

展览会议标准化专题论坛线上举办

搭建会展行业信息互联互通平台

■ 本报记者 胡心媛

4月25日,中国服务贸易标准化论坛——展览会议标准化专题论坛在线上举办。本次论坛由中国贸促会商业行业委员会主办,中国贸易报社、中国贸促会农业行业分会、北京服务贸易协会等协办,并得到了ISO展览会议国际标准化工作组的支持。

从今年1月底开始,中国贸促会商业行业委员会面向全国公开征集中国贸促会商业行业委员会展览会议标准化技术委员会委员。ISO展览会议标准化工作组也于上月底召开了首次全球会议。

展览会议标准化专题论坛介绍了工作组首次全球会议的有关情况,并围绕会议展览行业的现状、趋势、前沿技术及标准化展望作了探讨,努力为会展行业搭建信息互联互通平台。

纵谈展览会议变化

中国贸促会商业行业委员会秘书长姚歆表示,ISO展览会议领

域标准化工作时隔14年重启,已呈现三个变化:第一,牵头国家由外国变为中国,实现了中国在展览会议国际标准化领域“从买票听戏到登台唱戏”的重大转变;第二,国际参与度更为广泛,中国贸促会商业行业委员会利用国际联络优势积极开展民间外交,使参与ISO展览会议国际标准化工作组首次启动会的国际组织数量跃升至7个,几乎涵盖了展览会议全产业链的相关国际组织;第三,技术领域更加全面,中国牵头的ISO展览会议国际标准化工作组将技术领域从“展览”拓展到“展览与会议”,更好地满足了展览业与会议业的需求,有利于展览与会议融合发展。

“我们将结合国内和国际展览会议行业的实际情况和未来需求,更好地主导ISO展览会议标准的研制。”姚歆说。

中关村论坛专家委员会委员、中国会展业专家委员会委员武少源提出,疫情前后,我国会议业出

现五种状况:会议市场基本格局、会议消费和平均人数基本不变;会议规模和会议持续天数略有变化;会议外包服务和附设展览变化趋势继续延续;会议举办月份和流动性会议的数量呈现特殊状态;线下国际会议恢复时间仍无法预测。

广东省会展展企业协会会长、广东省会展业标准化技术委员会主任委员刘松萍表示,广东省会展行业呈现线上展览跨越发展、复苏进程领先全国、会展品牌持续加强、会展服务创新发展、社团组织繁荣发展、会展政策持续优化、防疫工作扎实有效等特点。

她认为,广东省会展业标准化发展在宏观调控和行业约束机制、会展标准化编制水平、针对会展趋势的标准化研究等方面需要提高。此外,标准缺乏权威性与约束性。

“广东省会展业标准化技术委员会将优化和完善会展业标准体系、研制相关标准、推动标准宣贯和实施,以提高企业运营服务水

平,打造广东会展服务品牌,推动广东会展业标准化开启新篇章。”刘松萍说。

行业恢复进程加快

“会展业已进入4.0数智化时代。”云上会展有限公司副总裁李征伟认为,会展行业的数字化转型的核心目标是通过智能算法挖掘数据价值,提高办展效率和展会数据价值,增加商业收入。

“全国统一大市场政策对会展业影响深远。”重庆悦来两江国际酒店会议管理有限公司董事长杨薇认为,在常态化防疫背景下,线上、线下紧密连接的“双线模式”将成为会议产业创新发展的共融态势。此外,双碳目标促使会展行业高质量转型。

杨薇说,服务标准化的三大关键环节是产品、服务和运营,重庆悦来两江会议中心重视标准化体系建设,通过“1个核心产品、2套服务标准、3项运营标准、N种创新服

务”来探索服务标准化之路。

中国贸促会农业行业分会也分享了办展经验。中国贸促会农业行业分会会展部副部长王丹从展会主体、形式、功能三个方面提出农业会展标准化发展方向。

王丹说,农业展会的主体应考虑全球普遍参与、农产品在贸易中的敏感性和政府参与程度;农业展会形式应关联农业生产,配合农业技术,具有较强地域特征;农业展会的功能应实现一二三产业有机融合和多方协作,并考虑以农业为基础的多面性。

多位业内人士表示,疫情带来的困难是暂时的,全球会展业正在努力复苏。随着外部环境的改善,行业恢复进程将进一步加快,国际标准的研制有利于引导行业重回正轨,推动国内国际业务衔接。及时对ISO国际标准的制定情况进行介绍,有助于国内企业了解国际前沿信息,以便及时应对全球化经营中的问题。

贵州以首届线上家博会促消费



本报讯(记者 谢雷鸣)贵州首届线上家居生态博览会消费季系列活动日前举办。贵州省商务厅指导发放家博会消费券,以扩大内需、促进消费。系列活动由贵州多彩宝互联网服务有限公司(以下简称多彩宝)组织实施。

多彩宝是贵州省政务服务网唯一移动端。活动期间,多彩宝组织贵州省内的家装、家居、家电龙头企业入驻平台。这些企业合力为消费者打造一场保质保量的绿色家居促消费活动,激发家居消费新动能,传播绿色家居消费新理念,引领家居消费新趋势。

此次家博会的消费券由多彩宝App统一发放,观众下载多彩宝App,进入“线上家博会”活动页面,在活动期间内可针对不同类别领取相应消费券。消费券在发券日起15个自然日内使用。观众既可在多彩宝App线上家博会活动页享受配送到家服务,也可前往活动商家的线下门店直接购买。

记者登录“线上家博会”活动页面看到,贵州近百家商家参与了此次活动。这些商家包括海尔、西门子、创维等知名家电品牌,芝华仕、曼丽菲斯、M&D、马可波罗等高端家居品牌,丰立装饰、创艺装饰、众恒世家、玖不设计等品质家装品牌。活动补贴金额以电子消费券形式发放,消费券分为三个类别——家居消费券、家装消费券、家电消费券。

除了发放电子消费券,多彩宝还联合了贵州省百余位设计师为有家装需求的观众提供百个免费家居设计方案,囊括轻奢、美式、北欧、现代等多种设计风格,尽可能满足客户的个性化需求。

此次活动持续至5月22日。



茶人春聚庐山 共享“茶泉”盛宴

■ 吴鹏泉

“茶泉双秀悠天下”,2022庐山国际名茶名泉博览会日前在江西九江举办。主办方是中国茶叶流通协会、中华茶人联谊会、九江市政府。众多茶商茶企齐聚这座山水名城,共享“茶泉”文化盛宴。

博览会期间,主办方安排了一系列活动,进一步打通山地茶叶销售渠道,激发茶泉农旅产品消费潜力。

九江市副市长熊晋喜表示,期待以名茶名泉为媒为介,弘扬“精行德远”的茶道精神;以名茶名泉会朋会友,架起友谊、合作之桥;以名茶名泉引智引资,欢迎广大茶友、茶企、茶专家到九江旅游观光、投资兴业。

熊晋喜透露,九江将通过做强

“一绿一红”(庐山云雾茶、宁红茶)两大品牌,推进茶叶、旅游、文化“三业融合”,打造茶产业“百亿产值”,努力重塑九江作为“三大茶市”之首的历史荣光。

本届博览会共有六大活动,分别是开幕式、第八届庐山问茶会、庐山云雾茶产业高质量发展研讨会、茶泉主题“云上博览”、航拍短视频征集大赛和网红直播互动。其中,茶泉主题“云上博览”聚焦“好茶、好水、好风光”主题,观众通过“大美庐山”App进入茶泉“云展馆”,可在“庐山云雾茶馆”“中华天下茶阁”和“人间山泉雾境”三大展区买到优质茶泉产品。

九江已举办了两届庐山国际名

茶名泉博览会,向国内外推介庐山悠久独特的茶泉文化,提升了“庐山云雾茶”“天下第一泉”的品牌影响力,拉动了以茶泉文化为主体的消费需求,激发了茶泉农旅产品消费潜力,搭建了开放合作的交流平台,“庐山天下悠”品牌得以彰显。

据悉,九江将持续加大茶产业品牌推介力度,以举办名茶名泉博览会为契机,鼓励企业到京沪等一线城市拓展销售网络,鼓励在全国重要城市的显著位置开设庐山云雾茶销售窗口,提高市场占有率,增强竞争力。九江还将通过定期举办一系列茶文化交流活动,把茶产业打造成当地最具代表性的绿色名片。

广交会连续“上云”见证中国引擎力度

■ 周强 于佳欣 丁乐

为期十天的第131届广交会已经在网上落幕。这场盛会又创多个历史新高:约2.55万家企业参展、展品超300万件、新品超95万件、累计访客数约千万……连续五届“云广交”见证疫情下中国加速深度拥抱数字经济。

线上,“云展示”“云洽谈”持续进行;线下,防疫举措得当,对接活动有序开展……中国成为稳定全球

产业链供应链的“中流砥柱”。

云展伴随数字经济发展

得益于广交会数字化水平的提升,成千上万次线上浏览和云端磋商顺利开展。孟加拉国采购商伊迪尔斯在看了欧路莎股份有限公司的直播后,申请一对一视频连线。经过一番交流,双方达成30万美元的卫浴产品意向订单。

商务部副部长兼国际贸易谈判副代表王受文表示,线上办展是数字经济发展大趋势、大背景下的必然要求,也是应对新冠肺炎疫情的务实选择。

“云广交”连续五届举办,体现了中国拥抱数字经济浪潮的努力。从直播带货、“云端”探厂、线上洽谈到模拟场景、沉浸体验等全链条数字化融合,参展企业已驾轻就熟,顺应了数字化转型浪潮。

“经过前几届试练,线上展会成本低,利用3D、VR等技术也能展示产品。”广州轻工工贸集团有限公司总经理林虎介绍说,该集团7家企业在展厅、工厂设有十几个直播间和虚拟展厅,安排200多场直播,通过三维产品、短视频、直播营销等方式,结合海外数字营销来增加曝光率,给客户信心,同时增加获客量,提高转化能力。

作为数字经济发展的底座和基石,以5G、数据中心为代表的新基建在各地加速推进。智慧矿山、智能交通、智慧大棚……全国“5G+工业互联网”在建项目超过2000个。今年,广东推动5000家规模以上工业企业数字化转型,山东将新开通5G基站6万个。

数字经济催生新产业、新业态。“线上会展为公司新业态发展提供更多可能性。”时尚跨境电商希音商品中心负责人顾晓庆说,希望运用技术、管理等创新方式满足全球用户的时尚需求。

“双统筹”稳链护链补链

疫情来势汹汹,广州此前不得不按下“慢行键”。眼下,广交会主场馆琶洲会展中心被临时改造为方舱医院,广交会展馆四期项目建设得如火如荼,预计今年秋交会就可正式投入使用。

这是中国全力做好疫情防控 and 经济社会发展“双统筹”的真实写照。统计数据显示,我国今年一季度货物进出口总额达9.42万亿元,同比增长10.7%,出口大于进口,实现“开局稳”。这再次印证,中国依然是全球产业链供应链不可或缺的一部分。

宁波世林集团有限公司是广交会的老朋友,主要生产和销售咖啡机、榨汁机等小家电。该公司此次一天举办三场直播活动。据悉,疫情发生后,公司除了积极拓展销售市场,发展直播经济,还大力建设专属跨境平台。该公司发展部经理陈

德欢介绍说,一季度,公司出口销售额同比增长18%,生产订单已排至7月,多来自欧美市场。

当前,中国持续加大“六稳”“六保”工作力度,在严格落实各项防疫措施的前提下,全力确保产业链供应链稳定畅通和重大项目稳步推进。广东推进“链长制”,发挥龙头企业链主作用,强化供应链保障。白云机场三期、南沙港四期加速,许多企业克服困难,确保研发生产和经营工作有序开展。

疫情下,服务健康居家需求的创新家电需求在上涨。基于航天科技的微波炉,既是格兰仕在本届广交会的“网红”产品,也是2021年下半年上市以来就供不应求的“爆款”。为满足消费者需求,在疫情蔓延、原材料和运费上涨的情况下,格兰仕调整出货节奏、调配库存和多渠道交货,一季度出口同比实现两位数增长,目前订单排到6月。今年,格兰仕还计划按每天量产15万台微波炉的产能增资扩产。

王受文透露,广交会线上展将创新机制、丰富业态、拓展功能,高标准高质量建设“数字广交会”,推动线上线下融合发展。

展现世界 展示精彩

CIEC 中国国际展览中心 集团公司

信息集结号

第19届东博会将设5400个展位

本报讯 第19届中国—东盟博览会高官会4月26日以视频形式举办。会议透露,本届东博会的办展模式为“365天云上东博会+4天实体展”。中国和东盟各国的经贸主管部门、投资促进部门负责人及东盟秘书处高官、东盟国家驻华使领馆官员等出席。

据介绍,第19届东博会实体展展览总面积为10.2万平方米,约5400个展位,“云上东博会”将全面加强日常运营和活动组织。

本届东博会将持续充分发挥中国—东盟重要合作平台的作用,采取多种措施,服务构建更为紧密的中国—东盟命运共同体。东盟各方代表纷纷表示,将加大力度做好招商组展等筹备工作,配合办好东盟和RCEP精品展区,并积极开展经贸促进活动,确保东博会参展参会实效。(杨秋)

非洲好物网购节 湖南专场活动开幕

本报讯 第四届双品网购节暨非洲好物网购节湖南专场活动4月28日开幕,持续至5月12日。活动精选电商平台、品牌企业,以线上线下相结合的方式,以“品牌品质·惠享生活”为主题,推出系列主题活动,丰富广大消费者购物体验。

湖南省商务厅方面表示,本届“双品网购节”湖南参与企业既有传统零售企业,又有小芒电商、快乐购等媒体零售平台,还有兴盛优选社区团购平台以及惠农网等聚焦农产品销售的电商企业代表。各参与企业在活动期间推出形式多样的优惠活动。

值得一提的是,中非经贸合作促进创新示范园将线上线下同步开展非洲品质好物大促销。主办方将通过中国—非洲抖音直播连麦,打造“非洲沉浸式”直播新场景,中、非主播达人联手推介非洲好物,包括肯尼亚的红茶、卢旺达的辣椒酱、埃塞俄比亚的咖啡、南非的红酒等。(何进)

中俄青年论坛活动在俄举行

本报讯 中国驻俄罗斯大使馆与俄罗斯联邦青年事务署、俄罗斯青年联盟日前在莫斯科共同举办“中俄关系 未来无限”青年论坛活动。论坛期间,中国留俄学生总会和全俄公共青年组织“俄罗斯大学生联盟”签署并互换《合作谅解备忘录》。近400人参加活动。

中国驻俄罗斯大使张汉晖出席活动时致辞说,中俄两国青年和青年组织间始终保持着密切联系,特别是近年来青年交流与合作已成为中俄关系的重要组成部分。

俄联邦青年事务署副署长普拉托诺夫表示,中国是俄罗斯重要和可信赖的战略伙伴,俄中青年交流拥有悠久历史和广泛合作基础。本次论坛活动再次表明,俄中青年合作将继续发展。(黄河)

2022乌鲁木齐住博会月底开幕

本报讯 2022乌鲁木齐住房博览会将于4月30日开幕。举办方式为线上线下相结合。

线下住博会举办地点是新疆国际会展中心,持续至5月4日。线上住房博览会将在“安居广厦”微信小程序上开展,持续至5月31日。本届住房博览会由乌鲁木齐市住房保障和房产管理局牵头、市房地产业协会主办。

住博会期间,乌鲁木齐市房地产业协会将整合各方资源,通过视频号等手段“云上”布展。现场还将提供全程法律服务。(王媛媛)