

创新会展·项目篇

电博会或提速义乌数字供应链中心建设

■ 本报记者 兰馨

浙江义乌将推进全球电商直播经济中心和全球小商品数字供应链中心建设。日前,义乌举行2022中国国际电子商务博览会(以下简称电博会)线上新闻发布会宣布,以“发展高质量电商 构建新发展格局”为主题的2022年电博会将于4月11日至13日在义乌国际博览中心举办。

电博会由商务部、工业和信息化部指导,中国国际电子商务中心、中国电子商会、浙江省商务厅、义乌市政府主办,将设置设国际标准展位2300个,展览规模超过5万平方米。

根据义乌发展规划,跨境电商仍是该市今后5年重点发展目标之一,内外贸有望突破1.1万亿元,其中跨境电商将突破2000亿元。义

乌发展规划还显示,当地将以数字贸易为牵引,塑造“内外贸联动、全链条融合”小商品贸易枢纽新场景。

构建跨境电商服务全链条

据介绍,本届电博会将吸引亚马逊、拉扎达、虾皮、新蛋等知名跨境电商第三方平台及独立平台企业参展,涵盖东南亚、拉美、非洲、韩国等,为企业提供海外销售渠道。同时,将有跨境物流、海外仓、知识产权、金融支付、商标注册、代运营等企业参展,进一步完善跨境电商服务体系,为采购商提供“一站式”跨境服务采购。

本届电博会将设置数字贸易展区、知名电商平台展区、跨境电商展区、电子商务示范企业/跨境电商综

合试验区展区、电子商务服务企业展区、直播电商展区、农村电商展区、品牌供应链展区8个展区,旨在展示国内外最新电子商务研发和应用成果、最新技术和产品服务以及电商平台、金融服务、物流快递、技术支持、数据服务、精品网店等电子商务全产业链服务。

搭建直播电商全景生态

据悉,本届电博会将汇聚细分垂直类、小众类国货产品,以“内容+兴趣”“文创+研发”为方向,将吸引1200多家产品供应链企业和20多个产业集群参展。

据电博会组委会相关负责人介绍,“国货+潮流”衍生出的新“国潮”是当下的消费新动向、新趋势。

其中,玩具、食品、电器、服装等领域的新国货品牌以及网红产品将参展,为企业选品和供应链合作提供更多元的选择。

电博会期间将设置网红直播、短视频、社群团购、海外市场四大赛道,引进各类知名直播平台和MCN机构,搭建网红经济全景生态,形成示范引领和辐射带动效应,为参展企业在网红孵化培育、运营模式创新、品牌升级、私域流量打造等提供平台。

借峰会智能助力义乌创新

记者了解到,电博会期间将举办2022中国国际电子商务峰会。峰会以《“十四五”电子商务规划》和商务部《关于加快数字商务建设服

务构建新发展格局的通知》为蓝本,聚焦“发展高质量电商、构建新发展格局”,邀请业内人士围绕消费数字化升级、“数商兴农”“丝路电商”、商务领域数字化转型与赋能、数字商务服务创新等开展深入探讨。

此外,还将举办2022世界数字贸易大会。大会将以“数字贸易新业态、国际商贸新发展”为主题,利用“一带一路”倡议、中欧投资协定、区域全面经济伙伴协定(RCEP)战略机遇,培育数字贸易竞争新优势。

相关数据显示,2021年1月至11月,义乌实现电子商务交易额超过3428.86亿元,同比增长21.50%。其中,电子商务内贸交易额2500.33亿元,同比增长23.09%;跨境电商交易额928.53亿元,同比增长17.41%。



北京冬奥制冰系统贯穿“绿色办奥”理念

本报讯(记者 胡心媛)日前,经过一系列测试活动、测试赛,北京2022年冬奥会冰上场馆的优质冰面受到国内外各项目选手好评。北京冬奥会的7座冰上场馆的冰面具有环保、环境可持续性的特点,从设计到执行,“绿色办奥”的理念贯穿始终制冰方案。

北京冬奥会冰上场馆采用节能型制冷系统、环保型制冷剂,积极推动了国际奥委会的可持续发展战略。其中,二氧化碳制冷系统的使用,率先为世界做出环保和可持续发展的示范,R449A制冷剂的选择,将使北京冬奥会成为冬奥会历史上冰上场馆制冷剂GWP(全球变暖潜能)值最低的一届冬奥会。

记者从北京冬奥组委了解到,为使北京冬奥会的场馆更环保、更具可持续性,在国际奥委会和国际专家的支持下,北京2022年冬奥会积极研究制冷剂的国际发展趋势和当前实用技术,与制冷行业专家多次会商讨论,确认了两种制冷系统可以选择:一是二氧化碳跨临界直接制冷系统,适合常年制冰的场馆,如国家速滑馆等;二是传统制冷系统,适合不需要常年制冰的场馆,如水立方、国家体育馆等。

北京大学教授、国际天然地质研究领域专家张信荣认为,二氧化碳跨临界直接制冷系统具有安全性高、能耗和运行成本低、环境友好等优点,且全部热量可回收利用,是冰上场馆能源系统中最有前景的工质之一,可使场馆

能源系统冷热一体化高效运行,在全球范围内都具有广阔的应用前景。

国家速滑馆制冰技术方案由诸多专家反复论证,在与北京冬奥组委、国际奥委会制冰专家的讨论中,二氧化碳跨临界直冷制冰技术被提出。

“国际单项体育组织专家曾说,国家速滑馆使用国际惯用的环保制冰技术就能达到冬奥比赛标准。经过18个月摸索,中方团队把历届冬奥会速滑馆制冷系统资料翻了个遍,对世界所有制冷剂优劣特点逐一分析,最终拿出了更先进的制冰技术。”参与国家速滑馆建设的工程师宋家峰说。

环保考量是重要因素。据宋家峰介绍,北京冬奥会之前,在全世界范围内,从未在大型冰上场馆中使用过二氧化碳跨临界直接制冷系统。二氧化碳制冷产生的余热回收后,可以提供70摄氏度热水用于生活热水和除湿再生等用途。相比传统制冷方式,国家速滑馆采用二氧化碳制冰能效提升30%,一年可节省约200万度电。

北京国家游泳中心、国家体育馆和五棵松体育中心均为2008年夏季奥运会的主场馆,并将在2022年冬奥会期间承办冰壶和冰球比赛。为响应“绿色、共享、开放、廉洁”的理念,3个场馆在对设备供应商、设计工程师和服务提供商调研后选择了R449A制冷剂。



31家名企签约第五届进博会

■ 辛闵

第五届中国国际进口博览会企业商业展招展大幕已经拉开。日前,联合利华、宝洁、朝日啤酒、三菱综合材料、斯凯奇、亚马逊等31家企业集体签约第五届进博会,签约展览面积近1万平方米,3家企业签约成为虹桥国际经济论坛会员。

同期举办的2022年进博会新年交流会,则围绕《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)实施和进博会将给企业带来哪些新机遇展开研讨。RCEP正式生效,将为中国构建新发展格局提供有力支撑,也为全球经济复苏注入正能量。

作为中国构建“双循环”新发展格局的窗口、推动新一轮高水平开放的重要载体,进博会在助推RCEP实施方面将发挥怎样的作用?

中国国际进口博览局副局长刘福学表示,RCEP成员国是进博会的重要参展国,第四届进博会吸引了900多家RCEP成员国企业参展,展览面积约10万平方米,企业数数和面积占比均超过四分之一。

刘福学说,“RCEP的生效和进博会的举办相得益彰,将为进博会越办越好插上翅膀。进博会将继续发挥国际采购、投资促进、人文交流、开放合作四大平台作用,成为构建新发展格局的‘示范窗口’,也将持续助力RCEP高质量落地,成为RCEP实施的‘试金石’。”

与会嘉宾表示,RCEP的生效实施向全世界发出支持自由贸易和维护多边贸易体制的强烈信号,为区域乃至全球经济复苏和增长注入强劲动力。进博会参展企业可充分

利用协定中的关税优惠、原产地规则、服务贸易及自然人移动等方面的规定,扩大参展和进口规模,调整优化区域内产业布局。此外,作为进博会的重要组成部分,虹桥论坛应进一步发挥影响力,围绕建立与国际经贸规则接轨的主题,汇聚政商学界智慧,为区域一体化、经济全球化贡献更多力量。

参会企业表示,在区域合作加速的背景下,进博会作为外国企业迅速进入中国市场重要平台的价值将进一步显现。大家对于第五届进博会成功举办充满期待,希望借助进博会的平台优势,为中国以及全球客户提供更符合需求的高质量产品,并与各界人士加强经济前沿议题的交流,共同推动开放贸易、合作共赢。

2022年玉林市加快人口进城集中签约仪式暨房地产业家装展销会日前在广西玉林举办。此次活动以“创业安居玉林城 享受美好新生活”为主题,在玉林城区设主会场,在北流、容县、陆川、博白、兴业、福绵分设6个会场。

(张翔)

会展传真

中国参展荷兰世园会在京推介

本报讯 2022荷兰阿尔梅勒世界园艺博览会推介会日前在荷兰驻华大使馆举行。记者了解到,本届荷兰世园会主题为“发展绿色城市”,将于4月14日至10月9日在阿姆斯特丹大区阿尔梅勒市举行。

本届荷兰世园会是新冠肺炎疫情发生以来举办的首个A1类世园会,是全球花卉园艺界期待已久的盛会。这场世界级的花事盛宴将对提振全球花卉行业信心起到至关重要的作用。

(钟欣)

2022 汉诺威工博会新展期确定

本报讯(记者 兰馨)德国汉诺威展览公司日前宣布,鉴于目前新冠肺炎疫情发展形势,原定于4月举办的汉诺威工业博览会延期至5月30日至6月2日举行。新展期将为参展商和观众预留筹备时间,葡萄牙为2022年合作伙伴国。

据介绍,本届汉诺威工博会展期4天,以“工业转型”为主题,展览内容分为自动化、动力及传动、数字生态系统、能源解决方案、物流、工业零部件及解决方案、全球商业与市场和创新技术及未来生产。展览主题涵盖数字平台、工业4.0、IT安全、二氧化碳中和和生产、人工智能、轻型结构和物流4.0。展会期间将举办相关会议和论坛。

山东将创办黄河流域跨境电博会

本报讯 山东省第十三届人民代表大会第七次会议宣布,2022年,山东将稳住外贸外资基本盘,实施外贸稳提质行动,稳定劳动密集型产品出口,扩大高新技术产品、机电产品和高附加值农产品出口。山东将继续办好日本、韩国、RCEP区域3个进口博览会,创办黄河流域跨境电商博览会,深化鲁台、鲁港、鲁澳经贸合作,扩大核心设备、关键技术及民生消费品进口。

会议强调,将出台数字贸易创新发展实施意见,全力发展跨境电商、市场采购、海外仓等新业态。用好“选择山东”云平台,办好跨国公司领导人青岛峰会、中国企业论坛、连线世界500强等品牌活动,创新“以企招商”“以商引资”,吸引更多跨国项目落地。

(鲁晴)

绍兴财政出台重大节会展会经费支出标准

本报讯 财政部官网日前发布信息称,浙江绍兴近年牢固树立政府过“紧日子”意识,坚持勤俭办节、经济办会,率先在全省出台全市重大节会展会经费(简称节会)支出标准,以经费支出标准化引领经费使用规范化,实现节会经费支出标准范围扩大80%、节会经费部门直接支付占比提升40%、节会费用成本下降20%。

绍兴严把节会审批关,强化源头抓管理。一是夯实制度基础。绍兴市委、市政府联合印发《关于做好2021年全市重要会议活动相关工作的通知》,要求全市各部门、各单位坚决落实中央八项规定精神和党政机关厉行节约有关规定,严格执行节会的必要性、可能性,并对节会主办承办单位、领导邀请等提出规范性要求。年度节会实行年初申报受理、一次性审批下达,原则上年中不追加。三是强化统筹管理。坚持零基预算、总量控制、厉行节约原则,做到先有预算、后有支出,严禁超预算或无预算安排。财政支出由国有企业支出的节会经费均由财政部门进行预算审核把关。

(胡峰)

会展新说

创新国际表达下审视会议遗产的重要性

■ 胡中华

长期以来,会展业被誉为经济产业发展的“晴雨表”和“风向标”。鉴于当下会展业已呈现“展中有会”“会中有展”的局面,不论是展览还是会议,两大属性或多或少有所体现。倘若更深一步比较,则展览行业“晴雨表”的特征相对明显,“风向标”则在会议行业体现得更全面,特别是国际大会及会议协会(ICCA)认可的国际峰会。

过去几十年,我国会展业不断发展,业界对ICCA的会议属性并不陌生,其中一个标志性的特色便是——需要公共机构的参与和支持才能赢得举办权。越是权威的ICCA会议,竞标周期越长。当然,其影响力也越深远,“风向标”的会展属性越强。这个独特的时间维度特征,使得甲方投标代表团是否足够“高瞻远瞩”显得尤为重要,会议遗产思维便由此产生。

会议遗产思维的对象主要是参与顶层国际峰会的项目干系人,具体可以分两类。一是直接项目干系人,也就是国际峰会的竞标团队,经典的结构是“政府+协会+地方龙头企业”。例如,挪威2020年在新能源汽车市场一举成名,随即挪威的名字在一系列汽车相关的国际论坛与中国齐名——中国市场最大,挪

威则渗透率最高。倘若再细分,汽车行业的国际知名展览有五个,但会议方面,国际官方认可的规模最大且历史最悠久的新能源汽车峰会则有一个,即世界电动车大会(EVS35)。无独有偶,挪威正是2022年第三十五届世界电动车大会(EVS35)的举办国。世界电动车大会(EVS)为世界电动车协会(World Electric Vehciel Association)旗下的唯一官方项目,包含其官方学术期刊——世界电动车学刊(World Electric Vehicle Journal)。与大多数的ICCA峰会一样,EVS一般提前3至4年就已确定主办国,也就是说,挪威在其打出知名度前便已中标,这里揭示了国际峰会的第一个风向标职能——国际峰会可承担目的地政府对外产业中长期发展的成果展示的功能。鉴于权威的国际峰会较少出现“今年决定明年的举办地”的情况,倘若使国际峰会的举办与宏观产业发展计划有机结合,国际峰会在地区政府产业顶层设计的前期就要纳入其视线范围,法国当年举办第32届世界电动车大会便是很好的例子。因为这个特殊的时间要素一定程度上承担了第二个风向标职能——对内“军令状”的角色,倒逼执行团队必须如期完

成相关指标,保证在国际舞台上如期展示相关成果。比如,早在2018年,挪威的纯电动车渗透率已突破30%,2019年上升至42%,2020年成功过半。2022年最新的数据显示,其2021年成绩继续攀升,达到65%,记录可谓逐年突破。

第二类则是间接项目干系人。他们包括的峰会咨询委员会的企业,有时也称赞助企业。例如法国智奥会展服务的国际航空运输协会(IATA)年会落户中国,中方企业自然功不可没。挪威今年承办的世界电动车大会的咨询委员会中也能看到特斯拉、极星、弗雷尔等知名企业的身影,埃隆·马斯克也在今年早些时候在推特为挪威打call。当然,峰会早期的参与企业一般为少数,大部分的峰会赞助企业一般是后期才参与。

尽管会议与展览早已相互融合,但深挖其中,会议是一个“强信息,弱展品”的交互平台。因此,在峰会上更强调深层信息的交互,展品则经常只是第一代模型。展览更侧重成熟产品的展示,信息深度要求相对偏弱,更强调信息接收群体的广度和效率。特别是行业类展会,参会与参展的一个典型的区别是,展览更多服务的是短期的目标,

经常是短期区域销售业绩;峰会更多服务的是企业的长期规划,例如新市场的早期开拓,新市场的开拓本质上是人脉的开拓,越是早期表现越为明显,即如何用最短的时间、通过最快的方式与最多的有效人脉建立联系。如此之后,顶层国际展览的功能才能派上用场。正如巴黎车展作为世界第一个车展,迎接过无数企业,但并非所有参展企业的车辆都能在法国乃至欧洲的路上跑。当企业发展已十分成熟时,企业大概率会再次回到顶层国际峰会,因为这是最好的集团中长期战略的宣传阵地,能坐享天然的媒体效应,平台的权威性也使新闻传播的穿透力更强,戴姆勒集团参加世界电动车大会时派出的演讲嘉宾为业界熟悉的康林松董事长便是最好的例子。行业观察家、股票投资专员等经常会将企业在顶层峰会中的动作作为企业未来发展趋势预判的参考,风向标的职能就此再次显现。这也要求参会企业在决策前充分认识到峰会的长期拉动功能,为此制定的长、短期市场开拓策略需要有所侧重。至于非行业性质的峰会,其风向标的特色更为显而易见。

这种长期会展战略思维即是前文提到的会议遗产思维。会议遗产

思维的引入是地方会展发展战略与地方产业发展战略有机融合的关键要素之一,促使会展的经济本质属性更为凸显。至于如何让会议遗产的影响力最大化,对于相关地方政府和参会企业来说,主要有五大步骤:一是制定明确的中长期目标;二是前期广泛充分动员一切潜在利益相关方;三是针对“卡脖子”痛点,有的放矢,设计峰会参与方案,而非简单的时段堆砌或浅层的产品展示;四是如实执行相关方案;五是充分发挥媒体的作用,使峰会参与的影响力最大化。

以上为笔者的观察与思考。在此与业界分享,愿会展业早日走出疫情阴霾,恢复如前,发挥更大的平台与经济价值。

(作者系法国智奥会展国际部项目经理)

文章仅为作者观点,并不代表本报立场。本栏目署名文章涉及版权,转载请开明白名单。