

会展关注

科隆五金展将于3月1日开幕——

国际买家隔空喊话：要见中国展商

■ 本报记者 兰馨

“此次，中国展商要来参展吗？”科隆展览(北京)有限公司(以下简称科隆展览)总经理(出展)米亚赛·达尔逊向《中国贸易报》记者介绍说，日前，其德国科隆博览有限公司同事接到了一位国际买家的电话，询问将于3月1日至4日在科隆国际五金博览会(以下简称科隆五金展)是否会有来自中国的参展商的相关情况。

米亚赛·达尔逊转述说，她的同事在那一刻非常排斥这一问题。但还是平静地回答说：“我们尊敬的国际买家来，我们欢迎他们的到来。”

米亚赛·达尔逊告诉记者：“放在平时，也许这些话并不会有太大触动我，因为本来就应该这样。但放在当下，我是感动的。”

据记者从业内了解到，本届科隆五金展中国展区面积达14056.77平方米，将有来自安徽、北京、福建、广东、广西、河北、河南、湖北、湖南、江苏、江西、辽宁、宁夏、山东、山西、陕西、上海、四川、天津、浙江、重庆21个省市、自治区、直辖市的1036家参展商参展，同比增长11%。

此外，2018年的中国展区面积为12842.25平方米，今年达到14056.77平方米，增长了9.5%；2018年参展省市、自治区、直辖市为15个，此次达到21个，增加了宁夏和陕西。

科隆展览有关人员表示，按照世界卫生组织(WHO)提出的加强国际协调，不采取不必要的措施干涉旅行和贸易的建议，自中国武汉发现新型冠状病毒肺炎(以下简称新冠肺炎)疫情后，科隆展览与德国卫生主管部门保持密切沟通，并及时分享信息、协商防控措施，制定快速应急响应方案。

届时，科隆五金展现场将增加消毒物品的供应，展馆按高标准执行消毒流程，增加清洁频次。展馆医疗站将有驻馆的医生和护士，应对突发状况并解答与会者的相关咨询。

统计显示，2018年，第33届科隆五金展吸引了来自58个国家和地区的2770家参展商，以及来自143个国家和地区的4.7万余名专业观众与会。其中，超过70%的专业观众来自德国以外的国家及地区。

据悉，科隆五金展每两年举办一届，目前已成为国际知名品牌展会。

米亚赛·达尔逊告诉记者：“放在平时，也许这些话并不会有太大触动我，因为本来就应该这样。但放在当下，我是感动的。”

据记者从业内了解到，本届科隆五金展中国展区面积达14056.77平方米，将有来自安徽、北京、福建、广东、广西、河北、河南、湖北、湖南、江苏、江西、辽宁、宁夏、山东、山西、陕西、上海、四川、天津、浙江、重庆21个省市、自治区、直辖市的1036家参展商参展，同比增长11%。

此外，2018年的中国展区面积为12842.25平方米，今年达到14056.77平方米，增长了9.5%；2018年参展省市、自治区、直辖市为15个，此次达到21个，增加了宁夏和陕西。

科隆展览有关人员表示，按照世界卫生组织(WHO)提出的加强国际协调，不采取不必要的措施干涉旅行和贸易的建议，自中国武汉发现新型冠状病毒肺炎(以下简称新冠肺炎)疫情后，科隆展览与德国卫生主管部门保持密切沟通，并及时分享信息、协商防控措施，制定快速应急响应方案。

届时，科隆五金展现场将增加消毒物品的供应，展馆按高标准执行消毒流程，增加清洁频次。展馆医疗站将有驻馆的医生和护士，应对突发状况并解答与会者的相关咨询。

统计显示，2018年，第33届科隆五金展吸引了来自58个国家和地区的2770家参展商，以及来自143个国家和地区的4.7万余名专业观众与会。其中，超过70%的专业观众来自德国以外的国家及地区。

据悉，科隆五金展每两年举办一届，目前已成为国际知名品牌展会。

米奥兰特“网展贸Max”上线助力企业应对疫情冲击

■ 本报记者 兰馨

日前，《中国贸易报》记者从浙江米奥兰特国际商务会展股份有限公司(以下简称米奥兰特)获悉，为应对新冠肺炎疫情冲击，米奥兰特的“网展贸Max”产品正式上线。作为一款“网展贸Max”在线数字展览产品，其发挥互联网优势，将线下展览搬到线上，帮助外贸企业实现不出国门开拓国际市场的目标。

米奥兰特具有外贸大数据服务和精准配对功能。“米奥兰特董事长潘建军介绍说，“网展贸Max”是一个集在线数字资讯、数字展示、数字撮合、大数据挖掘、数字商洽五项服务为一体的在线数字展览全新模式。

目前，“网展贸Max”覆盖米奥兰特在波兰、埃及、肯尼亚、尼日利亚、南非、墨西哥、巴西、印度、约旦、阿联酋、土耳其、哈萨克斯坦、印度尼西亚等13个“一带一路”主要节点国家，为参加数字展览的外贸企业提供为期1年的在线服务。据介绍，“网展贸Max”以米奥兰特海外买家团队收集和提供的商品需求信息为基础。其中，在线数字资讯以MEO Academy为核心，通过视频介绍“一带一路”主要节点国家的外贸需求、产业格局和外贸技能，包括市场行业专题资讯、市场投资资讯、外贸技能实操等内容。让参展商在家办公，仍能及时掌握外贸资讯，提高专业技能。同时，以“全球商机”MEO Discovery市场研究模块，通过利用外贸大数据帮助外贸企业分析市场、选择市场，寻找目标买家。此外，米奥兰特还可以根据企业需求形成针对特定市场、特定产品的定制化市场研究报告。

在线数字展示则以数字展厅为核心，搭建涵盖外贸企业形象、外贸产品和本地知名品牌的数字化展示空间。利用数字展厅，即时发布企业的产品、产能、交货

期、价格等详细信息，推送给全球超百万户专业买家。为了更好地帮助企业间达成合作，米奥兰特为用户提供人工小语种翻译服务，让企业的产品更好地匹配买家需求。

在线数字撮合，通过米奥兰特海外买家团队将收集的商品需求和采购信息及时地向用户发送，同时与线下实体展览互为配合，在展前、展中、展后进行买家推荐、RFQ推荐、直接针对特定产品的询盘、优质买家匹配服务等。用户在展中可以进行远程参展，接受展会现场的卖家推荐、询盘信息等，真正实现线上贸易撮合。

在线大数据挖掘，依托“网展贸Max”提供全球进口商数据搜索和全球观众数据搜索，深度挖掘买家贸易情报，包括潜在买家的贸易往来记录、交易规模和商品种类，潜在买家的基础信息、工商注册信息和企业资讯，潜在买家的社媒信

息、联系人数字信息等大数据挖掘服务。

在搜索查询和深度挖掘的基础上，“网展贸Max”还提供数字商洽服务，包括人工激活不同类型的功能的社媒连接，挖掘潜在客户关键决策人信息，提供网上视频洽谈室实时交流，配备英语及小语种翻译担任商洽助手。

此前，潘建军在接受记者采访时表示，随着新冠肺炎疫情的蔓延，越来越多的国家对签证和入境设置了严苛的条件，直接限制了中国企业出境参展，甚至很多国家设置了入境先隔离14天的措施。更为困难的是，大量热门国际航班相继取消往返中国的班次，令企业出行难度提升。

潘建军强调，为此，米奥兰特在这一时间节点推出“网展贸Max”服务，将帮助更多企业在线上完成交易和磋商，尽最大力量将各方的损失降到最小。

展品变商品 意大利奥拉拉看好中国市场

本报讯 近日，人民日报记者回访了几家曾经参加进口博览会的外国企业负责人或代表。中国市场蕴藏着的丰富机会令来自意大利的奥拉拉印象深刻。

奥拉拉公司总裁斯皮里第奥尼·博拉奇诺介绍说，“去年11月，我第一次访问中国。去了以后才发现，中国市场比我想象的更大、更重要，蕴藏着丰富的机会。我们想在中国市场有所作为。”

奥拉拉是位于意大利普利亚大区巴列塔的一家高端橄榄油制造商。在其位于米内尔维诺穆尔杰镇的橄榄园，大片大片的橄榄树在冬日暖阳下散发着馥郁芳香。企业生产的高品质橄榄油、香醋、番茄酱等产品，在全球20多个国家和地区销售，主要为米其林餐厅及高端酒店、商场等供货。

“中国之行，硕果累累。在第二届中国国际进口博览会上，我们不仅有了展示产品的舞台，也与中国企业达成了实实在在的合作。我们分别与来自上海和苏州的两家企业签署了合作备忘录。”谈话间，博拉奇诺小心翼翼地从中取出精心保存的备忘录，“我们的合作正在进一步铺开。根据两家中国公司的个性化需求，我们正紧锣密鼓地准备着。这些订单让我感到了无限的喜悦和希望，充满着干劲。”

“眼下，我们正在和苏宁进行洽谈，希望与苏宁及国际米兰俱乐部合作生产联名橄榄油，将其销往中国市场。中国有很多球迷，苏宁强大的电商平台将为这项合作锦上添花；我们也在同阿里巴巴探讨合作，为我们的橄榄油打开中国市场创造一个更大的平台……”博拉奇诺说，“进博会为来自各国的企业组织了一场成熟的洽谈会，尤其是精准照顾到我们这些中小企业的关切和需求，真的不虚此行。”

在意大利，橄榄的采摘季从每年的10月中旬一直持续到12月，普利亚大区得天独厚的自然条件让这里的橄榄油享誉世界。“中国有着未来世界最大的橄榄油消费市场。如何打开和适应中国市场，是橄榄油生产企业面临的重大课题。我很高兴的是，我们的产品正为走向中国市场做好准备。”谈到未来计划，博拉奇诺意气风发，“中国是个陌生而遥远的市场，法律法规、语言和市场特性都是新的挑战，但我对这些挑战充满着信心和动力。”

博拉奇诺表示，一定要争取更多机会到访问中国更多城市。“上海是一座充满生机、魅力无限、让人无法忘怀的城市。我坚信，2020年会是我们品牌在中国不断成长、走向成熟的一年。”

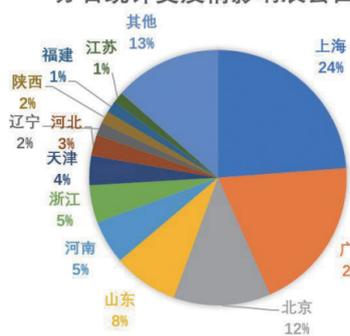
(金人敏) 本栏目由青岛国际会展中心独家赞助

走进新时代 共享未来

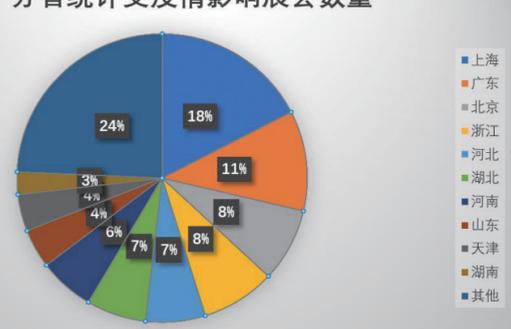
青岛国际会展中心 Qingdao International Convention Center 2000年投入使用 会议室内面积 60,000m² 室外展览面积 50,000m² 无柱活动空间 20,000m² 山东省青岛市崂山区苗岭路9号 www.qdicc.com.cn 0532-88898777

新冠肺炎疫情对展览业影响初步显现

分省统计受疫情影响展会面积



分省统计受疫情影响展会数量



新冠肺炎疫情爆发以来，各地纷纷出台政策限制取消举办大型活动，武汉于1月21日取消举办大型活动，北京、上海、广州也于1月23日起分别出台相关政策。截止到1月底，各地均出台限制举办大型活动的通知，展览业受到较大影响。根据各地展馆、主办单位发布的公告并结合各地区发布的政策公告，全国31个省自治区直辖市共有93个展览馆因疫情暂停举办展览会，涉及展会436个，展览总面积达1500万平方米，约占全国展览总量的10%。

其中，1月份受影响展会数量较小，共有5个展会因此取消，展会总面积近9万平方米，且均为区域性小型展会。但是2月、3月受影响展会则呈现爆发性增长。据统计，2月份全国共有177个展览会因此改期或取消，展览会总面积达431万平方米，其中不乏多个在国内外具有较大影响力的展览会，如在中国国际展览中心(新馆)举办的2020第30届中国国际汽车用品展览会和中装建材墙纸门业系列展、在国家会展中心(上海)举办的2020第37届中国上海国际婚纱摄影器材展览会和2020第十八届中国(上海)国际现代工业智能装备展览会、在中国进出口商品交易会展馆举办的2020第十八届中国(广州)国际专业灯光、音响展览会、在山东国际会展中心举办的2019第十四届中国(山东)国际装备制造业博览会等。3月份全国则有262个展览会受疫情影响，展览会总面积达1075万平方米。4月份和5月份受疫情影响暂时较小，分别有一个和两个展会改期或取消，展览会总面积合计约10万平方米。

从展会数量看，上海受疫情影响较大，已改期或取消展会达76个；其次是广东，已改期或取消展会49个；北京与浙江分别有36个展会受疫情影响改期或取消；河北、湖北受影响展会数量分别为29个。受疫情影响，中国香港与中国台湾地区也有展会改期或取消，其中香港特区有3场展会受影响，台湾地区有2场展会受影响。

从展会面积看，上海受疫情影响最大，已改期或取消展会总面积约为357万平方米；其次是广东，已改期或取消展会总面积约为294万平方米；北京受影响程度位居第三，已改期或取消展会总面积约为183万平方米；山东受疫情影响改期或取消展会面积仅为19个，但是展览总面积约为123万平方米，受影响程度全国第四；河南、浙江、天津受影响展会总面积分别达到83万平方米、71万平方米、56万平方米；此外河北、辽宁、陕西、福建与江苏受影响展会总面积均在20万平方米以上。受疫情影响，香港与台湾受影响展会总面积分别为约3万平方米。

从展馆角度看，全国共有93个展览中心不同程度受疫情影响。其中，国家会展中心(上海)受影响最大，共计改期或取消25个展会，展会总面积约178万平方米；其次是中国进出口商品交易会展馆共计改期或取消22个展会，展会总面积约169万平方米；中国国际展览中心共计改期或取消21个展会，展会总面积约139万平方米；上海新国际博览中心共计改期或取消19个展会，展会总面积约123万平方

米。此外，济南国际会展中心、郑州国际会展中心、广州保利世贸博览馆、上海世博展览馆、天津梅江会展中心等受影响也较大，受影响改期或取消展会总面积均在50万平方米以上。(供稿：中展信合)

全国主要受疫情影响展馆一览表

Table with 4 columns: 省份 (Province), 展览中心 (Exhibition Center), 受疫情影响展会面积 (Exhibition Area Affected), 受疫情影响展会数量 (Number of Exhibitions Affected). Lists major exhibition centers across China and their impact statistics.