

服贸会两大板块筹备工作有序推进

■ 本报记者 谢雷鸣 胡心媛

2022年中国国际服务贸易交易会正在加快筹备,多个板块将为观众带来新体验。记者日前了解到,体育服务专题展将首次设置奥运成果转化、奥运场馆服务等内容,电信运营商与产业链共同诠释数字经济新业态将成为电信、计算机和信息服务专题展的主要看点。

“体育让城市更精彩”

记者在8月2日的2022年服贸会体育服务专题媒体通气会上获悉,体育服务专题由北京市体育局主办、爱奇艺集团有限公司承办,主题为“体育让城市更精彩”,以“促进体育服务贸易对接合作、搭建国际体育产业沟通桥梁”为目标,围绕“国际化、专业化、市场化、

科技化”设置展览展示、论坛会议、交易匹配和配套活动。

据北京市体育局副局长、新闻发言人陈杰介绍,体育服务专题线下展区面积达22200平方米,是本届服贸会面积最大的专题展区。其中,室内展区面积13200平方米,室外展区面积9000平方米。展区划分为八大展区,即国际体育服务、奥运成果转化、体育赛事服务、体育消费服务、智慧体育服务、体育融合服务、全民健身服务、户外生活服务。值得一提的是,观众在奥运成果转化推广服务展区可体验冬奥赛场上的“黑科技”。

“体育服务专题展和会议区将举办产业对接会、体育创新创业大赛、体育消费市集、冰雪及户外运动秀,感兴趣的观众不要错过。”亚洲

数据集团常务副总裁、爱奇艺集团有限公司总裁张莉在通气会上表示,体育服务专题将邀请全球知名企业、行业买家、贸易公司、赛事运营单位、场馆运营方、行业协会、俱乐部、投资机构等观展观会。

张莉说,本届体育服务专题的市场化体现在助力精准对接商业需求上,将重点聚焦全球体育服务行业发展新趋势,汇聚行业顶级企业与客户群体,力促实现政府方、资本方、项目方、企业方精准对接。

“链接全球 赋能未来”

记者在8月3日的2022年服贸会电信、计算机和信息服务专题展通气会上了解到,今年专题展将以“链接全球 赋能未来”为主题,按照“一会两址”办展,主要设于北京首钢园

10、11号馆,少量ICT龙头企业在北京国家会议中心一期综合展开展。其中,首钢园10号馆将打造近1万平方米的“国际一流的元宇宙体验场景”。

专题展规模比去年扩大近一倍,达到17150平方米,包括通信基础设施、云计算大数据、集成电路和工业互联网、特色展馆等四个方面。北京市通信管理局副局长黄平介绍,通信板块展览内容主要围绕数字赋能经济社会生活,重点展现5G、云计算、大数据等新一代通信技术对今天的社会和生活产生的深远影响,对服务贸易的重要推动、对首都“四个中心”功能建设的有力支撑。

首都会展集团总经理周一炜表示,服贸会已成为北京数字经济发展的名片,电信、计算机和信息

服务专题展更是集聚了ICT领域优势资源,成为面向全球、辐射全国、链接优势要素资源、促进产业交流发展的重要平台,是行业发展和国际贸易的风向标和晴雨表。

除了现场展示,展会利用VR、5G、超高清、实时直播“云展厅”“云直播”“云互动”,已有北汽极狐、小鹏、人大金仓、东华软件等200余家企业线上参展。展会同期举办集成电路产业发展与合作、工业互联网创新发展大会、信息通信国际化协作发展、“东数西算”与算力发展、“双碳”背景下的未来出行变革、世界人工智能融合发展与创新应用等十余个ICT行业专题论坛。

上述两大专题展的各项筹备工作正在持续推进。

信息集结号

第八届绥芬河口岸贸易博览会即将开展

本报讯 记者从绥芬河市委外事服务中心获悉,第八届中国(绥芬河)国际口岸贸易博览会将于8月8日在龙江云展会平台开展。本届博览会以“新时代·新理念·新模式——自贸创新驱动口岸城市新发展”为主题,线上展览设立四馆八区,包括开放合作馆、自贸创新馆、振兴发展馆、宜家生活馆。开放合作馆分设主宾国展区、互贸国家展区,自贸创新馆分设制度创新展区、服务贸易展区,振兴发展馆分设全面振兴展区、区域合作展区,宜家生活馆分设进口商品展区、旅居康养展区。

据了解,此次博览会采取线上线下相结合的方式,计划举办5项配套活动,包括8·8绥芬易购——百人直播联动购物节、第十四届中国口岸城市市长(云上)论坛、中俄线上推介对接会等。(杜怀宇)

2022宁波跨博会展新增多种采购模式

本报讯 记者从2022中国(宁波)出口跨境电商博览会暨全球“大家居”品牌节媒体通气会上获悉,本届跨博会展将于8月9日至11日在宁波国际会展中心举办。这是国内首个服务跨境电商等新外贸业态的专题展,也是国内唯一以“大家居”为核心品类的跨境电商博览会。

据悉,本届宁波跨博会展面积6万平方米,参展企业来自三十多个产业集聚区,覆盖五大参展品类,涵盖家电及照明、时尚潮流、玩具婴童宠物、家具及户外园艺、日用家居礼品等领域,尽可能满足同品类外贸公司和跨境电商的多样化采购需求。

展会期间将开展各类主题活动、论坛40余场,覆盖各大平台及各类优质服务商。今年新增平台直采、团组采、外商团采等采购模式,力争形成新的展会订单增长点。(刘欣莹)

郑州国际会展中心上月举办11场展会

本报讯 记者近日从郑州国际会展中心了解到,郑州国际会展中心7月举办展会项目11个,参展企业达3300家,采购商及观众达14万人次。据不完全统计,11场展会项目现场意向交易额达80多亿元。

相关调查显示,7月,郑州国际会展中心周边酒店入住率达96%,较无展会期间提升30%;周边餐饮在展会期间较无展会期间营业额增长20%以上。据测算,7月郑州国际会展中心拉动周边相关住宿、餐饮、交通、物流、广告等行业收入在7亿元以上。(曹婷)

2022杏花村酒博会将设四大展馆

本报讯 2022中国杏花村国际酒业博览会将于8月19日至21日在山西省汾阳市杏花村国际白酒交易中心举办。本次博览会由山西省商务厅、山西省工业和信息化厅、山西省科学技术厅、山西省外事办公室、山西省贸促会、吕梁市政府、汾酒集团协办,汾阳市政府承办。

本届博览会由A馆(名酒馆)、B馆(国际馆)、C馆(山西特色白酒、装备、包装器材馆)、D馆(中国菜艺术节特色展区)四大展馆组成。其中,A馆包含汾酒、茅台、五粮液等近百家公司,B馆国际馆有6个国家展馆。吕梁市长张广勇表示,吕梁是全国最大的清香型白酒生产基地,将按照“以酒为基、以旅为纲、酒旅融合、多元发展”的总体思路做大酒产业,推动酒文旅产业形态融合、业态协同,打造世界知名的酒文旅融合发展示范区,再现“牧童遥指杏花村”的诗意画卷;深化酒合作,加强与各方的合作交流,把酒博会办成思想碰撞、文化交流、产业共赢的盛会,进一步扩大吕梁清香白酒的国际影响力。(李佳)

上海启动第三届“五五购物节”

本报讯 “2022国际消费季”第三届上海“五五购物节”日前在沪举办。一系列活动将提振消费信心,挖掘消费潜力。

“2022国际消费季”由商务部主办,举办时间是7月底至10月。第三届上海“五五购物节”是“2022国际消费季”重要内容,聚焦“引领时尚 定义潮流”,统筹“国际消费季”“全球首发季”“全城打折季”,构建“2+12+16+x”活动框架,持续至9月。上海将打响12个标杆活动IP、推出16个“一区一主题”活动以及X场特色主题活动。

记者了解到,欧莱雅、百联集团等多家零售企业、品牌推出了促消费举措。

拼多多“五五购物节”上海专区已经上线。拼多多公共事务总监贾川介绍,拼多多在本轮购物节期间将投入总计38亿元的消费补贴,聚焦上海老字号、上海好农货、国际消费季等主题。

美团投入18多亿元资金及补贴,联合10多万家商超、餐饮、品牌门店,通过发放优惠券、举行创意活动等形式吸引消费者。其中,有10亿元用于帮助线下实体商户复苏,从运营支持、现金流补贴、配送补贴等多个维度为上海地区商户提供精准帮扶。

腾讯表示,购物节期间,微信支付将联合各大品牌方和经销商发放超过1亿元优惠券,覆盖零售、餐饮、娱乐、文旅等行业。腾讯还将丰富各项增值服务,延续此前的“小店烟火计划”,帮助小微企业及个人经营者缓解经营压力。

本来生活网表示,将吸纳更多上海商品入驻自建的名优特产商城平台,拓展上海“五五购物节”活动的影响力。

上海的“首店经济”和新兴业态领跑全国,上海“五五购物节”成为消费者打卡新地标、认识新品牌、体验新业态的嘉年华。许多企业找准时机、抓住机遇,适时放出多个“大招”。

欧莱雅进一步做强“首店经济”,凯芮黛上海首店将在9月初落户大丸百货,普拉达香水美妆中国精品首店将于9月中旬在芮欧百货开业。

苏宁相关负责人表示,今年上海“五五购物节”期间,苏宁易购将向消费者推出绿色家电、环保家电、健康家电、科技家电、节能家电,带动上海“绿色消费”。

梦饴科技连续第三届参与上海“五五购物节”,今年也推出多个促销活动。该公司的参与计划分为两个阶段:第一阶段是8月8日至8月15日的“梦饴五五购物节”,第二阶段是9月15日至9月24日的“梦饴922”。

业内人士表示,上海“五五购物节”作为上海首创的大规模综合性消费节庆活动,探索出了一条国内促消费、扩内需的渠道,激发了观众的消费热情,有助于市场回暖。(何进)



周晔摄

青岛啤酒节创新办节庆

■ 本报记者 毛雯

第32届青岛国际啤酒节(云上啤酒节)闭幕式日前在青岛西海岸金沙湾啤酒城1号演播厅举办,历时十天的盛夏狂欢落下帷幕。本届啤酒节以海洋为主题,打破时间与空间限制,让啤酒上“云”,快乐上“云”,让“云端相聚”“线上互动”成为广大市民、游客参与节庆的重要方式。

今年的青岛国际啤酒节在青岛西海岸新区、崂山区和即墨区三个会场同时举办。青岛西海岸新区发力“IP+”,以金沙湾啤酒城这一文旅地标为基点,以啤酒文化为纽带,不断拓展文旅新业态,创新文旅消费新模式,构建一个包含文化、艺术、旅游、消费等要素的全域文旅消费场景。青岛城市吸引力和竞争力持续增强,奏响文旅融合新乐章。

“云上啤酒节”举行了十场大型直播,连线12个国家和地区,2600余种精酿啤

酒参加挑战赛。直播邀请明星嘉宾、“网红”达人走进直播间畅聊啤酒文化,国际连线、多城互动、全城联动掀起狂欢热潮,酒王争霸赛、啤酒文化时装秀以及电竞、街舞、搏击等线上文体活动与各地观众相约夏天。

数据显示,第32届青岛国际啤酒节(云上啤酒节)实现了线上精彩呈现、线下全域联动,总曝光量16亿多次,金沙湾啤酒城、城市阳台、星光岛、红树林及各大特色商业街区全城联动,139万人次参与啤酒狂欢。

“云上啤酒节”期间,京东、淘宝、快手、抖音开设国际啤酒节线上自营旗舰店,推出30多个商家、100余种产品,发起“云上啤酒节”主题视频征集活动,支付宝、淘宝设置云上啤酒节消费专场,啤酒节的文创产品和西海岸新区的特色好物

从“云端”走向全国各地。

青岛啤酒节创办于1991年,“青岛与世界干杯”成为啤酒节的永恒主题。今年在做好疫情防控的前提下,青岛探索出举办啤酒节的新方式。

据了解,青岛西海岸新区会场以线上方式举办,创新策划“云上啤酒节”直播、云上商贸板块活动,金沙湾啤酒城实现常态化运营。崂山区会场坚持“市民节”宗旨,围绕数字文旅转型升级,采取“云上体验+沉浸消费”的办节模式,发挥自身虚拟现实产业优势,打造青岛国际啤酒节首个“元宇宙”线上数字体验平台。平台广场设立奥古特、慕尼黑等多座啤酒花园品牌数字场馆和虚拟互动场景,线上线下联动,虚实融合体验。

据悉,本届啤酒节体现出青岛会展业复苏的良好态势。

2022全球数字经济大会在北京举办

精品主题展树立数字经济新标杆

■ 本报记者 胡心媛

近日在北京举办的2022全球数字经济大会为观众开启了元宇宙科幻奇妙之旅。

为全面呈现数字经济发展成果,本次大会设置了精品主题展览,围绕数字化转型、新兴数字产业、数字基础设施与核心技术、数字治理

与全球规则等四个板块,60项数字经济“创新引领成果”和“产业创新成果”亮相,集中展示了北京打造全球数字经济标杆城市的硬核实力。

无人零售车、配送无人机、数字人民币、手术机器人……数字技术深度融入人们生活的方方面面。观

众在展会现场可以看到数字化在各领域的最新应用。记者在精品主题展上看到,有30余家企业围绕数字化转型、数字技术、数字产业等内容展示了自己的“看家本领”。百度、美团、360、寒武纪、阿里云、金山办公、拓尔思等企业的最新技术与产

品同台竞技。

在以“开元之境”为主题的元宇宙体验馆,产品“国承1号”颇为吸睛。在狭小的空间里,数位戴着头显的玩家奔跑行走于虚拟的“绿洲世界”。

“国承1号”是今年5月发布的。”元宇宙展台的负责人介绍说,与市面上只能实现视觉、听觉还原的VR头显、一体机相比,“国承1号”带来了全方位体验,可给予观众真实体验。

记者了解到,“国承1号”搭载了自主研发的的方向运动系统,解决了在虚拟空间里自由走动的技术难题。该产品已经批量生产,陆续进入新加坡、韩国市场,第一批产品已售罄。

除了头显设备,随处可见的虚拟数字人也是元宇宙体验馆内的吸睛点。

在北京海百川科技有限公司展区,观众可通过公司推出的虚拟数字人生成系统“iHUMAN”扮演角色,体验数字人直播。

中科创达展区的一款智能汽车人气很高。智能汽车的电动翼门随着音乐节奏“翩翩起舞”。中科创达副总裁李维山介绍说,这款车是中科创达与华人运通联合打造的面向下一代的智能汽车。在智能操作系统的控制下,用户可以自定义电动



周筱潇摄