

北京妇博会：消费升级带动品牌塑造

■ 本报记者 胡心媛

12月12日至13日，由北京市妇女联合会、北京市贸促会、国家会议中心联合主办的2020中国（北京）国际妇女儿童产业博览会（以下简称妇博会）在北京国家会议中心举办。受新冠肺炎疫情影响，本届展会延期举办，展会现场依然人气高涨、气氛活跃。

据组委会相关负责人介绍，自2009年举办首届以来，妇博会先后服务了近697个企业、889余个品牌，其中80%以上为母婴行业中高端品牌。各类互动活动已经深度影响了观众，推动了品牌普及和渗透工作。

本届展会同期举办了2020北京（国际）早期教育发展论坛，早期教育和家庭教育领域的专家围绕“养教相济——孩子成长过程中的教与养”这一主题交流互动。

打造“一站式”体验服务

据悉，本届妇博会以“关注妇女儿童，共享美好生活”为主题，展品涵盖了孕妇产品及服务机构、儿童教育及培训机构、儿童食品及辅食、儿童用品、儿童玩具、家具、鞋服等多个方面。

记者看到，很多业内企业布置了人文气息浓郁的展区，向充满兴趣的观众推介自身品牌。有参展商表示，这一行业关系母婴健康，品牌的重要不言而喻，参加展会有利于自身品牌建设。

现场根据不同年龄段家庭的需求，设置了别样孕味专区、孕妇音乐会、宝宝运动会、中央大舞台炫动舞台秀、免费亲子乳业游、儿童成长教育展玩具部落、儿童动漫专区、炫酷科技秀场、儿童文化专场等，让观众

一站式体验不同风格、教学特点的各类课程活动，在表演中认识自我、开展合作、增强信心。

很多家长表示，现在很多传统的东西在生活中越来越少了，带孩子来的目的是让他们接受传统文化的熏陶。一些参展商表示，幼儿就是未来，很多优秀的传统文化要想传承，就一定要在儿童中做好教育工作。只有让孩子们亲自动手，才能激发兴趣，触动孩子的内心，使他们切身感受传统文化，了解传统文化，进而传承传统文化。

记者在现场看到，童橙研学携《发现二十四节气里的健康秘密》图书、教学套装、智慧研学机器人等产品亮相，为研学实践、劳动教育、亲子教育等机构提供优质课程和全新教学解决方案，关注度较高。据童橙研学展区负责人介绍，《发现二十四节

气里的健康秘密》图书融合中国传统文化经典的二十四节气于食育之中，帮助小朋友收获知识、提高能力、健康成长。

促成消费闭环链条

当前，在消费升级的推动下，宝家家庭的生活方式已发生变化，85后、90后宝家家庭成为消费主力。孕产妇美容美体、宝宝早教、亲子户外、智能家居等非传统母婴场景带来消费新需求。

记者了解到，妇博会在国内率先引入高端互动体验活动，大型亲子嘉年华活动形式丰富多彩。互动体验活动感染了现场诸多观众，企业通过试玩、试用等活动实现信息传递，使观众对企业主推产品从认知逐渐迈向认可。部分观众直接成为企业的会员，实现现场品牌渗透

的闭环链条。

本届妇博会延续了往届的特色活动，比如丽家宝贝“欢乐亲子嘉年华”、趣味成长教育秀、“别样孕味”孕妈妈专区、炫动舞台live秀。相较往年，这些活动在情节上增加了很多“80后”“90后”的元素，如“跳房子”“推沙子”、巧娘剪纸等游戏，颇能勾起“80后”“90后”家长的回忆，家长与孩子共同参与活动，乐在其中。

伊利、蒙牛、三元、娃哈哈、飞鹤、贝因美、惠氏、美赞臣、雀巢、孩之宝、芭比娃娃、迪士尼、乐高、贝乐学科英语、纽约国际儿童俱乐部等名企均参展。每一家参展企业都通过各具特色的互动体验活动来展示自身的差异化特性，力求使客商、终端家庭及潜在合作伙伴深入了解自身品牌，促成合作。

信息集结号

武汉农博会开幕在即

本报讯 12月16日，以“乡村振兴·科创先行”为主题的2020年第17届中国武汉农业博览会将在中国光谷科技会展中心正式开幕。这是武汉获批建设国家现代农业产业科技创新中心后举办的首场农业展会，展会将集中展现湖北省乃至全国的部分最新农业科技成果，搭建农业科技企业合作平台，助力武汉疫后重振，推动湖北武汉农业农村高质量发展。

本届武汉农博会设有6大展区，展会规模达2万平方米，大幅提升科技感和专业度，除农业科技展区、数字农业与金融展区、脱贫攻坚展区、全省乡村振兴展区、精致农业展区外，首次设立国家农业科创中心主题展区。武汉、南京、太谷、成都、广州5家国家农创中心及华中农业大学、中国科学院水生所等科研院校均已确定参展。

在本届武汉农博会上，精彩纷呈的专业论坛、银企对接会、推介活动也将成为一大亮点。

（刘珂）

随州菇博会将有三亮点

本报讯 由中国食用菌协会、湖北省农业农村厅、随州市政府主办的2020湖北·随州国际香菇产业博览会将于12月25日至26日在湖北随县举行。与上一届相比，本届随州菇博会将呈现三大特色。

一是展区划分更加科学。本届随州菇博会按照“地域和行业分类布展”，规划设置国内主产区展馆、省内主产区展馆、随州县市区展馆、随县扶贫成就展馆、地区名特优农产品展馆、香菇机械和全产业链科技七大展区，集中呈现食用菌行业的最新动态。

二是展销方式更加多样。本届随州菇博会将是一场专家、学者、企业、菇农多方参与、“线上+线下”立体互动的大会。线上甄选了一系列优质特色产品，由人气主播直播讲解、相关领导线上推介、特邀嘉宾连线互动；线下将邀请商超、餐饮企业、采购部门、经销商、投资商、电商企业等现场交流，现场品鉴，为产销对接牵线搭桥。今年还将采取线上线下两种签约方式，市县领导将分别与高等院校和龙头企业签订战略合作协议。

三是品牌打造更加全面。本届随州菇博会将进一步融合乡村振兴、农业供给侧结构性改革等元素，通过优化产业布局、要素配置、菌种研发、产供销等，推动香菇产业转型升级。

目前，2020年随州菇博会各项前期筹备工作进展顺利，并已全部做好疫情防控保障工作。

（张悉鹏）

哈尔滨雪博会将设冰雕工具展区

本报讯 记者日前从2021哈尔滨冰雪博览会组委会获悉，2021哈尔滨冰雪博览会特别设立冰雕工具展区，观众可近距离接触冰雕工具，感受哈尔滨冰雪文化特色。

哈尔滨冰雪博览会举办时间为2021年1月3日至8日，由哈尔滨市政府主办、哈尔滨市贸促会承办。冰雕工具展区将呈现各类冰雕工具。据悉，建筑类冰雕主要以冰块堆砌为主，在雕刻过程中需要使用油锯、刨刀、冰铲、冰锤等20余种工具。（马野元）

湖南廉桥将举办首届中医药产业博览会

本报讯 湖南廉桥首届中医药产业博览会将于2021年1月16日在邵东市廉桥镇开幕，为期3天，由邵东市政府主办。展会规模约2万平方米，根据产业特色实行分类布展，共设立中医药产业展区、健康产品展区、医疗机构展区、科研教育展区、中医养生护理产品展区及名优特展区等6大展区。

据悉，廉桥中医药企业将集中展示产业发展成果及特色优势，全国100个地道药材产区、17个中药材市场及40余家医药加工企业参展，预计参展企业逾500家，3000余名专业采购商到会洽商采购。通过前期精准对接，已促成各类合作项目总金额逾5亿元，将在开幕式现场举行签约仪式。（王昊昊）

放大城市优势 推进开放型经济

首届临沂进口展：

■ 何进

近日，山东临沂迎来了一场盛会。首届临沂进口商品博览会（以下简称首届临沂进口展）在临沂国际博览中心、临沂进口商品城举办。

首届临沂进口展由山东省商务厅、山东省贸促会、临沂市政府主办，临沂市商务局、临沂市贸促会、临沂商城管委会、兰山区政府承办，旨在充分放大临沂商贸服务型国家物流枢纽承载城市、“一带一路”综合试验区和跨境电商综合试验区优势，科学应对新冠肺炎疫情对外贸的影响，推动该市开放型经济高质量发展。

首届临沂进口展以“新时代、新会展、新贸易、新经济”为主题，坚持“政府引导、市场运作、社会参与、节俭办会”的办展原则，设置了综合展区、进口日化用品展区、进口食品饮料展区、进口日用百货展区、进口母婴用品展区、出口转内销展区等6个展区，吸引了来自35个国家和地区的419家企业，展会规模达2.5万平方米，到会观众4.9万人次。

记者了解到，首届临沂进口展具有以下四大特点。

一是出席嘉宾层次高，展会影响范围广。出席展会的嘉宾有日本通信贩卖协会事务局长万场彻、俄罗斯克拉斯诺亚尔斯克边疆区工商联驻鲁首席代表埃里克·图拉斯卡斯、中国亚洲经济发展协会会长权顺基、商务部电子商务和信息化司副司长蔡裕东、山东省商务厅副厅长吕伟、山东省贸促会副会长贺志军等。

二是展会策划定位准，专业化程度高。结合临沂商城特色和商品集散优势，根据进口商品行业发展趋势，按照打造知名进口消费品专业展会的定位，根据商品品类科学划分展区，还吸引了绿地全球商品贸易港、宁波进口商品中心、义乌中国进口商品城等专业市场。

三是论坛活动议题广，时代脉搏性强。展会紧紧围绕“双循环”新发展格局，同期举办了跨境电商峰会、直播电商峰会、国际合作交流会、进口商品渠道商峰会、投资合作洽谈会、临沂进口商品城购物节等6项活动。

四是展会营销模式新，服务保障实。推动会展和电商融合发展，打造了“进口商品优选”小程序线上平台，设置了直播电商展示区，开展了网红现场直播带货；创新宣传营销渠道，采用大数据精准推送、社群及事件营销等新兴方式进行展会推介；践行绿色发展理念，七成特装展位采用了新型绿色搭建材料，为发展绿色会展提供了有益探索。

据统计，展会现场交易额达1.27亿元，意向交易额达6.35亿元。

2020北京国际卫生防疫及生命健康产业博览会

呵护生命健康 探索合作路径

■ 本报记者 谢雷鸣

近日，2020北京国际卫生防疫及生命健康产业博览会在北京中国国际展览中心举办。此次博览会由中国国际商会指导，中国联合国采购促进会主办，叁陆零展览股份有限公司、北京中企世博国际展览有限公司联合承办。

中国联合国采购促进会常务副会长、秘书长王栩男在开幕式致辞中表示，新冠肺炎疫情在全球范围内蔓延，保护主义、单边主义上升，全球经济增长陷入停滞。在此背景下，以联合国采购为代表的国际公共采购贸易逆市上扬，为推动世界经济恢复和增长注入新动力。

王栩男介绍说，国际公共采购及紧急采购涵盖范围广、市场范围大，据估算，国际采购组织在全球的采购金额已超过上万亿美元。参与联合国及国际公共采购这一庞大的市场，有利于企业利用国际国内两个市场、两种资源更好地开拓国际市场。

“举办本届博览会，对于探讨国际应急医用物资采购创新发展新方向及我国生命健康产业的新趋势，践行联合国可持续发展理念具有重要意义。”王栩男说。

记者了解到，共有200余家业内企业注册参展，展品涵盖防疫耗材及原材料、传统中医药、生命健康类产品及智能医疗器械等多个类别。

在万孚生物展区，记者了解到，该公司今年开发了针对新冠病毒的多种检测产品。该展区相关负责人表示，系列化新冠病毒检测产品是人们与疫情抗争的有力武器，万孚生物目前能提供匹配不同应用场景的新冠整体解决方案。

云河药业携品牌及特色产品参展，展示云河药业品牌及特色产品。该公司参展的特色产品主要有云河龙血竭系列、虎力散系列、香果健消片、医用口罩、消毒洗手液以及云河液体创可贴。据介绍，云河液体创可贴使用方便，实用性很强，喷涂后可以在伤口表面快速形成透



明防水膜。

西智云生物科技有限公司是一家涉及高端绿色消毒、绿色养殖、环境生态修复的高科技创新企业，主要致力于单过硫酸氢钾系列产品的开发和应用。记者了解到，该公司的大健康系列产品的市场应用服务于八大领域，即生态修复、环境治理、水源保护、污水处理、农业养殖、健康居家、农残降解、食品生产加工类消毒等。

广东和信健康科技有限公司自疫情爆发之初就开发了针对新冠病毒的多种检测产品。“我公司目前拥有市面上较为齐全的新冠（抗原、抗体）系列等多款检测产品，从样本保存到核酸检测，我们一直在推陈创新。”该展区相关负责人王先生说。

主办方组织了欧美、印度、巴西、南非、中东、墨西哥等国家的使领馆和贸易

商参与线上采购对接洽谈。洽谈活动旨在为国内外企业打造零距离、低成本、高效率的平台，助力企业拓展国际市场，探索新的合作商机。

南苏丹共和国驻华大使馆临时代办、副馆长昆巴·蒙代表示，疫情为国际社会敲响了警钟，那就是大家要努力发展卫生事业。

“在这一特定期举办此次博览会是非常重要的。博览会将加强我们抗击疫情的力量，使我们能够在考虑到卫生部门的重要性和构建人类命运共同体的理念下，继续建立强大的卫生系统并在全球范围内真诚合作。”他说。

此次博览会同期举办了防疫物资采购、应急与创新医学高峰论坛等活动，参会人士共同探讨数字化、智能化、远程化的生命健康发展路径，分享交流医院管理方法和医疗技术。

首个“全球会议目的地竞争力指数”出炉

（上接5版）

《指数报告》显示，全球排名前十的会议目的地城市分别是巴黎、伦敦、新加坡、巴塞罗那、东京、维也纳、柏林、曼谷、纽约、里斯本；中国除港澳台地区外排名前十会议目的地的城市分别是北京、上海、成都、深圳、广州、杭州、西安、重庆、武汉、南京。根据该报告显示，2020年，成都在全球国际会议目的地的竞争力指数总排名中名列第38位，也是我国除港澳台地区外排名仅次于北京、上海的第三城。

此次峰会还吸引了来自全球会议旅游行业的精英，他们分享经验，为成都招展引会、培育品牌会议提供共享平台并带来集聚效应。ICCA首席执行官森希·戈皮纳斯、成都市政府副秘书长、办公厅主任廖成珍、UFI亚太区主席仲刚、ICCA亚太区总监努尔·艾哈迈德·哈米德、ICCA亚太主席阿什温·戈奈斯科朗、GainingEdge咨询公司创始人兼执行主席盖里·格里莫、法国智奥会展集团GL Events大客户总监埃里克·艾布拉姆斯、Talk2Media首席执行官马特·皮尔斯、澳大利亚CIM Global董事总经理苏乔·戴及北京、上海、深圳、武

汉、长沙、重庆、西安等国内城市会展企业代表参加此次峰会。

首次发布“全球会议目的地竞争力指数”

据了解，该《指数报告》是ICCA全球首个围绕会议目的地的竞争力的专业研究，旨在科学评估各城市在世界会议业的发展方位，为全球城市提供会议产业发展数据支撑和市场评估。成都市博览局相关负责人介绍说，峰会的举办将进一步提升成都在全球国际会议业界的影响力，提升成都城市国际化水平和标识度。

资料显示，全球会议目的地的竞争力指数由ICCA国际大会及会议协会指导ICCA国际会议研究及培训中心，在多年会展指数数据积累的基础上，于12月首次推出。

“发布首个2020年全球会议目的地的竞争力指数，是ICCA和CIMERT开展研究项目之一，城市指数是基于各城市吸引国际会议的竞争力。我相信这一资源可以帮助目的地进行竞争分析、目标设定、产品开发、传播和品牌建设。我也相信所有与会者将从这次峰会中获得新的技能和知识。因此，我鼓励所有

与会者积极参与讨论，彼此交流，发掘更多会展行业的潜力。”森希·戈皮纳斯在视频发言中如是说。

“从排行榜的数据来看，成都在会议目的地宏观经济与生态环境、会议目的地专业国际化水平以及会议目的地营商环境等指标方面表现较为抢眼。”在努尔·艾哈迈德·哈米德看来，在形象感知指数打分过程中，成都在国际会议营商环境、法制环境、投资满意度以及政策服务满意度等方面得到了ICCA众多会员的肯定性评价，这些也为城市持续提升会议业国际竞争力打下了坚实的经济基础与感知优势。

该《指数报告》从影响全球会议目的地的竞争力的目的地的整体环境竞争力、目的地的会议配套支撑竞争力、目的地的会议专业竞争力与目的地的会议形象感知竞争力等四方面入手，衡量样本城市的全球会议目的地的竞争力发展状况与发展潜力，为各城市持续发展会议经济提供理论支撑与指标依据，弥补会展业界关于考察全球会议目的地发展竞争力与潜力的这一研究空白。

成都力争成为全国的市场世界

本次全球会议目的地的竞争力指

数结果充分体现其作为衡量城市会议业综合发展潜力的意义。值得关注的是，指数结果显示三大特点。

一是排名前列的会议目的地城市均在具有优良的会议目的地的专业竞争力的同时还重视提升整体环境竞争力、配套支撑竞争力与形象感知竞争力；二是排名前列的会议目的地的城市在会议业专业竞争力方面发展较为均衡，即目的地的会议国际化水平、目的地的国际会议规模、目的地的国际会议频率、目的地的国际会议行业实力以及目的地的国际会议经济效益均衡发展；三是样本城市间无论是总分还是各二级指标得分间差距较大，尤其是后发目的地城市应努力增加会议专业竞争力并重视其他三项二级指标的提升。

“可以看到，全球会议目的地的竞争力指数是一个城市发展会议业的综合考核指数。”ICCA国际会议研究及培训中心CIMERT相关负责人表示，提升目的地的会议业竞争力与发展潜力，既需要重视目的地的城市整体环境竞争力的增强，又需要高度重视会议业专业竞争力的提高，还需要长期关注目的地的城市会议的配套设施与形象感知的