

长三角三省一市发力会展活动

■ 本报记者 谢雷鸣

9月5日,长三角三省一市(江苏、安徽、浙江、上海)的商务主管部门共同签署了《深化长三角区域市场一体化商务发展合作协议》,着重在供应链区域合作共促、市场消费环境共建等6个方面开展合作,合力形成大市场。记者从商务部举办的专题新闻发布会上了解到,会展活动在推进长三角区域市场一体化中已经发挥并将继续发挥重要作用。

上海市商务委员会主任朱民介绍说,上海会同兄弟省市着力推进长三角区域市场一体化建设,持续激发区域消费活力。其中,上海联动长三角开展促消费活动,依托“五五购物节”平台,与长三角城市加强消费往来。同时,上海发挥进博会促消费作用,通过“展转保”“展转跨”来推动展

品进入国内市场,推动虹桥品汇、绿地全球商品贸易港在长三角城市累计设立34个分销中心。

江苏省商务厅副厅长吴海云表示,江苏省紧扣“一体化”和“高质量”两个关键,努力推进长三角区域市场一体化商务领域发展合作。在合力健全流通体系、激发消费动能方面,江苏策划办好“苏新消费”四季购物节,共同打响“满意消费长三角”品牌。在共同打造重大平台、推进创新升级方面,江苏发挥主场优势,连续5年参加进博会,还组织举办长三角自贸试验区制度创新高峰论坛,推动长三角开发区共建。

“江苏将扭住扩大内需这一战略基点,培育壮大现代商贸流通企业,共同推动长三角地区商贸流通

体系融合发展。”吴海云说,为提升市场主体竞争力,江苏将联动区域内兄弟省市举办老字号嘉年华、博览会等活动,继续擦亮“中华老字号”金字招牌,举办“苏新消费”四季主题购物节系列消费促进活动,促进区域消费市场优势互补。

据浙江省商务厅总经济师朱军介绍,浙江在参与推动长三角区域市场一体化方面取得一系列成效。其中,连续13年举办长三角地区农产品产销对接洽谈会,先后支持300多家农产品流通企业在安徽等地建设生产基地,打造产销一体的农产品流通区域合作新模式。浙江将以更大力度打造高能级展会平台,精心组织参加第六届进博会,共同扩大长三角进口市场规模,也邀

请沪苏皖的政企代表参加浙江省举办的第二届全球数字贸易博览会。

安徽省商务厅副厅长黄英称,安徽省商务厅在共建区域“大市场”方面有两大亮点:一是聚焦消费提振,强化协同推进。相互支持举办“品质生活·徽动消费”“上海五五购物节”以及中华老字号博览会等促消费活动;二是聚焦贸易投资,强化同频共振。邀请长三角地区世界500强、跨国公司参加2022世界制造业大会,实施“徽动全球”万企百团出海行动,组织安徽的企业、海外仓上线浙江“海外智慧物流平台”。

黄英说,2023年以来,安徽商务系统与沪苏浙在共同打造开放平台方面深化合作,全力推动长三角区域市场一体化更高水平对外开放,

主要体现在重大展会举办有声有色。第五届进博会安徽累计成交21.97亿美元,同比增长6.5%,高于全国2.6个百分点。安徽积极承接进博会溢出效应,推动“虹桥品汇”在黄山、阜阳、蚌埠、合肥建立分中心。去年的世界制造业大会深化央企、民企、外企、港澳企、台企、侨企等“六百”项目对接活动,促成了很多合作项目。

“重点区域市场是全国统一大市场的重要组成部分。”商务部市场建设司司长周强表示,长三角等重点区域在开放平台、重大展会等方面优势明显,在物流、人流、资金流、信息流等方面辐射作用突出。这些地区率先实现市场一体化,能够更好地带动周边地区形成统一大市场。

信息集结号

第五届进博会月底亮相

本报讯 第五届大运河文化旅游博览会(简称进博会)将于9月21日至24日在苏州举办。

据悉,自2019年起,江苏立足大运河全域,以“融合·创新·共享”为主题,先后在扬州、无锡、苏州举办四届进博会,累计47.6万人次走进现场,线上受众超8.2亿人次。

进博会“丝路运河”主题展已经举办3年,本届进博会将推出“中国西班牙文化和旅游年”专题展区、国家主题馆展区、港澳台文旅展区和世界运河集市活动展区,更好推进“丝路运河”合作谋共赢的交流融合。

本届进博会将持续加大大数据、人工智能、虚拟现实等新技术运用,全力构建线上线下融合的交易传播、展示交流新模式。其中,运河城市文旅精品展创新设立“大运河元宇宙互动体验专区”,通过数字孪生技术叠加影视转场运镜手法,实景复刻大运河沿线自然风光、历史建筑和文化遗产点。(张楠)

南京国际车展活动丰富

本报讯 9月30日至10月5日,2023(第二十一届)南京国际车展将在南京国际博览中心举办,本次展会由江苏省汽车行业协会和南京奥源展览有限公司联合主办。

展会将启用五大室内展馆及室外广场,预计总展出面积10万平方米,参展品牌80余家,展出车辆1000余台。国内外主流汽车品牌均将携旗下最新技术和年度车型精彩亮相,届时还将有众多首发车型现场揭幕。

汽车文化主题区规模空前,本届车展将在室内常规乘用车展示基础上,新增皮卡、摩托车、改装车展品类,围绕玩车文化、户外场景等流行概念,打造首届江苏国际皮卡展览会、第二届南京机车文化节、汽车改装嘉年华和露营自驾专区四大板块。

展会期间,还将同期举办汽车产业发展论坛,邀请行业领袖及专家学者,共同探讨长三角区域汽车未来发展的新思路。(孙实)

浙江国际智慧交通产业博览会12月举办

本报讯 第五届浙江国际智慧交通产业博览会将于12月1日至3日在杭州国际博览中心举办。本届博览会以“交通新使命 产业新未来”为主题,围绕“国际化、互动化、科技化”三大目标要求,设置展览展示、论坛会议、配套服务三部分主要内容。

据了解,本届博览会拟设置“1+N”会议论坛模式,由1个开幕式暨主旨论坛和N个主题论坛组成。在布展格局方面,展馆将设置数字交通馆、轨道交通馆、智慧航空馆、港航物流馆、绿色低碳馆等五大主题馆和“交通+”创新展示区、互动体验区、创新孵化合作区等三个特色展区,并安排云上博览会、产业地图4.0、往届博览会成果展等在内的配套展览。(鲍梦妮)

2023 成都双年展参观人气更旺

■ 本报记者 毛雯

记者获悉,2023成都双年展开幕48天,已经收获了超50万人次的观众,几乎每天都有近万人入馆参观。

据悉,“五一”期间单日入馆人次便接近2万。上至老年人下至牙牙学语的小朋友,大家都能在“成双”找到自己的快乐,表示自己会重复观展的观众占了六成。相比2021成都双年展观展人次破50万用了近5个月,今年“成双”用短短48天就打破50万观展人次,刷新了成都双年展的历史纪录。

质的飞跃彰显超人气

本届双年展汇集来自22个国家和地区235位艺术家的476件作品,同时下设24个城市平行展,国内外著名艺术家的作品同台亮相,传统经典与先锋艺术一展齐聚,通过社交媒体、前台写信、后台留言等方式,收获了公众对这场艺术盛宴的高度评价。

另外,超百场公共美育及主题周活动,深入场馆和社区,走到市民身边,通过沉浸式互动体验,让享受艺术成为市民生活日常,汇聚最广泛的公众参与。

开展48天以来,本届成都双年展官网点击数超340万,相关微博话题超604万热度,小红书相关话题浏览量近千万,观众在社交平台的热度还在不断攀升,成为今夏成都名副其实的超人气展览。

有望破上届100万人次纪录

本届双年展艺术总监、著名艺术史学家吕澎表示,本届成都双年展开展48天,接待观众就突破50万人次,是一项了不起的成就,这显示了成都市民和外地游客对当代艺术的热情和关注。他认为,本届成都双年展有望在展期结束时突破100万人次的观众纪录,甚至创造更高的纪录。

谈及本届成都双年展火爆“出圈”,吕澎分析认为,首先,成都当代艺术有着群众基础。成都当代艺术底蕴深厚,当代艺术氛围浓郁,当代艺术人才辈出,市民长期受到当代艺术熏陶,有观看当代艺术展览的传统。其次,双年展的展览场地在天府艺术公园,这里具有很强的吸引力和感染力,可以带给市民和游客更多可能性。美术馆资源和公园资源形成交互效应,参观美术馆的观众和逛公园的市民可以相互叠加,再加上公园各种消费场景的设置,让展览能够吸引来,留得住人。最后,成都大运会的举行,为成都双年展引流,让世界各地的观众关注成都。

“最重要的是,本届成都双年展作品丰富、形式多样。基于2021成都双年展的成功,本届双年展有了良好的口碑。就像水的涟漪一样,一圈圈扩散,形成良好的口碑效应。”吕澎说。

此外,本届成都双年展的配套活动具有很高的参与度和互动性,除了主场馆的展览以外,还举办了国际馆长峰会和城市艺术沙龙,邀请了国内外知名策展人、评论家、美术馆馆长、艺术家等进行交流和讨论。



9月4日至6日,2023中国国际智能产业博览会在重庆举行,一系列关于智能网联新能源汽车的新技术、新产品亮相,吸引观众驻足。图为观众在展会上体验“车载XR智能座舱”。中新社记者 何蓬磊 摄

咖啡展上的邂逅与交融

■ 本报记者 马晓娟



主办方供图

日前在北京中国国际展览中心(朝阳馆)举办的2023中国国际咖啡展览会,给咖啡供应商、采购商及爱好者搭建了一个展示、交流、商贸洽谈的平台。

展品种类丰富

很多咖啡爱好者表示,有过被咖啡香气瞬间沦陷的感觉。这应该就是咖啡生熟豆、咖啡机、咖啡器具、净水设备、烘焙甜品、个性包装、咖啡周边……一下子涌现在一名咖啡爱好者眼前。展会现场,罐头状的咖啡豆包装方式,更好锁住

风味的同时兼具美观;一款纯钛材质的咖啡杯凭借高颜值、自重轻、抗腐蚀、无重金属析出的特性吸引了众多采购商的目光……“你这个豆是哪里的?”“做奶咖?那这种豆更适合你”。展馆内,处处可见三五成群的观众或热切交谈,或细心品鉴。咖啡是一种饮品,也是一种社交方式。

多国展商参展

来自埃塞俄比亚、哥伦比亚、菲律宾、马来西亚、塞尔维亚、萨尔瓦多、斯里兰卡等国家的展商纷纷亮相,在带来本国特色咖啡产品的同时,展位布置各具特色。简单大方的、明艳热烈的,尽显异域风情。穿梭其间,耳边充斥着中英文夹杂英文以及各种听不懂的语言,在这一刻,以咖啡为载体,传递的是不同文化相互交融的温度。

各类活动精彩纷呈

展会期间举办了CCT中国咖啡品鉴

师大赛,初赛阶段通过“擂台挑战赛”的模式安排了守擂方与攻擂方,更加精彩刺激。随着双方杯测结果的一步步揭晓,最终,守擂的选手取得了第三次守擂成功,而攻擂的小姐姐也收获了现场的掌声与祝福。

4号馆内又是另一番景象,“北京咖啡酷饮嘉年华”在此等待你来Get九月的第一杯咖啡。与其他展区比起,这里更接地气儿,N个城市的网红店一站式打卡:消费者日常光顾的、外卖订单出现的、或“种草”已久的,都会在展会现场邂逅。

专业展商好评

铂澜咖啡学院创始人、院长齐鸣告诉记者,“在本次展会中,我深刻感受到了人气的火爆,这无疑令人欣慰的,也为整个行业注入了新的活力。”他表示,尽管人潮依然庞大,但消费和市场环境已经经历了深刻的变革,从业者更应探索未来的生存之道在哪里,发展空间在何处,坚定快速地适应新消费环境,理解新消费需求,并积极推动自身的创新。

CNINA INTERNATIONAL SUPPLY CHAIN EXPO

11月28日中国国际供应链促进博览会开幕

你来观展 我来接待



链接世界 共创未来

CONNECTING THE WORLD FOR A SHARED FUTURE

时间 2023年11月28日至12月2日

地点 北京中国国际展览中心(顺义馆)

开幕式暨全球供应链创新发展峰会

智能汽车链 绿色农业链 清洁能源链

数字科技链 健康生活链

发布《全球供应链促进报告》

6个专题论坛 供需对接会 行业研讨会 新品发布会



中文注册页面



英文注册页面

广告

邀请组团参加首届中国国际供应链促进博览会

首届链博会展览总面积10万平方米

我们将竭诚做好贵司团组接待、洽谈合作等服务工作。

衷心感谢贵司对首届链博会的大力支持!

@中国贸易报