

临沂兰山区实施商贸物流首善战略——

会展经济激发消费活力

本报记者 王金虎

消费正回暖

山东临沂市兰山区拥有中国规模最大的市场集群,今年,该区大力实施商贸物流首善战略,加快建设数字商城、国际商城、绿色商城、链式商城,会展经济不断助力消费市场提质增效。

15个国家的512家企业云集RCEP(《区域全面经济伙伴关系协定》)博览会,1200多个体育品牌齐聚体博会,17项活动亮相书圣文化节……8月下旬以来,山东临沂市兰山区会展经济进入旺季,连续举办4场具有全国和国际影响力的展会和论坛活动,累计吸引7万多人观展。

兰山区素有“中国市场名城”“中国物流之都”之称,拥有中国规模最大的市场集群,是重要的物流周转中心和商贸批发中心。今年,该区大力实施商贸物流首善战略,加快建设数字商城、国际商城、绿色商城、链式商城,会展经济不断释放新的活力。

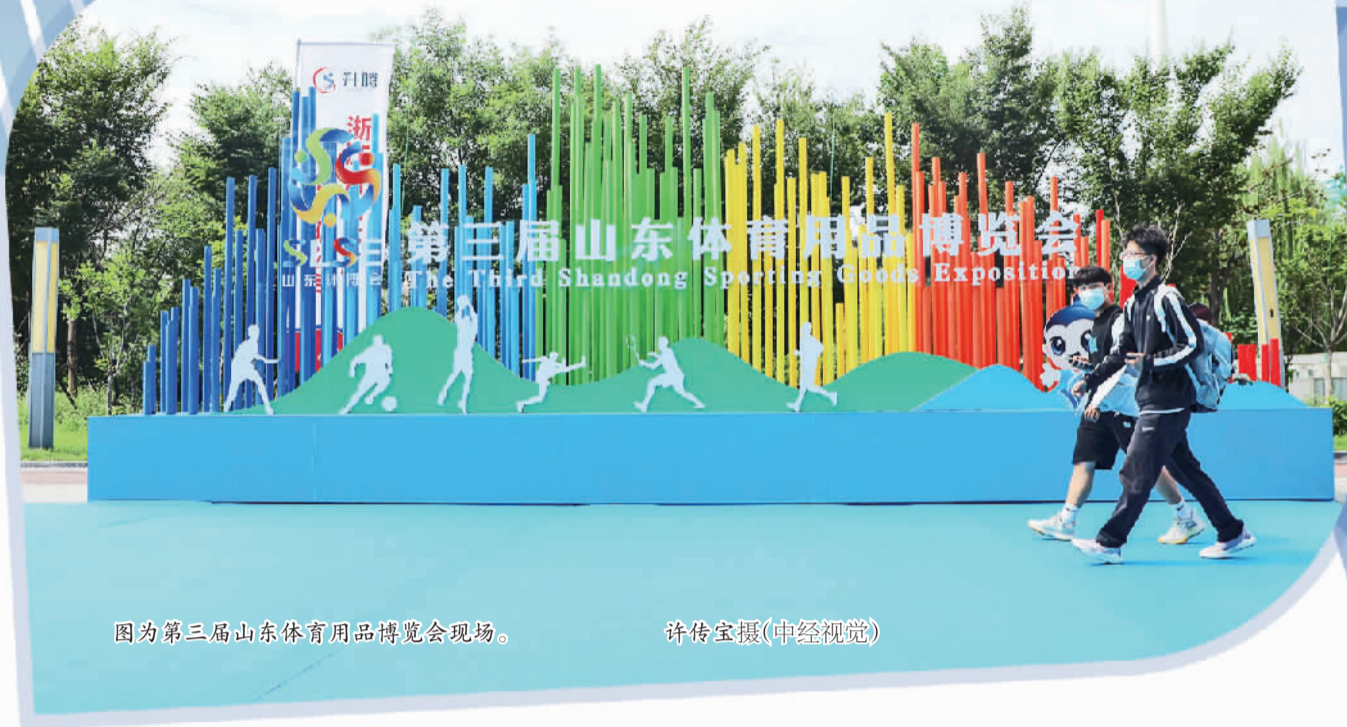
丰富供给

“展会上,墨西哥采购商到我们展位洽谈,达成了合作意向,目前正在推进合作事宜,初步想法是建立墨西哥厂商在山东的商品展示销售中心。”在RCEP博览会上,参展商绿地济南全球商品贸易港工作人员告诉记者,近几年,临沂的商贸物流条件和展览环境都有了提升,为产品拓展市场提供了有力支持。

第二届RCEP博览会现场交易额2.3亿元,意向交易额7.5亿元;第三届山东体育用品博览会现场成交额3.28亿元,签约项目合同意向成交额及年供货额超33.15亿元,外贸交易额2600万美元。体博会上,来自山东、山西、江苏、安徽等13个省份63个地市的400余家企业参展,1.26万专业采购商云集。“展会现场的人流密度与2020年春节前后疫情期间市场的半封闭状态形成鲜明对比,很多消费者来逛展。展会拉近了展商距离,促成了展商合作,带动了商贸交易,丰富了消费选择。”山东福瑞德国际会展集团总裁孙立伟说。

山东连胜体育产业有限公司是兰山区本土体育用品生产销售企业,连续3年参加山东体博会。今年的体博会,公司仅现场采购额就达300多万元。“展会吸引了全国各地的采购商,很多采购商在展区体验产品后,直接去门店参观采购。品牌知名度提高了,销售额也提高了。”山东连胜体育产业有限公司行政办公室主任寇甲说。

在连胜体育公司展位,济宁好运动体育器材公司员工刘景华正在体验最新的体育科技产品,周围还有不少观众跃跃欲试。



图为第三届山东体育用品博览会现场。 许传宝摄(中经视觉)

“这种自动发球机有11种发球方式,选择不同力度和速度可以产生上万种搭配,非常适合上班族在业余时间锻炼身体。”体验后,刘景华在采购名单里加上了羽毛球、乒乓球和篮球自动发球机等几项内容。

寇甲告诉记者:“这次体博会,智能体育用品是一大亮点,在现场签约的订单中仅自动发球机订单就达100多万元。”

会展经济为临沂带来了商贸物流的繁荣。在顺和国际智慧物流园,满载货物的运输车川流不息。园区工作人员告诉记者:“展会期间,装卸工、货车司机都加班加点,保障所有订单当日装车,当日发货。”

畅通物流

伴随着会展经济的蓬勃发展,兰山区加快推进“商、仓、流、园”一体化建设。目前,兰山区拥有专业批发市场87家,市场商户10.2万余户,淘宝、抖音、快手等直播平台商家注册量居全国第一位。以仓储智能化提升为抓手,兰山区集中建设了一批标准化、智能化、区域化仓储设施,构建多元立体现代物流体系,打造商贸服务型国家物流枢纽样板。新投入使用的新明辉标准化物流托盘运输率达到31%,整体装卸效率提升40%,装卸成本降低22%。

以展会为媒介,兰山区瞄准市场需求,规划布局物流产业园、体育产业园、新材料产业园、供应链生态产业园等十大园区,推动传统制造产业和物流服务向高端升级,加快完善辐射全国的现代供应链服务体系。在兰山区新明辉供应链云平台,产品下单、出库、运输,每个订单信息都一目了然。新明辉安全科技有限公司运用大数据分析技术,实现了原材料供应商、制造商、分销商、零售商和终端客户的实时数据交互、通信和合作,为全国3万余家终端企业用户和12万余家渠道

客户提供优质产品和科学解决方案。以体博会为契机,兰山区还在高标准规划建设体育产业园。据介绍,作为临沂首个体育产业园,项目将分散经营转变为集聚发展,打造产、营、展、销为内容的智慧体育产业平台。

“项目建成后,可与周边体育外贸用品、球类制造产业一起,构建临沂体育用品制造全产业链,进一步丰富、细化体育用品种类,临沂产品市场占有率将由目前的14%提高到20%,预计实现年税收2.4亿元。”山东鑫源城投置业有限公司董事长、总经理陈启善说,“在今天的体博会上,产业园已与多家企业签约。截至目前,已有20多家体育用品相关企业决定在园区落户。”

提质消费

“这辆车的科技感真是太惊艳了。”与体博会同期举办的第三届中国体育智能制造创新大赛现场,拥有国内首创、世界领先、完全国产多个标签的雪车吸引了众多参观者的目光。

以中国雪车为引领,来自全国各地的优秀企业、科研院所和高校的300余项产品同台比拼。记者了解到,展馆里小到一根跳绳、一件T恤,大到体能训练设备和体育场馆各项设施,科技化、智能化深入全产业链的各个层面。

山东吉诺尔体育器材有限公司已经连续两届参加中国体育智能制造创新大赛。去年参赛的智能篮球架,通过手机就能控制篮球架的升降、移动,可满足不同身高人群的使用需求,斩获大赛银奖。今年参赛的二代智能健身器材又以数据采集、智能提醒等优势获奖。

“好产品才能有市场。我们有自己的研发团队,拥有国家专利92项,是世界首家

通过国际篮联认证的地理篮球架品牌。”吉诺尔公司的副董事长李增涛告诉记者,体博会推动了企业向数字化、网络化、智能化创新发展,今年1月,吉诺尔有6款篮球架通过FIBA国际篮联认证。室内高档篮球架升降系统的研发成功,引领行业开启了智能升降篮球架时代。团队还将人体学应用于器材设计,创新漫步机扶手等结构,实现了一台机器可满足老、中、少多个年龄群体使用。“我们欢迎这样适合消费者需求的产品。”来体博会逛展的兰山区居民石军说。

进入9月,第16届中国临沂兰华永安汽车用品展、第19届中国(临沂)全国家具采购节暨第13届实木家具博览会等一系列展会又在兰山区拉开大幕,吸引着一拨又一拨消费者的到来。



在第三届山东体育用品博览会上展出的冰壶产品。 许传宝摄(中经视觉)



图为在临沂兰山区举行的第二届RCEP博览会直播现场。 许传宝摄(中经视觉)

市场瞭望

近日,游戏“羊了个羊”在社交媒体走红,随即,饰品挂件等相关山寨周边产品在电商平台销售火爆。山寨周边产品大行其道,是部分商家无底线蹭热度及知识产权意识缺失的体现,在利益驱使下,甚至催生出现造假链接、外挂等黑灰产业,应引起各方警惕。

山寨周边一哄而上,一方面反映出部分商家利欲熏心,蹭流量无底线,在经济利益面前无孔不入;另一方面也可以看到电商平台在保护知识产权方面还存在不少漏洞,个别电商平台甚至默许、纵容山寨周边大行其道,对于良性的市场生态有百弊而无一利。

近年来,随着线上交易的蓬勃发展,电商平台与商户数量规模不断扩大,涉及知识产权相关的问题不容小觑。尤其是随着电商领域对各类技术手段和商业模式的利用,对知识产权相关监管形成了不小挑战,维护正常的市场竞争秩序和消费者合法权益尤有必要。

在一些电商平台上,粗制滥造的山寨商品屡见不鲜。比如,擅自使用知名服装品牌变形词或衍生词,以假乱真,误导消费者;盗版图书猖獗,鉴定标准不一;高仿化妆品和离谱虚假宣传屡禁不绝;部分产品为压低价格打各种擦边球……

知识产权一般包括商标权、专利权、著作权等。在侵权行为中,侵犯商标权和专利权的现象较为突出。在电商平台上,通过伪造、擅自使用已注册商标,以及在同一种商品使用近似商标的侵权行为时有发生,甚至在平台公开的推广商品中,也不乏侵权商品。还有一些商家,未经专利权人许可,以生产经营为目的制造、使用、销售专利产品或专利方法的行为也构成侵权。

从另一个角度看,周边产品衍生品依靠内容赋能,加上必要的创意设计后,若具备较大的市场开发价值。这也启发正版文化企业要树立版权意识,增强市场嗅觉,扩展消费场景,提前布局相关产品的开发和营销。治理山寨周边产品,法治建设和制度设计必不可少。已经出台的电子商务法明确提出,所有电子商务经营者均应履行保护知识产权的义务,平台经营者必须建立知识产权保护规则,将法律规范应用于平台环境,并使之具体化、细致化。在具体实践中,相关部门应严格执行法律规定,加大对违规乱象治理力度,督促平台积极履职尽责,对明知故犯的平台和商家绝不能手软。

保护知识产权就是保护创新。山寨周边破坏了市场秩序,也不利于形成正向创新氛围。在新形势下,满足人民美好生活需要,必须更加重视提升知识产权质量效益,不断加强知识产权保护工作,才能持续激发全社会创新活力。事实证明,没有品质的山寨周边,市场空间有限,难以获得持久流量。

郭存举

天津智慧山文化创意产业园举办系列主题夜市活动——

多彩夜市“圈粉”无数

本报记者 商瑞



图为今年8月在天津智慧山文化创意产业园举办的精酿啤酒4.0主题夜市活动现场。 魏彬摄(中经视觉)

9月20日,在天津市滨海新区,一场精酿啤酒夜市刚刚落幕,而另一场缤纷多彩的儿童戏剧艺术节已经开始了紧张筹备。咖啡集市、精酿啤酒节、花露音乐会、国际戏剧大师儿童剧展演……今年5月以来,在国家级文创园区——天津智慧山文化创意产业园举办了一系列主题夜市活动。

夜幕下的智慧山色彩斑斓。绚丽的灯光,动感的摇滚乐,不同口味的啤酒、咖啡,为来此休闲的人们送来轻松惬意。

每个周末夜晚,天津市民王琳都和闺蜜们相约智慧山,一边品尝鲜酿啤酒,一边欣赏乐队表演,一边聊天。“这样真减压。这才是年轻人的生活。”王琳说,“在职场,每天要面对繁杂的工作,压力好大,最需要与同伴们交流,以多彩生活释放压力。智慧山的主题夜市,每期内容都不同,很有新鲜感,很吸引人。”

3年来,智慧山多彩夜市“圈粉”无数,既有“90后”“00后”这样的年轻消费群体,也有不少潮流新商家。天津市民王伟和刘丽娜这对夫妻,就将乐

动漫玩具堂和rocksolo吉他展卖店搬到了智慧山夜市。

刘丽娜告诉记者:“我们参加了天津很多夜市,但最终选择了常驻智慧山,因为这里的文化氛围更浓,这里的消费群体与我们的商品匹配度更高,销量更好。”

在精酿啤酒夜市上,王伟以一曲《孤勇者》摇滚吉他吸引了无数市民;在乐动漫玩具堂摊位上,刘丽娜以精美的玩具总动员人物玩偶,吸引了很多年轻消费者。这个夜晚,刘丽娜与王伟这对夫妻组合收入超过了3000元。

天津智慧山文创园区品牌负责人魏彬介绍,智慧山是国家级文创产业园区,是年轻人的创业集聚区。他们思想活跃,文化素质高;文创园周边3公里范围内,聚集了天津理工大学、城建学院等多所大学校园,因此学生成为文创园的重要消费群体。面对这些年轻人,智慧山在举办特色夜市时着力求新求变,“拼时尚、讲文化、有特色、有主题”。作为促消费的重要场景,天津智慧山文创园

的主题特色夜市每年都吸引着国内知名品牌、时尚企业入驻,数量超千家,高峰期每天游客人数超过2000人。

受疫情影响,广大企业特别是中小微企业,既需要消费助力快速“回血”,更需要“真金白银”的措施支持。天津滨海新区坚持“党建引领共同缔造”理念,成立了华苑科技园、滨海科技园、海洋科技园3个主题园区共同缔造理事会,聚焦解决区内企业环境配套、生产经营等相关问题。2022年,累计收集问题317条,问题收集率达23.32%;问题解决率、问题按时办理率、企业答复满意得分、企业解决满意得分等指标均实现100%,有力提升了区内企业服务消费的能力。

同时,天津市不断拓展范围、创新方式,大力促消费,促进市场回暖。今年8月底2022天津“品质生活节”启动以来,天津市级财政安排资金1.5亿元发放“津乐购”消费券。截至9月12日24时,已发放补贴1.16亿元,拉动消费超过38亿元,撬动比达1:33。其中,家电、百货零售、餐饮文旅消费券引发消费热潮。截至目前,已发放相关补贴5589万元,拉动消费近6亿元,线上线下参与活动商家超过6万家,实现时间过半、任务过半,效果明显。

天津市商务局副局长李宏表示,为进一步促进餐饮市场回暖,在原有发放到店餐饮消费券的基础上,天津市从9月10日开始发放餐饮外卖消费券,消费者可以登录美团或大众点评APP抢券。另外,天津市还将发放酒店、景区消费券,增发电影、剧场演出等消费券,进一步促进文旅消费回暖。