

科技创新风吹到了北京礼品展

■ 本报记者 胡心媛 文/图

包装精美的节令特色食品、小巧精致的新型小电器、新中式风格的手提包……这是记者在日前举办的第49届中国·北京国际礼品、赠品及家庭用品展上看到的场景。

记者从展会主办方处了解到，本届北京礼品展展览面积达44000平方米。近1300家品牌和企业亮相，展品覆盖智能家电、缤纷食品、移动电子、文创IP、工艺收藏、精致家居等20余种品类。展品处处体现科技创新。

针对广大电商渠道的需求，本届北京礼品展首次设立以电子商务为主题的选品馆。记者带着好奇心走进了选品馆。这里展品丰富多样，囊括智能科技、精品生活、个护美妆、家居百货、宠物用品、母婴玩具、办公设备及耗材、食品及农副产品、户外用品、纺织品等电商热门品类，有助于解决电商行业资源对接问题。

主办方还特别设置了“高校录取通知书大赏”活动。该活动不仅可以助推文创企业展商设计案例落

地，使其获得更多品牌曝光与对接商务资源的机会，还能让观众鉴赏最具“文化内涵”的设计佳作。

数据在推动经济增长中的作用日益重要。消费者的需求即是一项重要数据。消费者的需求日益多元，礼品行业也在求新求变。本届展会特别关注年轻消费群体的需求与喜好。

健康消费是年轻消费者的新宠，“花式养生”概念受到年轻人的追捧。这一趋势反映在各种小家电、健身用品上。在米技展台，各种小家电满足了年轻人下班后快速做出美味健康菜肴的需求。年轻人常用的运动应用KEEP带来了多种健身小器材，帮助年轻人树立自律观念。

与此同时，“省钱风”也在年轻人中悄然兴起。越来越多的年轻人拒绝消费焦虑、追求简约生活。在这方面，日本商务馆里展出的产品或许能带给观众启发。记者留意到，这里的展品大多外观美观、便携易带，给用户带来深度体验。

从非遗老字号到新品牌，从品



牌复兴到IP跨界，展会特邀一批老字号及新国货品牌入驻，展现国货品牌的新风貌。展品涵盖日化家居、文创设计、生活电器、缤纷食品，满足年轻消费者对品质与文化的多重追求。记者发现，这些产品

更加注重实用价值和文化之美的结合。浙江老字号万元和专注脾胃食养，健康又方便的产品受到年轻人的喜爱。天熙带来的新中式手提包，采用宋锦、云锦、苏绣、绫绢、贵州手工绣等非遗工艺，再现

国韵之美。

业内人士指出，北京礼品展成为一场展示年轻消费新风尚的潮流盛宴，年轻消费者在这里可以找到属于自己的风格与品位，追赶礼品行业的新潮流。

美芝和威灵：展会是新品试验场

■ 本报记者 谢雷鸣

展会是企业的新产品的试验场，也是观众了解行业趋势的窗口。记者日前从美的集团了解到，该公司的两大品牌美芝（GMCC）、威灵（Welling）近日赴上海、石家庄参加了两场展会。

2024年中国家电及消费电子博览会（AWE2024）近日在上海新国际博览中心举办。该展会是连接家电及消费电子产业与跨界产业的开放合作平台。中国家用电器协会执行理事长姜风认为，智能化已成为家电产业最重要的发展方向之一，智能家电逐步从单品智能、场景智能向智能家居发展，智能家电市场规模快速扩大。

美芝、威灵在现场发布的两款新品——美芝超高能效变频冰箱压缩机、威灵小型智能化滚筒洗衣机变频电机即体现了这一点。据悉，随着家电行业能效标准的升级，高效冰箱产品成为市场新宠。美芝顺应市场趋势，推出的超高能效变频冰箱压缩机通过应用高效率电机、高效宽频泵体、低阻低噪集成消音器等技术提升能效。威灵小型智能化滚筒洗衣机变频电机的技术优势体现在小型化、静音和智能驱动方面。

中国热泵展是国内空气能热泵及相关产业的重要展会。2024第14届中国热泵展（HPE 2024）在石家庄国际会展中心举办。很多企业借助该展会平台发布新品。记者了解到，随着热泵产品的广泛应用与快速迭代，热泵产品呈现变频化、智能化、低碳化的发展趋势，应用范围从传统供暖拓展至更加丰富的领域。

美芝是热泵行业的知名企业，在热泵压缩机市场占据近40%的份额，产品在压缩机、电机、循环泵、阀以及家电芯片领域具有协同优势。记者获悉，美芝也在顺应行业趋势，使热泵核心零部件向高效、智能、环保等方向发展。具体来说，美芝、威灵展示的有转子式压缩机、涡旋式压缩机、热泵电机、热泵风机、循环水泵、电子膨胀阀、美仁芯片等热泵核心零部件产品。

首届澳门国际喜剧节近日以“一节两地”的模式在澳门、横琴两地举办。活动旨在通过喜剧这一独特的文化形式，进一步促进琴澳两地在文旅领域深度联动，推动相关产业在澳门和横琴加速落地发展。

清华大学新闻与传播学院教授张铮表示，喜剧产业是琴澳打造演艺之都的发力点，建议以节庆为核心撬动琴澳文化创意产业，从做优环境、做新业态、做强IP、做大平台、做好服务五

黄金首饰演绎“国潮”之美、玉石翡翠体现传统文化与现代设计碰撞、璀璨钻石与彩色宝石项链交相辉映……2024北京国际珠宝展近日在北京国家会议中心落幕。

本届展会总面积2万余平方米，展商数量达千余家，专设国际展区。这里有来自斯里兰卡、泰国、韩国、澳大利亚等国家的珠宝商。

展会现场气氛热烈，多家配石公司展现了定制化、个性化的服务能力。天然钻石、培育钻石、彩色钻石、彩色宝石……每个细分品类几乎都可以找到提供细分服务的企业。广州市番禺区珠宝产业发展联合会负责人何女士向记者介绍说，番禺从20世纪80年代开始承揽港资珠宝首饰加工业务，已成为全国珠宝首饰加工制造的重镇。

“我们可以根据珠宝设计师的需求提供各种颜色和形状的宝石，能根据珠

澳门与横琴欢乐联动

■ 宗赫

方面，让琴澳喜剧产业得到快速和良性发展，并找到驱动文化产业快速增长的路径。

“喜剧节的成功举办，使未来有意以‘一节两地’形式在澳琴举办会展活动的企业增添了信心，从而吸引更多文旅相关企业落户横琴，吸引澳门高校青年到横琴发展，促进琴澳人才交流，创造发展空间和机会。”横琴粤澳深度合作区执行委员会副主任苏崑表示，期望借助演出团队的成功经验

北京国际珠宝展落下帷幕

■ 本报记者 马晓玥

宝的整体设计推荐最合适的宝石和配色方案。你所能想到的珠宝奢侈品牌，几乎都会在番禺进行代工。近几年，番禺珠宝产业转型升级，许多珠宝企业加大国内消费市场参与力度，着力研发新款、自建品牌。”何女士说。

展会期间，中国珠宝玉石首饰行业协会发布的《2023年中国珠宝行业发展报告》（以下简称《报告》）显示，2023年我国珠宝玉石首饰产业市场规模约8200亿元，同比增长14%，创历史新高。在国际金价屡创新高的背景下，中国也成为全球黄金市场重要的增长引擎。2023年我国黄金产品市场规模约为5180亿元，同比增长26%。有黄金饰品销售商表示，销量与5年前相比，翻了好几倍。

《报告》称，中国珠宝行业在全球市场上的竞争力仍然强劲，在国际供应链中的地位依然稳固。2023年，中国珠宝行业进

出口额双向增长再创新高。从贸易伙伴来看，美洲、大洋洲、欧盟、东盟、日本、韩国、俄罗斯、南非等国家和地区是中国珠宝行业重要的贸易伙伴。2023年，中国对除日韩外的主要贸易伙伴的珠宝进出口总体保持稳定，与澳大利亚、南非、俄罗斯的贸易额增长较大。

据悉，零售业线上化的趋势近年日渐显著，珠宝首饰行业也不例外。薇歆雅品牌负责人表示，当前，消费者的消费观念发生转变，珠宝由收藏品转变为装饰品。基于此，公司特别推出一些新型产品，适用于线上销售。“这些新产品共有的特点是极具国潮风，种类多样，符合当前大众需求。”该负责人说，公司还对员工进行了直播培训，旨在达到线上推广的效果。一方面，满足线上客户需求，另一方面，利用消费者的从众心理，引导消费者在品牌展位围观，增加店铺客流量，从而提高销售量。

信息集结号

第110届全国糖酒会 开启全域“春糖节”

本报讯 3月20日至22日，第110届全国糖酒商品交易会（以下简称“全国糖酒会”）在成都举办。本届全国糖酒会首次发布春糖品牌口号“过完春节过春糖”，标志着春季糖酒会这一盛会正式升级为激发成都全域经济活力的“春糖节”。

记者从糖酒会组委会了解到，本届糖酒会规模32.5万平方米，参展商超过6600家，通过形式多样的展城融合活动，让全国糖酒会的影响力走出展馆，深入城市。

本次全国糖酒会打破时间与空间局限，在成都市14个区（市）县举办“会展+旅游”“会展+音乐”“会展+美食”等活动，推动成都各区域的经济发展。

成都有关方面表示，通过全国糖酒会等大型活动，成都有望持续打造城市IP，进一步巩固其网红城市的地位。本届全国糖酒会以特色造节庆、以节庆引流、以流量促消费、以消费促发展、以发展添特色，形成良好的正向循环。

本届全国糖酒会期间首次举办ROCKCANDY春糖音乐节，探索潮流及传统音乐的多元融合方式，力求培育一个全新的国际级音乐节品牌。（伊宇）

第二届香港文博会 带动产业贸易

本报讯 第二届香港国际文化创意博览会将于5月16日至19日在香港亚洲博览馆举办。近日在北京举办的第二届香港国际文化创意博览会首场新闻发布会上，香港文博会执行主席、深圳市数字创意产业协会执行会长皮取兵说，本届文博会将以科技化、数字化、国际化、文旅贸易为主要特点。

第二届香港文博会将举办“千帆出海”数字创意博览会，展示数字技术在文博领域的应用。现场以数字创意馆、文旅贸易馆、时尚设计馆、非遗手作馆、国际艺文馆等五个细分领域为主要架构，配合相关文化创意产业论坛、城市文化推介、青少年书法比赛、茶文化交流会、艺术展览等丰富的活动形式，调动国内外产业链上的相关企业参展，带动产业贸易。

第二届香港文博会有香港讯通展览公司、深圳市数字创意产业协会主办，中国对外艺术展览有限公司等单位联合主办，文化和旅游部艺术发展中心、中国对外文化集团等单位特别支持。（何天赐）

第五届中国国际海洋牧场及渔业博览会10月举办

本报讯 以“打造蓝色粮仓，实现循环发展”为主题的第五届中国国际海洋牧场及渔业博览会定于10月11日至13日在大连世界博览广场举办。博览会指导单位为农业农村部渔业渔政管理局、全国水产技术推广总站，主办单位为大连市海洋发展局，联合主办单位为中国渔业协会海洋牧场分会、大连市现代海洋牧场研究院。

据悉，展览规划面积2.1万平方米，将设立国家级省级海洋牧场及科研院所高校展区，深远海养殖、智慧渔业及配套设备展区，优质食材、水产品、调味品及预制菜展区，苗种繁育、饲料、动保及养殖投入品展区，辽宁省渔业成果展区和国际贸易展区。同期将举办全国海洋牧场建设与管理培训班、预制菜产业发展论坛、深远海养殖装备产业发展论坛、智慧渔业产品及技术应用研讨会、优质水产品采购对接会、金融服务渔业企业推介会、辽参行业标准发布会、优质食材烹饪大赛、厨艺大赛等多场活动。（倪玉）

“来北京新发地感受种业生机！”

■ 陈琳

第二届新发地春季种业博览会暨环京农产品服务保供发展大会日前在北京丰台举办。

活动现场，新发地市场、北京农林科学院玉米研究所、河北承德新发地鲜食玉米种植基地三方签约，共同打造“科研院所+生产基地+批发市场”种业协同创新平台，未来形成集良种繁育、良种种植、集中销售于一体的合作体系，以促进种业振兴。

航天茄子等育种成果现场参展

科技育种先进成果、蔬菜育种前沿技术以及航天育种配套服务技术悉数亮相展会现场。航天茄子、航天青椒等育种成果与观众见面。

种子是农业的“芯片”。近年来，我国培育优良品种步伐加快，一批高产、稳产、优质、绿色的新品种加快推出。北京丰台区积极响应提升种业自主创新能力的号召，制定

了详细的实施方案，推动种子产业高质量发展。在新发地市场，这些政策得到了有效贯彻和执行，为种业振兴提供了有力保障。

刘振杰早在2000年就进入北京新发地做种子经营业务。据他介绍，他刚来新发地时主要销售常规种子，现在销售的几乎都是改良杂交种子。“我们销售的改良种子具有产量高、抗病性强的特点。就拿油菜种子来说，口感好、色泽亮、整齐度高，品质比以前提升了不少。”刘振杰说。

与科研院所合作是刘振杰种子经营工作的“头等大事”。二十多年来，他与科研院所保持密切联系。“我成了种业方面科研院所的常客。”刘振杰说，“做种子经营，一定要经营最好的种子。我和科研院所合作，把他们的科研成果变成农户们实打实的收获。”近年来，刘振杰将改良种子销往全国各地，业务覆盖二十多个省。

种植、消费联动助力乡村振兴

新发地种业博览会串联起播种、产销等多个环节，成为推动农业

科技进步、促进农业产业升级的重要平台。

在博览会上，北京市丰台区食品药品安全委员会办公室与保定市食品安全委员会办公室签订《区域食品协作监管框架协议》。两地经过政府部门、基地、市场的多次调研和论证，将建立“五互认一退出”区域食品安全协作监管机制。两地实行“执行标准互认、产地确认单互认、检测结果互认、执法协作互认、数据信息互认”，同时，建立不合格退出机制，保障优质食品安全、稳定供应。

新发地是首都人民的“菜篮子”和“果盘子”，河北和天津是新发地市场重要的货源地，京津冀三地的农产品流通与合作十分密切。天津的莲藕、芹菜、萝卜、葡萄、大米、海鲜等产品在新发地大量销售，河北的蔬菜、水果、禽蛋、肉类等产品大量进入新发地。

“从黑龙江到海南岛，我们在全中国建立了6万亩的玉米种植基地，在京津冀地区种植基地超过2万亩。”玉米大王李志跃说，为了保证鲜食玉米在新发地持续不断的供

应，他们积极建立种植基地，在京津冀地区广泛布局，充分发挥各自产地的区域优势，为新发地市场稳定供应新鲜、优质的鲜食玉米。这些种植基地既是保障稳定供应的基石，也是推动农业产业升级、实现可持续发展的关键所在。

从2001年来到新发地市场经营，到2024年销售8万吨鲜食玉米，二十多年间，如何做到规模逐渐壮大并且产品质量逐步提高？李志跃和他的团队探索出了一条“科研单位+农业科技园区+批发市场”的生产流通模式。据李志跃介绍，他和团队每年在种子采购方面投入超过300万元，播种面积近16万亩，为种植基地提供优质种子、制定回收质量标准。

“为了构建更加完善的农产品流通体系，新发地在河北、天津等地组织商户发展农产品种植基地，在河北要达到50万亩的种植规模，通过种植，提高首都农产品供应的可控率，提升农产品品质。”据新发地批发市场董事长张玉玺介绍，种植、消费联动，可助力种植基地所在地区实现乡村振兴。

