

2024黄河流域跨境电商博览会将于6月14日-16日在金沙灘啤酒城举行
国内外480余家企业参展,举办30余场配套活动,展出展品1.2万种……

“河清清”“海晏晏”喊你来逛展

□本报记者 刘腾

6月5日,青岛市政府新闻办召开新闻发布会,介绍第三届黄河流域跨境电商博览会有关情况。记者从发布会上获悉,6月14日至16日,2024黄河流域跨境电商博览会将在西海岸新区金沙灘啤酒城举行。

自2022年以来,博览会已成功举办两届,在“凝聚发展共识”“搭建交流平台”“促进商贸对接”“助力产业出海”“推动东西协作纵深发展”等方面取得了一系列丰硕成果,共计实现经贸配对约7.65亿元、现场观展人数约10.8万人次,为黄河流域对外开放增添了新活力,为对外贸易提质增效注入了新动能。

本届博览会得到黄河流域八省区商务厅及新疆维吾尔自治区商务厅联办支持,由青岛市商务局、青岛西海岸新区管委会、中国(山东)自由贸易试验区青岛片区管委会承办。博览会以“丝路连山海 共筑黄河梦”为主题,持续为服务黄河流域生态保护和高质量发展搭建跨境电商产业交流平台、生态合作平台、要素聚合平台,坚持“展览+跨境电商+产业带+节庆”的组织模式,将举办展览展示、商贸对接、行业交流、招商推介、特色节庆等30余场活动,涵盖共建黄河流域丝路电商对话交流、共商黄河流域跨境电商综试区高质量发展、共助黄河流域跨境优品对接等丰富内容,进一步放大博览会溢出带动效应。

>>集聚全产业链资源—— 更加注重优选高品质货源

本届博览会展览总面积23000平方米,共规划9个展馆,分别是1号国际产品馆、2号及8号跨境电商平台服务商馆、3号黄河流域产业及综试区馆、4号青岛馆、5号海外仓及海外展示中心馆、6号家居礼品消费馆、7号鞋服箱包及时尚用品馆、9号宠物用品馆,集聚了跨境平台、服务商、供货商等全产业链资源。

博览会聚合黄河流域特色产品、进口优品以及跨境鞋服、美妆、家居、宠物用品等出口热销品类,预计展出展品约1.2万种,知名品牌占展品总数70%以上。汇聚全球知名跨境电商平台及服务商、黄河流域各省(区)及新疆特色产业带企业,联动京津冀、长三角、粤港澳大湾区等区域关联企业。截至目前,22个国家和地区、国内17个省市区约50个产业集群,480余家企业报名参展。

据记者了解,除亚马逊全球开店、易贝等“老字号”平台外,还吸引了罗马尼亚最大电商平台eMAG、中东地区最具影响力电商平台Noon、拉丁美洲市场最大门户nocnoc等新兴市场平台参展,助力黄河流域卖家开拓新蓝海。同时,中外运敦豪、陕西易点天下等20余家服务商,天府盛、昊坤达、凯莱荟等20余家海外仓企业,涵盖跨境仓储物流、支付结算、营销推广、人才孵化、数字化管理领域共40余家企业参展,以体系化、规范化服务助力黄河流域卖家开拓新市场。

此外,博览会更加注重优选高品质货源。优选全国32个跨境电商综合试验区、跨境电商协会超300家供应链企业、近60个产业带1万余种产品参展。进口产品不断丰富,吸引俄罗斯、澳大利亚、日本、韩国、泰国、西班牙、白俄罗斯等23个国家的110个国际品牌参展,诸多知名进口品牌企业将展出最新产品。

>>打造要素聚合平台—— 首次设立三大商贸对接专区

2024黄河流域跨境电商博览会将举办30余场丰富多彩的配套活动,旨在打造集选品、交流、对接于一体的跨境电商要素聚合平台。

其中,延续两届博览会热门活动“青啤之夜”跨境电商主题交流会,将



2024黄河流域跨境电商博览会IP(知识产权)形象“河清清”“海晏晏”



2023黄河流域跨境电商博览会主会场累计吸引6.5万人次参观。(本报资料照片)

邀请特色产业带企业、热门跨境平台及服务商、卖家团体等齐聚现场,谋行业发展、谈贸易合作,携手扩大“一带一路”电商市场“朋友圈”。

博览会首次设立三大商贸对接专区,全方位满足工厂、传统外贸、平台、卖家等不同需求,推动完善从选品、平台、配套服务到宣传推广的跨境电商全产业链服务体系。平台与卖家“一对一”对接区将邀请Temu、速卖通、Lazada、希音等平台开展专场分享,推广成熟的运营模式和经验,并组织供应商、采购商和网店零售商、服务商现场对接。国际贸易与日韩买手采购对接区将邀请日韩买手到场采购,在美妆、家居、服装、户外用品

等领域扩大与日韩市场的贸易合作。外贸工厂对接区将重点组织速卖通、Lazada、Temu、希音及新兴市场平台专场对接,帮工厂找好买家,帮买家找好工厂,让制造企业 and 供货商了解国际市场热点,让买家了解行业最新产品,帮助更多好产品“出海”。

首次设立跨境热销前瞻区,将携手云雅智库信息技术公司,为工厂、外贸企业提供亚马逊营销数据,协助预测新的爆品,助力开拓新市场。

首次设立跨境咨询答疑区,将邀请亚马逊全球开店、海道跨境、侃侃跨境、乐盈跨境等电商“导师”,为卖家“把脉问诊”“对症下药”。两大专区联动,全方位疏通跨境电商发展堵点。

>>探索新领域新体验—— 首次设立跨境电商人才专区

“在构建国内国际双循环的当下,依托博览会平台,组委会通过积极探索新方向、新方法,为拉动黄河流域产业带经济增长努力‘续航’,持续打造国际经济合作新优势、新实践。”青岛自贸片区管委副主任隋斌在发布会上介绍说。

探索跨境展会品牌建设新IP。首次正式发布博览会IP(知识产权)形象。“河清清”“海晏晏”,是由一名女孩和一名男孩机器人组成,命名取自“河清海晏,时和岁丰”,寓意博览会平台开放包容、共赢发展,展现贸易创新、贸易繁荣景象。

探索跨境医药保健合作新领域。在1号国际产品馆内首次设立“跨境医药医药保健创新发展”专区,以“跨境医药医药保健创新发展”为主题,搭建跨境医药健康平台,邀请京东健康、唯品会等15家公司集中展示跨境进口医药保健创新成果,展销千余种跨境进口保健商品,并研讨跨境医药、医疗器械、保健品在生产、制造、销售领域内合作的新方向、新前景。展会期间,日本医药流通巨头企业Alfresa(阿弗瑞萨)专程来青考察,并到会交流,就下一步开展合作积极做好准备。

探索跨境电商人才培养新要素。在3号黄河流域产业和综试区馆首次设立跨境电商人才专区。现场举办外国留学生直播、跨境人才需求发布、校企座谈、校企联合招聘等5场活动,已有40余家省内外企业提供近100个岗位,预计吸引山东外贸职业学院、青岛滨海学院等驻青高校毕业生及跨境电商行业求职者近千人参与,初步搭建起跨境电商企业、外贸企业与院校之间的人才供需平台,推动建立跨境电商人才培养和校企交流机制。

探索展会选品新体验。在1号至3号馆外广场首次打造沉浸式户外选品新场景。融合青岛沙滩、啤酒等特色元素,举办“出海造浪”露营生活节暨户外园艺选品会,占地3000平方米,将搭建露营体验区、园艺产品展示区、休闲洽谈区,设置帐篷、沙滩桌椅、打卡拍照墙、房车、园艺装饰品等户外应用场景,以暖心服务拉近企业与采购商的距离,促成高效对接。