

累计观展人数25.6万人次

长春国际汽博会展销两旺

■ 本报记者 马晓玥

7月24日下午,为期10天的第20届长春国际汽车博览会暨汽车文化生活节(简称汽博会)落下帷幕。这场25.6万人次共享的汽车盛宴,让观众切实感受到了长春这座汽车城的魅力与活力。

本届汽博会以“出行新时代”为主题,充分展示了长春市汽车工业的综合实力,凸显了长春市作为汽车城丰富的汽车文化底蕴。相比以往,本届汽博会呈现以下几个特点:

展览规模扩大

本届汽博会有3个国家级协会作为主办单位,集中了汽车生产、流通及展览领域国内最具影响力的机构,办展层次有了新提升。总展出面积22万平方米,主会场设在长春国际会展中心,分会场设在兴隆保税区。线上依托“云上汽博会”平台,实现了“云展示”“云直播”“云发布”“云服务”。

本届汽博会共有125户车企参展,参展品牌达151个,展出车辆

1324台,其中新车、亮点车型82款,新能源汽车220辆,比上一届增长10%,集中展示了国内外主流车企最新车型。本届汽博会延续了以往奔驰、宝马、一汽集团包馆的独有特色,在展台设计、搭建水准以及展车选配等方面,都按照A级车展的水平配备,A级展台占比首次达到83%。

展会引领性突显

本届汽博会首次单设“新能源主题馆”,华为、小鹏、岚图、极氪等新能源品牌齐聚一堂。同时,本次汽博会还首次引进了国际一线顶级摩托车,把1号馆打造成为机车馆,让汽博会展览板块突出了新内容,拓展了机动车展示新领域。

长春百瑞集团总裁李敬东在闭幕式上表示,新能源汽车是全球汽车产业转型升级、绿色发展的主要方向,也是我国汽车产业高质量发展的战略选择。第20届长春汽博会新能源汽车以主题馆的形式

集中亮相,比亚迪、蔚来、理想、小鹏、岚图、极氪等品牌齐聚长春汽博会现场,符合国家推进绿色出行的战略趋势,符合国家战略、符合产业变化、符合市场变化、符合消费变化。

消费带动性明显

随着本届长春国际汽车博览会正式开启,叠加吉林省汽车消费节、旗惠吉林中国一汽购车节等各项优惠政策,长春市政府、相关城区、开发区也分别发放了消费券,观众购车踊跃,汽车销售成果喜人。统计数据显示,展会期间长春国际会展中心累计观展人数25.6万人次。

本届汽博会搭建了赏车购车平台,并且有效拉动相关行业发展。长春会展中心周边酒店客房入住率由平时的不足50%增长至100%,酒店一床难求,5公里半径内平均入住率超过80%;公共交通共运送乘客20.38万人次,较平时增加

204%,出租车(网约车)停靠量是平时的34倍;周边餐饮饭店生意火爆,每日营业时间延长3个小时,平均客座率超过90%。旅游景点及休闲娱乐场所客流量大幅增长,相关广告、设计搭建、设备租赁、快递物流企业业务量增加70%。

配套活动丰富

本届汽博会通过各行业联动,凸显了“汽车+经贸”“汽车+文旅”“汽车+生活”等新业态的特有成效,成为跨界融合的汽车盛会。2023年长春汽车零部件跨境电商交易会取得了新的突破。交易会展览面积2万平方米,共有国内16个省市400余家企业参展,展出汽车零部件产品1.5万件。邀请到俄罗斯、中亚、西亚和北非等境外采购商60余人参会洽谈。交易会期间,汽车零部件成交额1550万元,意向成交额9300万元,二手车成交656辆,成交额1.25亿元。同时,长春市贸促会还与俄罗斯赤塔

州工商会、俄罗斯滨海边疆区工商会签署了合作协议,长春国际商会与宁波对外经济贸易企业协会、青岛国际商会签署了长期合作协议;期间,还举办了中俄跨境汽车配件交易中心揭牌仪式。

展会同时突出了汽车文化展示。以“车城百姓快乐生活、共享时代发展成果”为主题,举办汽车文化活动千余次,将汽车文化元素融入百姓生活场景,营造车城节日气氛,展现出汽车城深厚的文化底蕴和车城人良好的精神风貌。

本届汽博会首次尝试将沉浸式生活融入车展。在室外展区设置了汽车品牌民宿区、汽车露营体验区、房车沉浸体验区,多家参展商开展民宿及露营产品与汽车的融合展示。此外,展会时间延长至21点,将汽车与“夜生活”相融合,展会的内容更加丰富、体验感更强、参与度更高,以联动效应拉动着旅游、餐饮、交通、物流等相关行业发展。

信息集结号

中国—南亚博览会即将举办

本报讯 第7届中国—南亚博览会(简称南博会)将于8月16日至20日在云南昆明举办。本届南博会主题是“团结协作,共谋发展”,由商务部和云南省人民政府共同举办。本届南博会展览面积共15万平方米,线上同步展示线下展览内容。展会将设置开幕式,按照南博会惯例,同步设置南亚主题馆和东南亚主题馆,目前尼泊尔已表达了担任主题馆的意向,缅甸已同意担任主宾国。展会期间,还将举办第4届中国—南亚合作论坛等8个专业论坛,以及经贸合作项目签约仪式等3个配套活动。

本届南博会将依托“南博会数字化平台”,引入“南博会+直播”,创新推出展位快速导引、意向订单管理等服务功能,为参展企业提供“一站式”优质服务。此外,本届南博会将首次举办“南亚茶叶节”、南亚留学生“云逛”南博会等活动,向专业采购商和消费者推广南亚国家茶叶产品和茶文化。(王雨箫)

宁夏老博会设置四大展区

本报讯 2023宁夏养老服务博览会暨高峰论坛(简称宁夏老博会)将于8月25日至27日在银川国际会展中心举办。本届展会由宁夏回族自治区民政厅、宁夏贸易促进委员会主办。

本届展会将以“乐享塞上·颐养宁夏”为主题,旨在打造全方位、多层次、宽领域的全国性养老服务交流合作平台,展示养老服务成果及前沿的养老产品及技术。本届展会展览面积达2万平方米,预计将吸引近400家养老涉老企业参展,10000名专业观众前来参观、采购。

现场将设置四大专业展区,分别是智慧养老区,展示“互联网+养老”服务终端、智慧养老信息化等服务及解决方案;养老服务区,提供养老照护、康复护理、智慧康养等相关产品供观众交流体验;以及融合发展区和综合活动区,一体化呈现涵盖养老服务机构、居家社区养老服务、养老地产、养老助老科技产品、适老化产品、康复护理、养生保健及健康食品、旅居养老、老年教育等产品和服务。(周州)

食品餐饮博览会将在长沙举办

本报讯 2023(第八届)中国国际食品餐饮博览会将于9月15日至17日在长沙国际会展中心举办。本届食餐会规划展览面积10万平方米,设国际标准展位约4500个,共8个展馆,由专业板块、综合板块及活动板块3大板块组成。

三天展会期间,将邀请参会嘉宾、专业观众及参展客商40000人,总参观人次预计18万人次。本届展会专业展区涵盖餐饮、食材、连锁加盟、粮油、咖啡、茶叶、调味品、进口食品、酒店用品等商品,打通了食品餐饮上下游产业链。(赵芬蕊)

海食会展示特色产品

本报讯 2023首届海南国际热带食材供应链博览会(简称海食会)将于10月12日至15日在海南国际会展中心举办。首届海食会以“聚焦好食材 促进双循环”为主题,由中国食品工业协会、中国烹饪协会、海南省食品生产与流通协会、海食会会展集团(海南)有限公司共同主办,展出面积50000平方米,共设四大特色展馆、八大展区,2500个展位。

同期举办世界热带食材供应链大会、全球健康食品科技论坛、全球新品首展首发盛典、中国好食材电商节等十大品牌活动,为参展商及采购商搭建一个集产品展示、品牌推广、合作交流、商贸对接的一站式供需平台。(杨洁)

中国(青岛)跨境电商博览会活动纷呈

■ 本报记者 马晓玥

2023中国(青岛)跨境电商博览会暨第三届华北跨境贸易选品对接会于7月27日至29日在青岛国际会展中心举行。本届博览会以“跨境优品促双循环”为主题,展览面积1.5万平方米,涵盖跨境电商平台区、优质服务商区、产业带工厂区和跨境进口区等展览区域,展品种类十分丰富。

据介绍,本届博览会在去年的基础上再次升级。国内跨境电商巨头SheIn、韩国跨境电商平台Gmarket、美国电商平台微软电商Buy direct等平台在青岛首次亮相,亚马逊、速卖通、谷歌等传统电商平台也再次参会。百余家跨境电商优质服务商带来“数字人”直播、海外社媒网红营销等最新的产业链服务内容,给买家提供新的机会。

80多家优质产业代工厂携2000余种产品,为企业选品提供多样化选择。青岛产业带参展企业参展产品涵盖了假发、睫毛、家居、户外用品、工艺品等,潍坊、威海、德州、泰安、临

沂、烟台、淄博等地参展企业将携家具、户外用品、电子产品、劳保用品、家居、工艺品等特色产品参展。本届博览会也有部分省外参展商前来对接,河南、河北、江苏、浙江、海南、福建等地的生产企业携汽车用品、玻璃制品、金属制品等产品参展。

本届博览会邀请各大跨境电商平台官方负责人带来最新行业资讯、运营知识的分享,探讨新形势下跨境电商的发展趋势和未来发展。从多维度为从业者提供经验分享、发现商机的思路。

据悉,本届博览会不仅汇聚了众多优质展商,还组织了丰富多元的现场活动。展会现场围绕跨境电商的关注点及行业最新动态,举办首届跨境电商脱口秀活动——跨境Talk Show,用创新模式剖析跨境电商关注的问题。此外,展会现场设立特色区域——“大咖会诊面对面”,业内专家针对跨境电商运营过程中的实际问题进行一对一交流并提供解决方案。



7月25日,在青海省玉树藏族自治州玉树市,表演队伍亮相开幕式。由玉树藏族自治州玉树市主办的“大美青海,江源玉树”2023年玉树赛马会暨第二届三江源生态文化旅游节日前在玉树赛马场举行。中新社发 薛蒂 摄

“哈夏”首次推出音博会

本报讯(记者 谢雷鸣)“哈尔滨的夏天多迷人,唱不尽我们心中的歌……”第36届中国·哈尔滨之夏音乐会将于8月6日在哈尔滨开幕。文化和旅游局日前举办的新闻发布会透露,今年活动多了一个亮点——主办方(文旅部和哈尔滨市政府)将推出哈尔滨国际音乐文化产业博览会(简称哈尔滨音博会)、哈尔滨蚂蚁音乐节。

中国·哈尔滨之夏音乐会简称“哈夏”,与上海之春国际音乐节、广

州“羊城音乐花会”并称中国三大音乐节。第36届“哈夏”设置开幕式演出、全国性展演活动、“东亚文化之都”城市特色非遗展示活动、“冰城夏都”时尚文化展示活动等七大板块。哈尔滨音博会即是“冰城夏都”时尚文化展示活动板块。

哈尔滨音博会是“哈夏”首次由政府名义举办的展会。在文化和旅游部的指导和支持下,哈尔滨市充分利用哈尔滨音乐文化的国际地位、“哈夏”的世界影响力和哈尔滨

东北亚桥头堡的战略位置,借成功举办2025年第九届亚洲冬季运动会的喜悦和向北开放核心区区位优势,倾力打造特色鲜明、成果显著、博专交互、影响广泛的音乐文化盛会,为本届“哈夏”增添新亮点,为哈尔滨打造国际知名音乐之城提供新动能。

哈尔滨市文化广电和旅游局局长王洪新在新闻发布会上表示,哈尔滨音博会是东北地区首个展示音乐全产业链的官方贸易交流活动,

以促进产业发展、繁荣音乐文化市场为宗旨,具有起点高、阵容强、范围广等特点。“结合哈尔滨拥有的国家对外文化贸易基地、自由贸易区、综合保税区的政策及服务优势,哈尔滨音博会为国内外企业搭建立足东北亚、面向全世界的战略性发展平台。”他说。

据了解,哈尔滨音博会以“相聚音乐盛会,共襄产业未来”为主题,展会规模达1.2万平方米,设置了演艺设备器材、中西乐器、音乐创作及

版权、音乐创意产品、灯光秀、国外音乐文化等八个展区。届时,200多家国内外知名企业和产业基地参展参会,同期举办20多场乐器品牌推广会、品牌音响试听会、灯光秀秀等推介活动。

“我们打造中国北方音乐文化产业第一交流交易大会,创新引领哈尔滨音乐之城的建设,为‘哈夏’增添浓墨重彩的一笔。”王洪新向乐器、灯光、音响、音乐文化服务企业发出邀请,欢迎大家参加哈尔滨音博会。

拉动西部消费 共享市场机遇

千余种商品亮相西部消博会

■ 本报记者 毛雯

陕西省商务厅和西安市政府联合主办的2023西部消费精品博览会(简称西部消博会)近日在古城西安落幕。

本届西部消博会以“共享发展机遇,共创美好生活”为主题,举办了开幕式暨2023中国(西安)国际消费城市发展论坛、2023西部消费

精品展览会、“盛世长安”精品消费节、精品消费直播带货周等线上线下联动活动,累计参观人数近3万人次。

西安市商务局局长张选民表示,“围绕建设西安国际消费中心城市定位,聚焦‘高、新、精、尖’消费领域资源,打造西北地区规模最大的消费精品博览会和西部消费市场互利共赢的平台。”

记者了解到,本届西部消博会亮点纷呈,可以用“首次”“最大”“丰富”“融合”四个关键词来总结:首先是突破“首次”,这是西安市首次举办的中高端消费品博览会,实现了陕西地区高端消费精品展会零突破;其次是体现“最大”,参展品牌数量达到200余家,采购商数量500余家,展览面积超过2万平方米,是西北地区最大的消费类展会;其次,消费业

态齐全,品类“丰富”,设置的十大展区,展览展示各类消费产品达1000多种;四是线上线下融合,放大展会对促进消费的推动作用,采取“线上销售+线下展示”双线并行模式,线上联合网红专业机构进行直播带货和互动活动,线下通过展位展示、洽谈交流、展位打卡等多种形式,展现出展会特色。

本届西部消博会为西安市、陕西省乃至西部地区搭建了重要的交流合作、贸易畅通、供需对接的消费展示交易平台,中石油、延长壳牌、海尔集团等大众品牌消费品企业集中参展,来自陕西、湖北、湖南等地区的商务主管部门及专业观众到场洽谈交流。

在国家中心城市展区、进出口商品展区等十大展区中,不乏中石油、西凤酒、必胜客、肯德基、

屈臣氏、比亚迪汽车等头部企业。家具、特产、工艺品、配饰等多类商品吸引诸多观众,国外进口商品与本土老字号商品相约开展。现场有消费者用得上、买得起的名品、新品、优品,涉及吃、住、行、游、娱等方面,可一站式满足观众购物需求。

西部消博会期间,各类活动高潮迭起。其中,“盛世长安”精品消费节联动西安各大商业圈,在西安市大型商场及大型连锁超市推出专场促消费活动,以“最低价、最品质、最亲民”的方式激发消费潜力、带动零售经济,激发消费热情、促进消费增长。“2023精品消费直播带货周”借助直播经济,以更好的产品、更优的内容、更真的互动、更快的迭代、更高的效率延长服务链条,帮助品牌“花式出圈”。



组委会供图