

“数字化混展使外贸事半功倍！”

■ 本报记者 刘禹松

在德国杜塞尔多夫会展中心，一群“人高马大”的欧洲专业买家中间，身材娇小的中国姑娘方慧显得有些与众不同。作为本届杜塞尔多夫美容美发展览会阿里巴巴国际站展位上的中国卖家代表，尽管此次初来乍到，但面对络绎不绝的买家来访，她谈吐间却透露出满满的自信。

3月31日至4月2日，德国杜塞尔多夫美容美发展览会在美丽的莱茵河畔如期举行。为了在本届展会上有所斩获，方慧带来了自己企业最新研发的家用美容仪。没想到，这一产品刚一露面便引起了不少国际买家的兴趣。在展会举办的3天时间里，她每天都要接待不少前来问询的资深买家。从产品价格到企业能力，各种问题不一而足，但方慧总能快速地给出令人满意的答案。

“这要感谢阿里巴巴国际站提供的数字混合参展模式。”方慧说，“在这次展会之前，我从来没有出国参加过展，一开始心里还挺忐忑。不过，在现场真的遇到自己一时解释不清的问题，或是遇到想要了解国内工厂实际情况的买家，只要点一点身边的数字化大屏，就能一键连线国内同事，在线上带领客户逛工厂、看实验室。”

记者从阿里巴巴国际站了解到，所谓数字化混合参展就是依靠线上和线下联动的方式，借助阿里巴巴国际布设在展会现场的若干数字化屏幕，让海外买家现场了解产品实物的同时，轻松触达中国的产品生产企业，轻松、及时、深入地了解中国外贸工厂的实际情况。

数字化技术的加持为方慧的首次海外参展增添了不少底气。“名片发出去多少我都记不清了。我还随身带了一个笔记本，记下了有明确意向的客户，三四十家是有的。”方慧说。

与方慧略有不同，徐州市奈希工艺品有限公司此次选择借助数字化技术“远程参与”。尽管如此，在现场产品展示和买卖双方数字化交流的助力之下，该公司同样收到了30多名客户的意向信息。

事实上，这已经不是阿里巴巴国际站第一次带领中国企业以混合参展的方式登上世界舞台了。去年9月，阿里巴巴国际站就通过数字化混合参展的方式，带领部分中资企业登陆德国柏林消费电子展和法兰克福汽车配件展，取得了不错的成绩。

“今年走出国门参展‘带货’，是不少外贸企业的真实需求。混合参展模式在为企业大幅度降低境外参



阿里巴巴国际站供图

展成本的同时，也能最大限度保证参展效果。据我们估算，参展效率至少提升一倍以上。”阿里国际站海外数字混合展负责人何潇卿告诉记者，阿里巴巴国际站数字化混合参展模式去年成功试水，今年将全面推行。采用这种参展模式以后，中小外贸企业只要将参展的样品运输到指定地点，其余所有的海外参展事项都可交由阿里巴巴国际站代为解决。

“今年我们鼓励商家和阿里巴巴国际站一起出来看一看。我们做好展会线上线下的各种基础工作，商家安心‘带货’就可以。”何潇卿说。

为了实现这一目标，本届杜塞尔多夫美容美发发展现场，阿里巴巴国际站不仅在核心区域布设了展位，还在展览会的主入口、电梯间等显著位置打出巨型广告。除了用数字化的方式帮助中小外贸企业便捷高效地获取订单，阿里巴巴

国际站还将相关的行业趋势等信息整理成资讯，发送给更多的买家和卖家。

“德国杜塞尔多夫美容美发发展拉开了阿里巴巴国际站组织中小外贸企业全球抓订单的帷幕。未来，我们还将组织更多中小外贸企业参加美国、英国、德国等重点国家的展会，覆盖新能源、汽车配件、电子产品、运动户外等行业。”阿里巴巴国际站相关负责人告诉记者。

信息集结号

中国二十二冶集团物资公司 优化平台引资源

本报讯(记者 谢雷鸣)记者日前从中国二十二冶集团物资公司了解到，该公司正在与供应商建立良好合作关系，强化支付履约，增加平台对资源的吸引力，培育战略供应商，对接更多行业头部企业。公司负责人表示，公司将持续优化平台建设，不断强化自身在供应链中的核心地位，打造最佳资源配置供应链优势，发挥产业链营销作用。

据悉，为拓宽产业链，助力工程项目获取，物资公司结合战略采购、年度框架、厂家直供等采购模式应用，加大与行业龙头供应商的合作，由单一物资采购向双方优势互补拓展，与上海展志合作向钢厂延伸，与北新建材拟签战略合作。除建材一站式采购外，公司还撮合内部单位与其在法语区项目、新能源项目合作上寻求空间。

第二十届漯河食博会 5月举办

本报讯 记者日前从河南漯河市政府新闻办公室了解到，第二十届中国(漯河)食品博览会将于5月16日至18日在漯河国际会展中心举办。本届食博会以“食全食美漯在其中”为主题，突出创新、高端、新颖，坚持专业化、市场化、国际化方向。

本届食博会展展面积65000平方米，折合国际标准展位2500个，其中特装面积70%以上，共设置综合食品、休闲食品、食品加工机械等11个展区，创新规划未来食品展区和预制菜展区，重点展示中原食品实验室及科研成果、食品云及其技术应用、各类预制菜产品等。此次食博会首次规划RCEP展区，重点邀请东盟国家企业参展，共策划7大类18个小项活动，其中学术交流、采购对接活动9场，是历届食博会活动最丰富、整体层次最高、涉及范围最广的一届。

(卢松)

新疆旅交会唤醒天山南北旅游市场

■ 苟继鹏

13省市区组团参与、总额达百亿元20个优质投资项目、乌鲁木齐市文旅资源现场推介……4月8日至10日，“丝路之约，春满新疆”——2023新疆文化旅游产业交易博览会暨第四届新疆春季旅游博览会(以下简称新疆旅交会)在乌鲁木齐举办，向广大游客发出盛情邀约。

记者从新疆文旅厅获悉，上述活动首批发布的20个文旅投资建设项目总投资额近百亿元，涉及新

疆南北多个地州市，主要包括景区景点建设、营地建设、项目运营管理三大类，其中有不少是涉及自驾游及自驾营地相关的项目。

本届旅交会设置了景区目的地旅游板块、数字文旅板块、文旅装备板块、文化旅游商品和旅游融资板块。展会同期举办丝绸之路文旅产业高峰论坛和2023新疆春季旅游资源对接会，260余家参展企业和旅游方面的专家学者齐聚一堂，共商新疆旅游高质量发展方向。

新疆文旅厅旅游推广与对外交流处处长张瑞华说，在新疆春季旅游旺季来临之前，搭建平台，进一步推动新疆与各兄弟省(区)市在文化旅游产业的交流合作，推进旅游市场的整体复苏和持续成长，进一步激发文化和旅游消费潜力。

在开幕式上，新疆旅游协会与北京、山东、河南、陕西等10个省市自治区旅游协会现场签约，就旅游资源共享、项目推进、旅游宣传、“引客入疆”等方面合作达成战略合作协议，共促

新疆旅游提档升级、高水平发展。

作为本届新疆旅交会活动之一，2023年“万车自驾游天山”活动在当天正式发车，约150辆车400余人开启自驾游。“‘万车自驾游天山’是新疆旅游协会牵头打造的自驾游服务体系项目，2022年起运行。我们针对游客在新疆自驾游‘吃住行’等一系列需求，建成并完善全疆自驾游服务体系，为自驾游客提供更贴心安心的服务。”新疆旅游协会“万车自驾游天山”项目负责人钱春

龙说，该项目已开发出手机App小程序，预计5月正式上线，共设计了30多条经典自驾游线路，将全部免费提供给车友。

眼下，新疆南北次第花开，从日渐火热的“赏花游”中可以看到，今年新疆旅游正加速回暖。就在刚刚结束的3月，新疆多项文旅活动全面铺开，新疆文旅厅完成了赴四省一市开展“新疆是个好地方”文化旅游推广活动，签约“引客入疆”3000多万人次，签约资金超过1亿元。

 中国贸促会专利商标事务所
CCPIT PATENT & TRADEMARK LAW OFFICE

知识产权全链条服务专家
守护智慧 创造价值

始于1957年
620总人数 / 320代理人
90人获得国家法律职业资格

www.ccpit-patent.com.cn Email: mail@ccpit-patent.com.cn

Beijing | Shanghai | Shenzhen | Guangzhou | Hong Kong | New York | Santa Clara | Tokyo | Madrid
北京 | 上海 | 深圳 | 广州 | 香港 | 纽约 | 圣克拉拉 | 东京 | 马德里

数据来源：专商所



官方微信公众号

广告