

第101届全国糖酒商品交易会圆满落幕

零供对接 助力食品产业链升级

本报记者 齐天宝 文/图

近日,第101届全国糖酒商品交易会在天津落下帷幕。本届糖酒会总展览面积119233平方米,参展商超2600家。其中,传统酒类展区参展760家企业、葡萄酒及国家烈酒展区540家、食品及饮料展区580家、调味品及配料展区250家、食品机械展区200家、包装展区

250家,天津展区40家。

据介绍,本届糖酒会是改革开放后全国糖酒商品交易会第一次在天津举办,也是时隔8年后糖酒会再次回到北方市场举办,受到北方地区经销商及天津市民的热烈欢迎。根据对参展商调研的初步反馈结果,超过80%的参展商表示本届糖酒会的展示交易效果超出预期,对此感到满意。

首次设立“扶贫助农专区”

本届糖酒会首次设立了“扶贫助农专区”,帮助贫困地区企业展示自身产品,与到会客商洽谈合作。

据统计,本届糖酒会三天累计入场人数突破30万人次,创造了近年来秋季糖酒会的新纪录。中粮集团和天津市为了充分履行打赢脱贫攻坚战的政治责任和社会责任,充分发挥全国糖酒会交易洽谈与促进合作的核心功能,更好地服务贫困地区特色产业对接,在本届糖酒会上首次设立了“扶贫助农专区”,帮助贫困地区企业展示自身产品,与到会客商洽谈合作。

消费扶贫是社会各界通过消费来自贫困地区和贫困人口的产品与服务,帮助贫困人口增收脱贫的一种扶贫方式,是社会力量参与脱贫攻坚的重要途径。为了与设立扶贫助农专区相配套,本届展会创办了“第101届全国糖酒会参展商集中签约仪式暨扶贫助农特色产品发布会”活动,通过为贫困地区企业举办专场宣传推介,深入推进精准扶贫,为贫困地区企业创造商机。

>>>

特色活动丰富多样

“小食品”背后应有“大担当”,“安全、创新、大健康”是当今和未来食品行业发展的驱动力及大趋势。

本届全国糖酒会举办前期及交易会期间,行业人士在天津举办了近百场形式丰富、主题多样的论坛和特色活动,得到行业人士的热情关注和积极参与。

10月19-27日,由天津市商务局、糖酒会组织机构和天津食品集团共同组织的第101届全国糖酒会“全球食品欢乐购”活动,在天津悦城、民园市集超市、部分物美商超等地成功举办。这期间,来自糖酒会参展厂商的逾150款产品集中亮相商超渠道,与广大天津消费者见面,并通过文创展演、趣味互动、优惠促销等多样方式实现“展店联动”,让天津市民能够直观感受到第101届全国糖酒会的热烈氛围,并享受到实实在在的优惠。

在活动现场,新疆乌什县、广西隆安县、西藏自治区昌都市等中粮集团和天津市对口帮扶地区进行了产业政策宣讲和特色产品的集中推介,并与国家级行业协会和媒体签署了技术帮扶协议。

此外,天津展团、北京展团、河南展团、法国南部展团和中粮酒业等展团及参展商也在本次活动上与合作伙伴成功签约,取得了丰硕的合作成果。

中国商报记者注意到,展馆内交易氛围浓厚,厂商成交意愿强烈,参展单位借助全国糖酒会这一优秀平台,不仅能够接触到大量优质的专业观众,达到延伸市场触角,建立健全营销体系的目的,还能够借糖酒会巨大的人流量和品牌曝光度,推广产品品牌、展示企业形象,实现经营业绩的提高和品牌价值的增值。

本届糖酒会的一大特点,是天津地方企业参展踊跃,除了在天津

>>>



本届全国糖酒会召开前期及交易会期间,行业人士在天津举办了近百场形式丰富、主题多样的论坛和特色活动。图为参展商与专业观众进行技术交流。

展区集中参展的40家企业以外,在其他展区也活跃着天津企业的身影。据统计,本届交易会共有165家天津食品、酒类和调味品企业参展,诸多天津企业不仅充分展现了东道主的热情,而且也向到会客商展示了天津作为老牌食品制造业重地和北方重要消费市场的魅力。

总体来看,国内展团方面,北京、河北、河南等共计11个省市自治区和特别行政区企业在地方政府或行业协会组织下以展团形式集中亮相本届全国糖酒会;国外展团方面,韩国参展商首次在进口食品专区以国家组团形式参展,法国南部、意大利、智利等国也以国家组团形式在葡萄酒及国际烈酒展区、进口食品专区及国际机械专区组团参展。

>>>

全方位优化客商服务

全新改版的糖酒会App除了能让使用者享受便捷服务以外,还能帮助观众提升交易效率。

本届糖酒会,在现场管理方面继续进行调整和升级,通过相应展会执法、音量管控等相关措施的实施,巩固了近年来全国糖酒会现场交易秩序整治成果,进一步优化交易秩序,为参展商开展商贸洽谈、专业观众放心采购创造了良好的条件。同时,围绕展商、观众实际需求,在展馆内设立了四个商务休息区,为参展商及专业观众提供舒适的区域用于休息及商务洽谈,并在休息区内引入肯德基、必胜客等品牌餐饮商,为参展客商提供配套餐饮服务。同时,在加强交通运力保障、大件行李寄存优化导览系统、丰富餐饮配套等方面做了大量工作,保障客商便捷参会参展,为参会客商营造舒适的洽谈环境。

在当前数字经济飞速发展的背景下,“智慧展览”不再只是传统的信息网络展示与互动,而是将信息接入更纵深的展览具体场景中,实现展商与观众的即时互动和快捷服务。在本届交易会上,全新改版的糖酒会App除了能让使用者享受展馆地图、电子会刊、在线预订登记、浏览展商展品等便捷服务外,还能实时优选推荐商家货源,帮助观众有效节省观展时间,提升交易效率。其中,商脉圈功能可帮助参展观众随时随地获知供需信息,吸引更多精准的邀约洽谈对象;展商/展品标签化管理,可令观众精准了解感兴趣的展商及展品,会后还可通过VR+e线上展台身临其境地随时领略糖酒会的魅力。

>>>

全方位优化客商服务

全新改版的糖酒会App除了能让使用者享受便捷服务以外,还能帮助观众提升交易效率。

本届糖酒会,在现场管理方面继续进行调整和升级,通过相应展会执法、音量管控等相关措施的实施,巩固了近年来全国糖酒会现场交易秩序整治成果,进一步优化交易秩序,为参展商开展商贸洽谈、专业观众放心采购创造了良好的条件。同时,围绕展商、观众实际需求,在展馆内设立了四个商务休息区,为参展商及专业观众提供舒适的区域用于休息及商务洽谈,并在休息区内引入肯德基、必胜客等品牌餐饮商,为参展客商提供配套餐饮服务。同时,在加强交通运力保障、大件行李寄存优化导览系统、丰富餐饮配套等方面做了大量工作,保障客商便捷参会参展,为参会客商营造舒适的洽谈环境。

在当前数字经济飞速发展的背景下,“智慧展览”不再只是传统的信息网络展示与互动,而是将信息接入更纵深的展览具体场景中,实现展商与观众的即时互动和快捷服务。在本届交易会上,全新改版的糖酒会App除了能让使用者享受展馆地图、电子会刊、在线预订登记、浏览展商展品等便捷服务外,还能实时优选推荐商家货源,帮助观众有效节省观展时间,提升交易效率。其中,商脉圈功能可帮助参展观众随时随地获知供需信息,吸引更多精准的邀约洽谈对象;展商/展品标签化管理,可令观众精准了解感兴趣的展商及展品,会后还可通过VR+e线上展台身临其境地随时领略糖酒会的魅力。

>>>

全方位优化客商服务

全新改版的糖酒会App除了能让使用者享受便捷服务以外,还能帮助观众提升交易效率。

此外,作为天津历史上外地来津客商接待量最大的一届交易会,天津市政府及各相关部门围绕本届糖酒会的城市综合治理、交通保障、卫生防疫、消防、治安执法等方面做了大量周密细致的工作,为本届糖酒会的成功举办创造了良好的政务环境,提供了令人满意的保障服务,以最大的努力确保本届糖酒会取得圆满成功。

天津公安在会期累计投入4200人次警力、3500人次安保人员,有力地确保了会期展场和大型活动的安全。交警总队会在会展中心周边累计投入960人次警力,解除堵点80余处,确保了场馆周边的交通顺畅。天津消防在展馆周边部署了14部消防车、4部消防摩托车和200名消防工作人员,从人员管控、材料管控、电气线路管控等方面全面确保本届糖酒会各项消防安全工作落实到位。

天津地铁6号线在糖酒会期间共开行855列次,努力为乘客创造舒适的乘车环境。天津公交集团在原运力基础上增投28部运营车,加快车辆周转,将区间调度与大站快车相结合,有效保障了会期交通出行无忧。

场馆内秩序维护工作和场馆周边秩序整治工作也开创了新的局面,实施了有效的监管。天津市商务局牵头的综合协调工作保障了市直各部门、区县政府在彼此配合上的协同,确保了本届糖酒会的顺利举办,彰显了天津市在大型活动保障工作上的强大执行力。

天津东疆创新跨境飞机租赁交易

近日,在天津东疆海关的支持和推动下,通过与桂林海关的紧密配合,区内企业亚太融资租赁(天津)有限公司与新加坡中银航空租赁完成全国首单跨境飞机租赁资产交易业务。该笔业务成功打通了跨境租赁资产交易的全流程,对于进一步拓宽飞机资产流转渠道、促进境外飞机租赁资产回归国内、推进飞机资产全球化流转、完善飞机资产流转生态具有重要意义。

据了解,天津东疆保税港区与我国飞机租赁业共成长,在过去十年实现了跨越式发展。特别是在政策创新方面,东疆已落地经营性租赁收取外币租金、进口租赁飞机跨区联动监管、母子企业共享外债等政策并取得了一定成效。(本报记者 齐天宝)

河南“两步申报”促贸易更畅通便利

为了促进河南贸易更加畅通便利,日前,河南省启动了“两步申报”改革。“两步申报”是在保留原有申报模式的基础上增加的一种高效便捷、灵活开放的通关模式。“两步申报”改革实行后,整个申报过程可以分成两步:企业可先进行“概要申报”,不再需要一次性提交全部申报信息及单证,最少仅需填报九个项目,海关审核后就可以将货物提离海关监管作业场所。货物到达目的地后,企业在规定时间内,按照报关单填制规范完成第二步的“完整申报”,办结海关通关手续。

据悉,河南首批“两步申报”试点郑州海关所属新郑海关、新区海关已同步启动,并将于2020年1月1日起在全省推广。(本报记者 刘建)

成都国际铁路港构建高效物流通道

日前,国家发改委经济贸易司、交通运输部综合规划司及来自天津、上海、广州、深圳等全国首批入选国家物流枢纽的23个城市的代表莅临成都国际铁路港参观考察。代表团对成都国际铁路港枢纽建设和枢纽经济取得的成绩给予肯定,表示将加强与成都陆港型国家物流枢纽建设的交流合作。

近年来,成都国际铁路港坚持深化西向,突出南向,打造以“东蓉欧”为主通道的全球货运配送体系,对外形成12条国际铁路和铁海联运通道,连接境外26个城市、境内14个城市,构建起以四川成都为枢纽,东南西北“四向拓展”,基本覆盖亚欧主要国家和地区的国际班列通道体系。

(吴淳友 谭仕科 本报记者 徐民)

蒙牛推进奶源地与扶贫深度融合

日前,中国奶业竞争力提升行动——奶牛金钥匙技术示范第113期蒙牛专场活动在内蒙古兴安盟举行。政产学研专家走进蒙牛富源乌兰浩特牧场进行实地探访,就我国奶业发展、扶贫攻坚等问题进行了交流。

活动期间,蒙牛集团在内蒙古乌兰浩特兴安盟特殊教育学校举行了“营养普惠计划”捐赠仪式,为乌兰浩特兴安盟特殊教育学校和乌兰浩特铁西二小两所小学送去爱心。蒙牛正通过技术帮扶、产业帮扶、营养帮扶相结合的方式,对兴安盟地区的发展给予立体化支持。“蒙牛将奶源地建设与扶贫相结合,未来将进一步推进种养一体化,通过产业发展带动脱贫,带动农牧民增收致富。”蒙牛奶源运营管理部负责人说。(相冰)

永旺“中日小大使”相会

10月14-21日期间,来自日本7所学校的70名高中生访华,与7月赴日交流的70名来自北京、武汉、苏州三地七所学校的高中生重聚。14所学校的140名中日高中生共同参加了由公益财团法人永旺1%俱乐部举办的“中日小大使”交流活动。

日本驻华大使横井裕,北京市人民政府外事办公室副主任李辉,公益财团法人永旺1%俱乐部理事长、永旺株式会社董事会主席横井博,永旺(中国)投资有限公司董事长兼总裁羽生有希等相关嘉宾出席了小大使欢迎会。据了解,今年是“中日小大使”活动开展的第11年,“中日小大使”活动也被认定为“中日青少年交流促进年”纪念活动。(李安民)

盒马收回新盒科技股权 将在福建开设更多门店

本报记者 冉隆楠

福建盒马鲜生门店全面回归自营。近日,新华都发布公告称,公司拟将持有的福建新盒网络科技有限公司(简称新盒科技)股权转让给盒马。这意味着,新华都持有的新盒科技股权已全部让出,盒马福建业务全面回归自营。

本报记者联系盒马方面问及福州业务规划,对方表示,将在福建开设更多的门店。

据了解,早在2018年9月,新华都已将新盒科技40.5%股权转让给杭州阿里巴巴泽泰,当时盒马已收回福州区域实际经营权。此次转让是新华都剩余的9.5%。

福建首家盒马鲜生门店于

2018年2月在福州开业,后面分别在6月、12月分别开出新店,目前共有三家。

盒马方面称,今年以来,盒马福州三家门店的顾客满意度逐月提升,整体经营情况也逐渐向好,公司对盒马在福建的发展充满信心。

新华都发布的公告数据显示,新盒科技去年亏损了近6000万元,今年上半年亏损了4000多万元。以经营月份计算,福州盒马店月均亏损额今年减少了约30%。

以开店速度和经营情况分析,福州在新盒科技的主导下,属于盒马发展较慢的区域。截至今年8月底,盒马在22个城市开出了171家门店,比去年年底增加了62家。

而福州自去年12月开出第三家店后,门店数至今未有增加。

在9月底举行的阿里巴巴投资者大会上,盒马总裁侯毅披露,盒马经营满1年的门店已经实现EBITDA(税息折旧及摊销前利润)转正。福州三家门店中有两家开业时间达到1年,而从新华都披露的数字估计,情况与盒马整体水平差距明显。

电子商务研究中心特约研究员、新零售商业分析师云阳子在接受媒体采访时表示,盒马鲜生想要快速地发展,最佳方式就是与实体商超联营,不过在推行过程中却发现效果参差不齐,这使得盒马鲜生在部分城市逐步放弃联营,采用直营方式。

实际上,自两年前盒马吹响新零售号角以来,全国主要商超纷纷开启新零售数字化转型,目前出现了明显分化。物美、大润发分别在多点、淘鲜达的尝试中尝到甜头,大润发单店线上订单最高已达到6000单/日,而家乐福、新华都、麦德龙等则转型不利,不得已出售资产。永辉超市则在超级物种遇挫后,押注到mini店上,继续其新零售征程。

新华都也在尝试通过其他方式转型新零售,通过阿里旗下淘鲜达为客户提供“送货到家”服务。淘鲜达目前接入了包括新华都在内的23个商超品牌,超过800家门店,覆盖全国278个城市。

不过,艾媒咨询CEO张毅认为,

新华都如果只依托淘鲜达去整合新零售业务,要取得突破很难,因为这种依托第三方配送服务的新零售模式有很多强劲对手,难以成为消费者的首选。对于新华都而言,在新零售的布局恐怕还需要大胆尝试,需要更多内部的激励和创新。

值得关注的是,目前商超的新零售改造分水岭愈发明显,格局也逐渐明朗:盒马以自营姿态领跑,致力于模式创新;阿里淘鲜达、多点Dmall以平台模式赋能传统商超,努力提升行业服务的基础和底线;永辉超市等传统零售企业仍在探索自己的新零售发展方式,在mini店业态发展上跑到了前列。