止步的生动宣示。由此可见，尽管逆全球化浪潮一度甚嚣尘上，但是各国走向开放、走向合作的大势没有改变。经济全球化深入发展，把世界各国利益和命运更加紧密地联系

在一起，形成了你中有我、我中有你的利益共同体。

当前世界经济格局与各国产业分工体系业已形成，美国、欧盟、中国、日本的GDP之和占了全世界的三分之二，这些重要经济体也是全球产业链的中心。然而，突如其来的疫情重创使各国经济活动普遍受挫，甚至短暂停摆，全球生产雪上加霜，全球产业链面临断裂的风险，这种危害性是2008年金融海啸所没有的，必须引起世界各国足够的重视。目前，疫情不仅持续蔓延且还有反弹趋势，美国和欧洲的情况尤其严重，可能大幅反弹，将对经济活动进一步造成严重阻碍，导致复苏步伐持续放缓，经济疲软可能出现恶性循环，进而引发典型的经济衰退、导致经济二次探底，全球经济正在面临更加严峻的考验。

(官鸣)



日前，第十届中国国际警用装备博览会在北京国家会议中心开幕。本届警博会以“聚焦科技最前沿、智领警务新时代”为主题，设立了智慧安防装备、刑事技术装备等16个展区，将传统的“以装备类别划分展区，规模达4.3万平方米，创历届之最。在举办线下展览的同时，首次开设云上警博会，打造了线上线下一体办展的全新展览模式，600余家中外参展企业同步在线上线下展出最新的警用装备产品。云上警博会分大会概览、云上展厅、装备总览三个模块，满足用户在线观看的需求。

(毛雯)

京港经贸洽谈会加强服务业合作

本报讯(记者毛雯)日前，由北京市人民政府、香港贸易发展局等联合主办的第23届北京·香港经济合作研讨洽谈会(以下简称京港洽谈会)首次采用线上、线下相结合的模式举办。这是新冠肺炎疫情背景下，一次推动及深化京港经贸的务实合作。

香港贸易发展局主席林建岳表示，未来京港合作可以聚焦三大方面，即金融及金融科技、专业服务业，以及科研成果商业化。香港作

为国际重要的金融中心，在如何完善金融相关配套制度、人才和市场开放等方面拥有丰富的经验，可以与北京金融界联手，向北京及京津冀地区、华北及东北地区的企业提供融资服务，助力其拓展海外市场。

而在服务业合作方面，京港双方要特别把握经济数字化、网络化、智慧化的发展趋势，加快服务贸易数字化的国际合作，加大知识产权保护和网络信息安全防护，积极促进数字经济、共享经济等领域

的蓬勃发展。香港在现代服务业方面具有先发的优势，可以发挥所长，加上北京的实力，京港携手合作，将在国家双循环发展中担当更多引领作用。

自1997年起，香港贸发局与北京市人民政府每年举办一届北京·香港经济合作研讨洽谈会，旨在持续加强京港两地的经贸合作。

香港特区政府行政长官林郑月娥、香港特区财政司司长陈茂波等出席京港经贸洽谈会开幕式。

会展传真

澳门会展业加快转型升级 为提振经济注入新动力

本报讯 日前，澳门一年一度的三大指标性展会——第二十五届澳门国际贸易投资展览会、澳门国际品牌连锁加盟展2020以及2020年葡语国家产品及服务展(澳门)在澳门同期举行。这是内地恢复办理居民赴澳门旅游签证之后，首个由澳门贸易投资促进局主办的大型会展活动，为提振澳门经济注入了新动力。

会展业是澳门推动经济社会发展适度多元化发展的重要着力点，近年来发展迅速，成效显著，澳门也因此荣膺“亚洲最佳会议及展览城市”。会展业的快速发展，带动了相关周边产业的发展，尤其是中小企业的发展。然而，一场突如其来的新冠肺炎疫情，让澳门会展业几乎处于停滞状态，整个产业链处境艰难。

面对新冠肺炎疫情这场“大考”，澳门特区政府将会展业的转型升级提上议事日程。向云端广交取经，学习新型科技应用，打造澳门“互联网+会展”模式……这次的三大展会在传统活动基础上，创新实现线上线下高效联动，着力突出在线直播、在线展厅、在线推介会等方式，同时提供在线会面洽谈工具和“云配对”等服务，效果良好、成果颇丰。

尽管澳门“云端漫步”还面临着硬件和软件方面的诸多困难，但变压力为动力，在“倒逼机制”下加速前进。

(任敏)

“中国-东盟博览会”LOGO成南宁一张名片

本报讯 近日，南宁市城市照明管理处完成了南宁国际会展中心“中国-东盟博览会”LOGO的维修改造，改造后的LOGO颜色更鲜艳明亮，与会展中心“朱槿花”及周边景观绿化遥相呼应。

南宁国际会展中心“中国-东盟博览会”LOGO投用多年，表面老化褪色，影响景观亮化的效果以及LOGO的形象。近日，南宁市城市照明管理处对会展“中国-东盟博览会”LOGO进行维修改造，以崭新的面貌喜迎“两会”，向八方宾客展现南宁地标的靓丽风采。

据悉，本次“中国-东盟博览会”LOGO翻新工程遵循原有造型设计，先将LOGO表面暗淡无光的旧膜拆除，然后对整体钢结构进行除锈、防锈等处理，再进行新反光膜的粘贴。其中朱槿花瓣色彩与东博会徽色彩一致，“CAEXPO”英文字母缩写采用纯白色，更新后光色更均匀，也更加凸显主题。崭新的“中国-东盟博览会”LOGO具有很强的现代性及艺术性，使会展中心景观更加光彩夺目。

(黎兆齐 黄小红)

第十届广州国际灯光节 借数字化创新

本报讯 日前，2020年第十届广州国际灯光节拉开帷幕，广州进入了为期12天的灯光节时间。

被誉为城市客厅的珠江新城，是广州旅游标志性的打卡地点，展示着广州全新的城市活力形象。今年，灯光节将延续往届传统，将主会场设置在花城广场和海心沙两大区域。其中花城广场作品区域主题为“幸福时光：城市腾飞”，《时代·虹光》《时光·沙漏》《时空·共生》3组灯光作品从北向南依次展出，设计师将对于时间和城市空间的思考，融入幸福彩虹的炫丽视觉效果，呈现广州缤纷鲜活的城市特质，展现广州传承创新的城市光彩。

此次广州国际灯光节，最大的创新和亮点，无疑是首次打造的8组线上灯光节作品。借助数字技术，白云山、五羊雕像、陈家祠、中共三大会议纪念馆、北京路、永庆坊、解放纪念雕像、广州塔，8处代表性的羊城景点，将在线上披上靓丽灯彩，在提高灯光作品展示效果的同时，打造出群众游览的个性化场景，吸引更多参与体验灯光节。

作为世界三大灯光节之一，十年来，灯光节的举办也引领着国内各大城市举办灯光秀演的潮流，并为促进广州夜经济发展，注入了全新活力。

(隋晶)

会展新说

从传统展会复兴看新媒体与专业展的品牌传播

■ 王海宁

近日，笔者参加了亚洲打印技术及耗材展览会(Re China，亚印展)的新闻发布会。在此次发布会上，笔者注意到，将于2021年5月在上海世博展览馆举办的亚印展已是第17届，根据其组委会的介绍，此次亚印展预计规模为1.5万平方米，近300家展商参展，专业观众预计达1.2万人次。

为什么要关注一场寻常不过的展前新闻发布会呢？事实上，在这背后离不开新媒体营销形成的激发效能。众所周知，此次亚印展新闻发布会的召开除了向行业正式公布展会日程之外，还起到了一个至关重要的作用，就是告诉参展商、经销商和行业企业，要为明年参展、参会开始提前行动了。

随着数字经济发展提速，给传统展览项目带来了极大的挑战和压

力。于是，展会服务创新成为传统展会“救命稻草”。为此，笔者以亚印展为例，从传统展会利用新媒体的运营模式，分享个人的一些看法和意见。

首先，媒体先行。笔者注意到，此次亚印展的一大特色是与300家媒体合作，高频次的为第17届亚印展和印刷行业加大宣传力度。据亚洲打印技术及耗材展组委会项目有关负责人透露，与媒体合作，是亚印展自2020年起启动的服务模式的一部分。事实上，在亚印展新闻发布会召开前近半年的时间，其新媒体运营团队已开始筹划新闻此次发布会，这其中还包括之后对参展企业品牌和产品的全方位宣传。此外，专业解读企业品牌和产品优点，帮助经销商多渠道了解到展品。

与此同时，亚印展新媒体团

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，将通过“病毒式”的裂变方式，将参展产品多批次，高度渗透给经销商。

此次亚印展新闻发布会除专业媒体之外，还通过微信短视频进行新闻发布会内容传播，让制造企业 and 经销商能够快速获悉展会信息。同时，还将吸引大量以经销商、采购商、渠道商为主的精准群体关注。

其次，传递价值，选出好品。亚印展不仅仅是行业产品的展示平台，也是行业发展的风向标。随着移动互联网时代的快速发展，人们的生活和办公节奏都在加快，在线印刷与图文快印，从某种意义上正在成为大印刷行业最具活力的领域。因此，打印技术及耗材行

业，成为朝阳产业。

处在时代的变革下，于亚印展组委会而言，旨在帮助亚洲打印技术及耗材行业深耕中国市场，打好“内循环”战役。同时，通过在线对接国际买家和线下对接相结合的方式，继续为国际买家和外贸出口企业服务，做到内需与外销两手抓，成为亚印展的价值所在。

最后，新媒体营销助力亚印展提升品牌影响力。虽然线下展会是实现企业与经销商精准对接的关键平台，但仍离不开线上新媒体的作用。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，企业要有一

个过得硬的好产品。

于是，可以看出，此次亚印展依托垂直新媒体矩阵，利用短视频、直播等新媒体工具，帮助参展企业全方位多角度地宣传产品，提升品牌影响力，同样对于经销商来说，新媒体宣传也是能够帮助其快速发现好产品的最佳方式。

(作者系北京龙品锡展览展示公司总经理)

王

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处