

# 多省市借休博会推广大美山川

■ 本报记者 谢雷鸣

三亚市旅游推广局相关人士介绍说，在本届休博会和旅游美食博览会上，他们以线上线下相结合的方式，充分展示了三亚独具特色的旅游资源，提升了三亚国际旅游目的地知名度。

据悉，三亚市旅游推广局采用全息投影屏、仿真椰树等氛围装置打造沉浸式体验效果，并推出互动游戏和节目演绎，集中展示三亚“丛林、沙滩、大海”的热带风情。三亚还从免税购物、旅游综合体、海上运动、自然风光等维度展示当地旅游新业态。

文昌馆主要展示“航天文化”“侨乡风味”“侨乡人文”“椰乡手信”，通过“旅游+文化”的新产品、新形象的方式体现文昌的特色旅游和人文内涵。

文昌馆设计主要以航天文化作为主线，让观众深入了解文昌国际航天城建设情况，现场还有航空主题快闪照相馆等提供给观展人员拍照打卡。在文创产品展示区，航天火箭模型、航天明信片等文创产品吸引了许多观众。

文昌市副市长柯鹏说：“通过此次博览会，我们向全国各省市的旅客伸出欢迎的手臂，希望你们来文昌感受丰富的自然资源和美食。特

别是来文昌观看火箭发射，感受文昌这座国际航天城的魅力。”

## 国内省份奔赴“休博之约”

四川、宁夏等省份也纷纷奔赴“休博之约”，为观众展现了祖国山河的壮丽和文旅产业的兴旺。

“山川如锦绣，细看！蜀地慢时光，迢遥！”一曲《安逸四川》在展馆回响。主宾省四川通过“冬游天府·安逸四川”系列推介活动、四川文旅主题展馆及“安逸熊猫直播”，充分展示川蜀大地的文化底蕴和旅游资源。

四川设置了天府旅游名品展示区、天府旅游名牌展示墙、市州展示区、流线造型的东坡文化装饰带、传奇古朴的三星堆文物全息投影、憨态可掬的“安逸”大熊猫偶、神秘莫测的川剧变脸吸引了文旅爱好者。

冰雪运动是四川在本届休博会期间推出的重头戏。在“冬游天府·安逸四川”系列推介活动上，四川省推介了四大主题旅游线路（“冰雪嘉年华之旅”“蜀国雪山之旅”“蜀地温泉之旅”“古蜀寻源之旅”）、20条冬游四川精品线路和14家滑雪场，诚邀游客冬游四川。

塞上江南，神奇宁夏。宁夏重点宣传“黄河文化”“红酒休闲”“星

星故乡”等文旅品牌，着重推广宁夏全力打造贺兰山东麓国际葡萄酒旅游目的地、国际沙漠旅游目的地、黄河文化彰显区的美好愿景，力求让观众对“畅游宁夏，给心灵放个假”认知更加深化。宁夏举办的活动主要有图片及产品展示、方言竞猜互动、葡萄酒现场品鉴。

记者了解到，宁夏是世界上适合种植酿酒葡萄和生产高端葡萄酒的黄金地带之一。当地正在以“葡萄酒+文化+旅游+生态+产业”发展为发展路径，所产葡萄酒远销美国、加拿大、德国、比利时、法国、新加坡、澳大利亚等30多个国家和地区。中国（宁夏）国际葡萄酒文化旅游博览会是宁夏促进葡萄酒产业发展的一大平台。

“一年一届的海南休博会是一项不断创新、不断发展的事业，坚持创新办会、发展办会、为民办会是海南休博会一直坚持的办会目标。”海南休博会主办方现场负责人表示，今年的海南休博会是一届传承与创新相互交织的盛会，打造了海南推进旅游产业转型升级的新平台、扩大城市品牌影响的新窗口，搭建了行业交流平台，拓展了旅游消费热点，为海南经济社会文化发展注入了活力、增强了动力。

## 信息集结号

中企在“飞展”平台  
联动中东欧买家

**本报讯** 由中国贸促会主办的中国—中东欧国家国际贸易数字展览会近日在“飞展”平台举办。

展会以中国企业为主体，以中东欧地区国家卖家需求为核心，利用数字展览平台为企业提供在线洽谈机会和精准配对服务，共吸引了800余家企业参展，有超过8000家采购商在线参观对接。展品涵盖机械设备、汽车配件、五金机电、建材、食品、防疫物资等行业。展会还设立国家成就和形象展示区、中国品牌企业及服务贸易展示区、新疆棉花及纺织企业馆、机械设备、汽车配件、五金机电、建材、食品、防疫物资等行业展区。

本届展会综合采用图文视频、3D、VR等形式，多维呈现打造“云展览”，并依托名片交换、观众邀约、线上互动、大数据智能匹配、视频对接会议等线上功能，以满足不同专业观众的观展需求。

展会根据中国和中东欧国家在数字经济、电子商务、健康产业、智能制造、绿色经济等领域合作需求，结合中东欧地区用户特点和习惯、时差、文化、交易方式和行业特点，开展了6场贸易周直播对接活动，聚焦双边贸易优势产业，搭建线上贸易洽谈平台，定向邀请买家观众。展商可采用现场直播方式，在贸易周专场对接平台上推介或展示公司产品和服务，与意向采购商开展商务洽谈。（毛雯）

## 第三届中非经贸博览会 定档明年6月

**本报讯** 第三届中非经贸博览会将于2023年6月15日至18日在长沙举办，参会规模约8000人，展览面积约8万平方米。

博览会由商务部、湖南省政府主办，湖南省商务厅、商务部外贸发展局、湖南省委外事办、湖南省贸促会、长沙市政府承办。主会场和主展馆分别设在长沙国际会议中心和长沙国际会展中心，分展馆设在中非经贸促进创新示范园。参照往届模式，设刚果（金）、马达加斯加、摩洛哥、莫桑比克、尼日利亚、赞比亚等6个主宾国和山东、湖北2个主题省。

据悉，两年一届的中非经贸博览会永久落户长沙，为长沙搭建了首个国家级、国际性、常态化经贸平台。长沙有许多可以为非洲提供产业支撑的资源，比如以隆平高科种业为首的农业资源、以比亚迪为代表的新能源汽车资源、三一重工等工程机械巨头企业资源。

## 腾冲科学家论坛 举办十场分论坛

**本报讯** 以“科学·大健康”为主题的2022腾冲科学家论坛近日在云南省腾冲市举办。600多位国内外专家学者、高校负责人和企业家参会，其间举办生物多样性与绿色发展、国家前沿科学等10场分论坛，聚焦全球科技交流合作，助推加快建设面向南亚东南亚科技创新中心，推动搭建东西部科技交流合作平台。

本届论坛由云南省政府和中国科学技术协会共同主办。全国人大常委会副委员长、中国科学院院士丁仲礼以视频方式向论坛致辞。

云南省科技厅党组书记、厅长王学勤说，腾冲科学家论坛富集的资源，将有助于加强科学思想交流、技术交流合作，甚至可以推动一批重大的原创成果落地，对推进国家高水平科技自立自强有重要作用。（高洁）

## 第十三届广西(河池)园博会 开幕式延期

**本报讯** 广西园林园艺博览会组委会办公室日前透露，原定于12月6日举办的第十三届广西(河池)园博会开幕式时间因故推迟，具体时间另行通知。（韦虞）



吴岳文 摄

冬天来海南，看美景、尝美食。12月1日至4日，第七届海南世界休闲旅游博览会（简称休博会）、第八届海南国际旅游美食博览会、第三届海南国际旅游装备博览会在海南国际会展中心举办。主办方为海南省旅游和文化广电体育厅。

记者了解到，三大展会集贸易、交流、体验于一体，为海南省内外文化旅游产业相关企业搭建了一个业务拓展平台。多样风情、多

元美食、趣味互动吸引了众多观众。值得一提的是，许多省市借助展会积极推广文化旅游资源。

### 海南旅游资源集中展示

本届休博会的主题是“把世界请进海南，让海南闻名世界”。展馆内，景区风光、风土人情、传统手工艺品、旅游美食、文创产品令人目不暇接。海南各市县纷纷亮相，推出各类展品并组织多种活动，提升公众观展的趣味性和体验感。

## 看品质，认品牌，网上购

——从一场展会看西藏群众消费之变

■ 范帆 卞婷 姜帆

从填饱肚子到看重品质、从散装批发到认准品牌、从提篮叫卖到电商直播……记者日前在西藏山南市举办的第42届雅砻物资交流会上采访发现，随着生活水平显著提升，西藏农牧民消费观念和消费习惯正逐渐向追求高品质生活转变。

在山南市错那县的展区，高山茶叶、獐子菌等来自勒布沟的生态产品摆在展台前，吸引不少市民前来围观。山南门赛雄特色产品开发有限责任公司负责人洛桑告诉记者，错那县勒布沟风景秀美，气候温润，终年云雾缭绕，产出的茶叶、蘑菇等农产品品质优良，营养价值高。

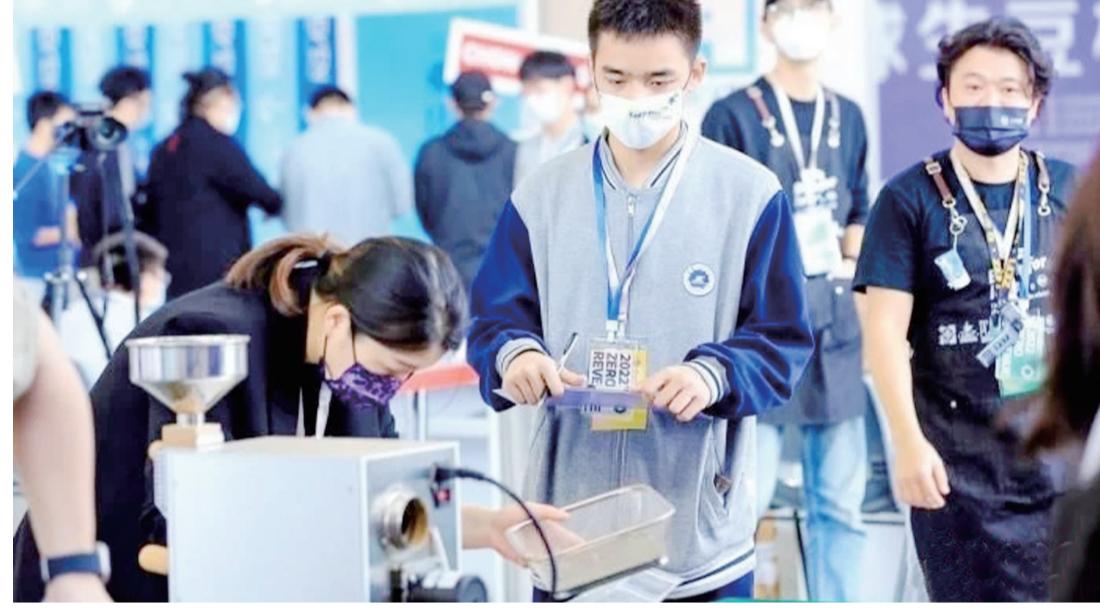
“以前，西藏一些偏远地区的生态农产品不为人所知，但现在因其丰富的生态价值，再加上交通条件持续改善，开始慢慢得到消费者青睐。”在洛桑看来，随着西藏各族群众生活水平的提高，人们对于农产品的品质也有了更高要求，过去只是填饱肚子，现在则讲究吃得健康，因此生态农产品消费市场正逐渐扩大。洛桑告诉记者，公司成立5年多来，销售额实现逐年攀升，农产品在拉萨、山南等城市非常畅销。

除了看重品质，如今西藏群众的品牌意识也越来越强。

山南茹巨农业科技有限公司董事长强巴表示，现在消费者在选购农产品时，品牌成为重要的参考因素，因此这也促使他们严格把控产品质量，维护好品牌形象。为保证猪肉品质，公司对藏香猪的喂养主要以小麦、玉米等饲料为主，并且实行天然放养。“品质过关才有品牌口碑，才能迎合群众消费升级后的新需求。”强巴说。

随着电子商务的快速发展以及物流水平的显著提升，西藏各地群众的消费方式也在发生变化，网店、直播间等平台成为新的消费场景，线上消费呈现快速增长势头。

“只要扫一下二维码，这些土特产都能够从网上购买，非常方便。”在展会现场，山南市加查县电子商务公共服务中心的工作人员杨琪琳正在向市民介绍加查县的电商平台，教他们如何在线下单。杨琪琳说，核桃、山楂等农产品是加查县的特产，过去农民都是在农贸市场提篮叫卖，随着电子商务在西藏日益普及，群众的消费方式也日趋多元，现在这些农产品通过网购和直播带货开辟了新的销售渠道，很多农村地区也建立起物流服务站点，为村民网购提供便利。



2022厦门国际咖啡产业博览会近日在厦门举办。展会规模超万平方米，现场设置品牌展览、专业论坛、多元赛事、市集活动五大板块，150家参展企业、十多家行业头部、200多名咖啡师及咖啡烘焙师共同参与。（宗赫）

## “参展商调整心态才能应对会展变化！”

——专访群益股份董事、总经理张诗瑶

■ 本报记者 谢雷鸣

供专业的主场搭建和特装服务。

张诗瑶说，为了降低展会举办延迟或临时取消的风险，许多原定在北京、上海等特大城市举办的展会和专业观众的数量下降明显。“目前，群益投资（广州）股份有限公司（简称群益股份）董事、总经理，群益国际展览中心总经理张诗瑶在接受《中国贸易报》记者采访时表示，参展商和观众对线下展会的举办表现出极大期待，参与者成交的意愿更加强烈。

群益股份成立于2003年10月，依靠精准的产业布局、丰富的项目资源及灵活的资产运营，通过资本和产业的有效联动，打造金融、互联网科技、展览等多个产业集群，下有群益科技、群益展览等子公司。其中，群益展览是致力于全球品牌创意营销的专业性知名展览品牌，业务覆盖欧洲、亚洲、非洲、澳大利亚等地区，主要主办和承办国内外大型专业展览，也为大型展览提

出专业的主场搭建和特装服务。

张诗瑶说，为了降低展会举办延迟或临时取消的风险，许多原定在北京、上海等特大城市举办的展会和专业观众的数量下降明显。“目前，群益投资（广州）股份有限公司（简称群益股份）董事、总经理，群益国际展览中心总经理张诗瑶在接受《中国贸易报》记者采访时表示，参展商和观众对线下展会的举办表现出极大期待，参与者成交的意愿更加强烈。

“就企业参加展览会来说，这种变化留下了许多未知。”张诗瑶说，尽管如此，多数企业仍有必要参加展会。对于需要通过参展来获取销售线索、拓宽营销渠道、提升品牌形象的企业来说，明年的参展环境虽然变化较大，但只要做好准备还是可以通过参展达到经营目的。

张诗瑶建议企业在参加展会时对主办资质、展会规模、展品范围、配套活动等进行全面考察。

“我认为，只要主办资质真实、展会对口，并且规模在中等以上，企业是可以考虑参与的。特殊时期的参展目标应该简单明确，不局限于展会现场的直接销售和合作达成，也不要按照投入产出比来判断展会

的成功与否，不能根据往年在展会上获取的客户数量和有效线索来要求当前的参展团队。”张诗瑶说，整体参展业绩的不足可以通过增加参展场次来弥补。

为减少不必要的浪费和损失，张诗瑶建议企业在参展设计方面从简，多采用行架和绷布等易装卸且轻便的展厅框架，在展示道具上多采用可重复利用的展示台、柜、架等，体积较大或极小的展示品可采取动画或模型等方式展示。总之，尽量减少展会临时延期和取消对参展企业的负面影响。

“疫情扰乱了许多企业经营者的心态。有些企业认为虽然参加了展会但效果肯定不会好，因此就仓促上阵。”张诗瑶说，疫情期间能够到达现场的专业观众虽然减少很多，但能够到达现场的观众的采购和合作意愿会更加强烈，希望所有参展企业调整好心态，认真筹备每一届展会。

## 带动行业交流 书展发挥新功能

■ 本报记者 胡心媛

阔别两年的第九届中国上海国际童书展（CCBF，以下简称上海童书展）日前重新回归线下。5天展期吸引了近120家出版发行机构，共计约2万种图书、近百家线上线下活动。无独有偶，第十八届海峡两岸图书交易会（以下简称海图会）也于日前在厦门举办。

记者了解到，这两场图书展会从不同角度和领域展示了中国图书的发展与现状。在疫情防控背景下的书展依旧火爆，折射出市场对书展载体的需求度，消费者对文化精品的渴望可见一斑。

业内人士表示，书展发挥着连通行业上下游的功能，更寄托着观众对于文化精品的追求。办好图书盛会，既能满足消费者的期待，也可展现城市精神面貌。

记者从第十八届海图会组委会获悉，本届海图会秉承“书香两岸、

情系中华”主题，规划布置“阅见两岸”“书香两岸”“书来书往”“版通海峡”“数说新语”等主题板块，大陆图书展区达7800平方米，台湾图书展区达1700平方米。第十八届海图会突出专业对接和馆配采功能，搭建两岸图书贸易、版权交易和产业合作平台，为观众阅读品种齐全、内容丰富的优秀图书提供了便利。

本届海图会首次设立“声音赋能”展区，展示了出版与科技融合的前沿产品。包括轻知识付费产品《宋朝小日子》，根据白先勇先生作品改编的有声剧《台北人》、喜马拉雅白夜剧场TOP1级精品悬疑有声剧《高智商犯罪》、腾讯音乐集团和快看漫画联合出品的漫改广播剧《整容游戏》等，展现文化、科技、声音相交融的盛宴。

主办方还举办两岸图书馆配样采会、两岸出版高峰论坛、版权贸易

对接会、海峡两岸图书装帧设计大赛作品展等配套活动，旨在探索海峡两岸在出版、发行、版权及数字出版等领域的融合发展新路。

第九届上海童书展在上海西岸艺术中心举办，来自17个国家和地区的3万余种最新童书参展，展品覆盖童书出版、发行、数字出版、文创产品、玩具和教育服务等多个领域。童书爱好者可以在现场翻阅全球各地的童书，感受书籍里色彩斑斓的世界，欣赏精巧动人的插画作品，与作家、插画家、出版人见面交流。

记者了解到，上海世纪出版集团、中国教育出版传媒集团、企鹅兰登书屋、牛津大学出版社等出版机构精选好书新书，纷纷亮相童书展现场。今年的“童书+”特展以“书与种子”为主题，集中展陈来自20个国家和地区的近200本儿童书籍。2015年，“书与种子”特展在米

兰世博会上首次亮相，这一次以更丰富新颖的形式登陆上海童书展，启发小读者全面理解和认识环境问题。特展视觉画面来自英国生态学专家迈克尔·霍兰和意大利插画家菲利普·乔达诺合作的书籍《我把阳光当早餐》，现场以三色背景与简约、有设计感的图形元素结合，呈现“种子与植物”“种子与生态系统”“美好生活的种子”三大主题。

插画是儿童图书核心之一，2021年金风车国际青年插画家大赛的50组入围作品也在现场获得展示。比邻金风车国际青年插画家大赛作品展的是由33组插画师和艺术创作团体组成的“青年插画师大道”，创作者携出版物、插画作品和艺术衍生品与读者互动。

“一些从来没有来过中国的国际出版商今年在国际版权书籍展区带来了新书和样书。我们还在场内

外、线上线下举办70场活动，联动上海及其他城市的一些书店、绘本馆、游乐园进行阅读推广。”童书展承办方上海融博会展有限公司总经理柴成伟表示，尽管受新冠肺炎疫情影响，童书展有两年没有举办了，但观众一直在关注童书展，大家热情不减。童书展的受众范围早已不局限在小读者、亲子家庭，越来越多的年轻艺术家、教具教材行业工作者也在加入。

在业内人士看来，书展与其他行业展会一样，也是行业交流的重要平台，是作家、编辑、书店、传媒公司、出版商等主体的聚会。书展为产业链上下游提供了平台之便，让各方轻松获取图书产品各链条所需的市场信息。不难看出，书展的价值并不只是图书销售，更是产业发展的助推器，一届成功的书展将为整个行业带来发展底气和信心。