

国际电商产业博览会助企数字化出海

■ 本报记者 刘禹松



组委会供图

3月24日至26日,中国(南京)国际电商产业博览会在古都南京落下帷幕。本届博览会由中国贸促会商业行业委员会、中国国际商会商业行业商会、南京市国际商会共同主办,南京市贸促会、南京市建邺区

居、美妆个护、户外用品、母婴玩具、家居百货、跨境食品等品类,展会规模超过3万平方米。

展会现场,倍舒特、江苏高淳陶瓷、南京视客、江苏汇鸿集团中锦控股、江苏苏豪纺织、南京金陵金箔等国内外知名品牌及亚马逊全球开店、Shopee、Lazada、敦煌网、Shein、Jumia、XTransfer、pingpong等跨境电商企业纷纷亮相。深圳市跨境雅舍科技有限公司、杭州乒乓智能技术有限公司、厦门颜值立方信息科技有限公司、结行国际等多家跨境电商企业,与南京市建邺区政府、建邺区商务局、跨境电商园区签约,达成意向合作。

斯里兰卡、菲律宾等国际展区为本届博览会增光添彩,众多优质主流跨境电商平台现场为观众解读最新的平台政策。

本届博览会现场设置省市专区。吉林省贸促会、湖北省贸促会、长春市贸促会等12家地方贸促会积极组织企业参与,带来各地优势产业带产品,天津市贸促会、山东省贸促会、陕西省贸促会

等23家地方贸促会派代表出席及观展。

本届博览会充分发挥平台辐射作用,结合跨境发展新趋势举办了“中国跨境电商产业高质量发展论坛、南京市建邺区跨境电商投资环境推介会、数字赋能·跨境出海新机遇”主题论坛暨2023国际电商产业博览会秦淮馆揭幕仪式等活动,现场发布《电子商务产业基地建设与运营规范》行业标准、《2022年中小微企业出口贸易(B2B)指数报告》、贸促系统RCEP专家库工作计划等成果。

记者了解到,近年来,跨境电商发展迅速,行业也面临一定压力和困难。比如,众多跨境电商平台的地域不同、人群不同、消费能力不同,企业在选择平台的时候无从下手。再如,跨境借款周期长,经营成本增加,跨境电商人才缺口巨大等行业痛点一直困扰着跨境企业。

为帮助企业更好地了解跨境电商平台、获得跨境电商平台流量扶持,也为帮助跨境企业更好地解决资金融通问题,保障跨境电商人

才培养与输送,中国贸促会商业行业委员会、南京市贸促会、南京市建邺区商务局分别于3月22日和23日联合发布跨境电商平台保障计划、跨境电商金融保障计划、跨境电商人才保障计划,帮助企业解决难题。

中国贸促会商业行业委员会与南京市建邺区政府还在本届博览会期间共同发起成立“中国贸促会商业行业委员会江苏企业服务中心”,依托南京区位优势,为南京市、江苏省乃至长三角地区外向型企业提供更专业、更全面的服务。

值得一提的是,本届博览会以“精品选品、创客引领、人才对接、双线驱动”为特色,全方位打造跨境电商产业闭环生态。博览会开幕前期,经过中国贸促会商业行业委员会、中国贸促会南京市分会、南京市建邺区政府沟通对接,10家跨境电商生态企业现场与建邺区商务局签约,计划在宁设立分支机构或运营中心,为开拓南京市场、辐射江苏及华东市场做更多资源倾斜。

信息集结号

哈工大举办大规模线下招聘会

本报讯 3月25日至26日,哈尔滨工业大学在学校体育馆举办职面未来,跃动青春——哈尔滨工业大学人才博览会。这是近两年该校面向毕业生举办的最大规模的线下招聘会,参会单位共计600家,提供就业岗位2万余个,招聘人数超过3.5万人。

强国战略企业、世界500强企业等重点企业参会。参会企业按照行业领域划分为航天国防专区、化工新能源专区、装备制造专区、信息技术专区、建筑交通专区、地方引才专区、校友企业专区和金融教育专区,覆盖学校各学历、各专业。本次双选会设计了一站式“求职补给站”,补给站包含四个区域(职业测评区、求职礼仪区、一对一咨询区、求职经验分享区)和自助服务台,为参加博览会的学生提供就业指导与服务。(王铁军)

2023淮北食博会4月举办

本报讯 2023淮北食品工业博览会将于4月21日至23日在安徽淮北举办。来自全国18个省份以及韩国、波兰、马来西亚、斯里兰卡等国家的200多家企业参展,展品涵盖30多个品类,共计两千多种产品。

据介绍,本届淮北食博会以“聚焦 聚集 聚变,创新 引领 跨越”为主题,以长三角绿色健康基地为目标,将重点聚焦食品行业细分领域,聚集全国资源以形成产业聚变,通过技术创新来引领食品细分领域的发展,推动食品产业跨越式发展。

展会期间,主办方将利用客商云集的资源优势,举行招商引资洽谈会暨项目投资签约仪式,邀请客商达110家,签约项目达20个,协议投资总额预计近100亿元。同时,将举办长三角绿色健康食品产业发展论坛,邀请行业知名品牌企业的高管围绕绿色健康食品的发展现状与发展战略等话题开展演讲。(吕欢欢)

北京消费季“一刻钟品质生活节”打造“幸福圈”

本报讯 家乐福北京2023年春季季酒类展销会近日在北京四元桥购物中心举办。该活动是2023北京消费季“一刻钟品质生活节”系列活动之一。

据了解,2023北京消费季“一刻钟品质生活节”以“一刻钟‘圈’出美好生活”为主题,聚焦品质生活和便民生活两大主题开展系列活动,活动期间将发放品质生活消费券。“一刻钟品质生活节”涵盖美发美容、家政维修、美食茶饮、社区生鲜、洗涤护理、家居家电、服装服饰等领域,联动全市餐饮、家政、便利店、综合商超等品牌企业开展活动,合力打造业态丰富、智慧便捷、商居和谐的一刻钟便民生活圈,激发社区消费活力,打造百姓家门口的“幸福圈”。(孙妍)

辽宁今年做好30个高质量品牌展会

本报讯 记者日前从辽宁省商务厅获悉,辽宁省今年将围绕全面振兴新突破三年行动,从做大做强国家级品牌展会、打造“双核心”会展中心城市布局、促进品牌展会与重点产业深度融合、发挥品牌展会消费引擎作用、培育壮大会展业新动能、提升会展业协调保障等6项举措入手,不断提升会展业专业化、国际化、品牌化、数字化水平,打造高质量品牌展会。

2023年,全省将打造30个高质量品牌展会,展览总面积累计50万平方米。在推进国家级品牌展会做大做强方面,辽宁今年将继续全力推动辽宁国际投资贸易洽谈会、中国国际装备制造业博览会、中国国际数字和软件服务交易会、中国国际新技术与产品交易会、辽宁国际农业博览会等国家级展会做大做强,打造集聚资源、创新发展的高水平开放平台,发挥国家级展会品牌在推动贸易投资、平台建设等方面的功能,全面放大国家级展会的品牌效应,产业拉动效应、贸易促进效应,进一步推动科技流、资金流、信息流、人才流在辽宁集聚。(董翰博)

北京礼品展规模有所提升

■ 本报记者 马晓玥 文图



3月23日至25日,第47届中国·北京国际礼品、赠品及家庭用品展览会(以下简称北京礼品展)在北京中国国际展览中心举办。北京礼品展是年度礼品潮流资讯、原创设计及品牌的集中发布平台,本届展会的规模有所提升,达44000平方米,展位近2000个,1200多家供应商展出产品品类近20种,如电子数码、小家电、食品、工艺品、文具及文化用品、文创及IP产品、收藏品等。

据了解,北京礼品展吸引了经销代理分销商、终端集团采购、零售连锁机构、电商选品、MCN机构等专业买家,来自辽宁、河北、河南、山东、天津等地的礼品协会及近20家商贸城组团到场参观采购。展会开启线上线下双线服务模式,线上推出“礼贸通”平台,利用数字化工具和数字化供应链打造礼品行业数字化解决方案,提供垂直于行业的一体化采购平台。

记者获悉,随着人们生活水平的提高,中国礼品行业市场呈现逐年增长趋势。前瞻产业研究院数据初步测算显示,预计到2027年,中国礼品行业市场规模将突破2万亿元大关,达2.08万亿元。



网络文学主流化精品化进程加快

■ 本报记者 谢雷鸣 文/图

3月24日至26日,第六届中国“网络文学+”大会在北京举办。大会主办单位包括北京市委宣传部(北京市新闻出版局)、中国音像与数字出版协会、中国作家协会网络文学中心、北京市委网信办和北京经开区管委会。

大会包括开幕式暨高峰论坛、网络文学创作和网络文学转化传播两场分论坛、网络文学新时代十年主题成果展等活动。北京市委宣传部分管日常工作的副部长赵卫东在大会期间表示,中国网络文学主流化、精品化进程加快,产业规模增势强劲,国际影响力日益扩大。

据了解,本次大会展览交易区总面积约9500平方米,整体规划为网络文学新时代十年主题成果展、网文企业特色展和IP嘉年华三大部分。观众在网络文学新时代十年主题成果展可以看到十年来由网络文学改编的影视作品精彩片段,触碰网络文学经典人

物手办,还能通过VR技术与游戏人物互动。阅文集团、中文在线集团、百度小说、磨铁文化、晋江文学等企业展示了电子书阅读器、AI临场感听书、VR剧本杀等成果。

大会开幕式上发布的《2021年度中国网络文学发展报告》显示,过去十年,我国网络文学硕果累累:网络文学市场营收规模从24.5亿元增长到267.2亿元;作品规模从800余万部增长到3200余万部;注册作者从419万人增长到2278万人,增长超过4倍;用户从2.3亿人增长到4.9亿人;IP营收规模从2021年的不足1亿元增长至4亿多元,年均复合增长率超过100%;海外市场营销从2018年的4亿元增长到2021年的30亿元左右。

作为IP产业“富矿”的网络文学,如何在转化传播过程中实现双向赋能与价值裂变?平台如何助推网络文学转

型升级?在网络文学转化传播论坛上,阅文集团公共事务副总裁王睿霆表示,好内容、好IP的成长需要优秀的创作者、用户和上下游合作伙伴共同长时间的探索与积累,需要IP运营能力和视觉化能力的提升,也需要良性网络文学生态版权保护体系的构建,以及人才、资源、业态的有机整合。

业内人士预测,中国网络文学将呈现六大发展态势:提升内容精品化生产能力仍将是产业发展立于不败之地的牢固基石,强化作者向心力、凝聚力和创造力是企业构建核心竞争力的不二选择,完善IP全链条发展将成为企业优化业务模式的重要手段,出海模式创新和海外传播体系建设必将持续深化、不断丰富,面向网络文学领域的专业评论和评价体系将得以较快发展和健全,高质量发展背景下的行业治理将推动形成更加清明健康的网络生态。

中外嘉宾聚东莞 共话预制菜产业

■ 本报记者 毛雯

3月24日,由农业农村部农业贸易促进中心、中国贸促会农业行业分会主办的第七届中国国际食品及配料博览会和首届中国国际预制菜产业博览会在广东东莞开幕。国内外食品企业和买家云集展馆,展示了最新产品和技术。

农业农村部国家首席兽医师(官)李金祥在开幕式上致辞中表示,2023年中央一号文件对乡村产业高质量发展作出具体部署,首次提出“提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平。培育发展预制菜产业”。预制菜产业连接生产和消费、

产地和市场、产业振兴和农民增收,2022年我国预制菜市场规模达4196亿元,预计2026年市场规模将突破万亿元,将在推动农业产业链价值链向中高端迈进、培育农业国际竞争新优势等方面发挥更大作用。

联合国粮农组织驻华

副代表张忠军在致辞中表示,希望本次博览会为广大农业生产者、加工者、运输者和消费者带来累累的硕果,在“大食物观”下为实现国家层面粮食安全战略注入一股强劲动力,为促进全球范围内实现2030年“零饥饿”可持续发展目标提供一个可借鉴的良好发展范式。

世界粮食计划署驻华代表屈四喜说,经过长期艰苦的努力,中国实现了从“吃不饱”到“吃得饱”再到“吃得好”的飞跃。博览会的举办,对供给侧改革创新、助力产业融合、促进农业食品行业健康发展、扩大国际交流与贸易起到积极作用。

中国工程院院士、湖南省农业科学院院长单杨表示,预制菜将成为我国食品和农产品生产加工、餐饮企业新产品研制与食品科技工作者研究的重要方向。原农业部党组成员、中国农产品市场协会会长张玉香表示,预制菜一头连接田间地头,一头连接餐饮消费,是典型的一二三产融合发展的产业。得益于中央和地方政策大力推动、各类企业和资本积极参与、冷链和速冻锁鲜技术日渐成熟,预制菜产

业进入发展快车道。

据悉,中国贸促会农业行业分会已连续举办七届食博会,持续打造全球农食产品营销、促销及农食企业共商共赢的专业平台。今年首次举办的预博会,是农业行业分会贯彻落实中央一号文件推动乡村振兴的重要举措。本届博览会国际性、产业前瞻性

强,参展企业数量多,配套活动丰富,与会代表充分利用这次机会沟通交流,取得丰硕成果。本届博览会期间举办一系列论坛活动,包括中国国际预制菜高峰论坛、预制菜行业局长和县长论坛、中国预制菜产业投资贸易洽谈会、预制菜产业发展与乡村振兴培训班等。同时还举办一系列交流推介活动,包括农业国际贸易高质量发展基地企业推介会、中东欧国家农食产品推介会等。主办方希望通过本次博览会加强国内外食品企业之间的合作与交流,推动中国预制菜产业的健康发展。来自国内31个省(区、市)和20多个国家的近千家企业参展,600多家专业采购商现场对接。



博览会主办方供图