



黄河流域跨境电商博览会闭幕

跨境电商为媒沿黄九省区拧成一股绳 达成合作意向合同额2.83亿元

8月28日,2022年黄河流域跨境电商博览会正式闭幕。本届博览会线上线下参加展览4.5万人次,专业采购商8986人次参展洽谈,现场成交额达到3700余万元,达成合作意向合同额2.83亿元。

作为全国首个黄河流域跨境电商专业展会,本届博览会内容丰富、交易成果丰硕,充分展示了黄河流域跨境电商产业发展的澎湃动力,将有力促进黄河流域跨境特色产业带和开放型经济发展,形成以跨境电商新业态引领开放发展新格局。

沿黄九省区电商云集汇聚西海岸

本次博览会以“梦起黄河 同心共赢”为主题,突出黄河流域九省区协同发展。博览会能够成功举办,离不开黄河流域八省区和新疆维吾尔自治区商务厅的大力支持,他们克服了疫情带来的不利因素,精心组织了24个跨境电商综试区和各自产业带的优质企业参展,对博览会的成功举办发挥了重要作用。

博览会期间,黄河流域各省与全国其他省份优秀跨境电商行业专家深度交流,成功构建起集形象展示、产品推介、贸易洽谈、行业论坛、专题活动等为一体的跨境电商交流服务平台,成为推动黄河流域跨境电商产业和开放型经济发展的新引擎。博览会平台的影响力和吸引力逐渐形成。

博览会期间,来自全球多个国家和地区的跨境电商行业知名专家学者、国际知名商协会代表、世界知名企业代表等300余位嘉宾,以“线上+线下”形式,共同探索服务融入新发展格局的路径,打造跨境电商行业交流盛会。

围绕深入推动黄河流域生态保护和高质量发展这一国家战略,聚焦跨境电商产业发展主题,举办了黄河流域贸易创新高峰论坛,来自阿里巴巴、谷歌、亚马逊等跨境电商领域的企业代表及专家学者齐聚一堂,围绕黄河流域各省(区)互利合作,聚焦跨境电商、贸易创新、数字贸易等开展交流研讨。

黄河流域跨境电商联盟成立

博览会上,新华社中国经济信息社发布了《沿黄九省(区)跨境电商发展蓝皮书》,总结了沿黄九省(区)跨境电商发展三大优势、五大新特征。三大优势:一是沿黄九省(区)区域协同潜力巨大。二是“东西互济、陆海联动”立体联通格局正在形成。三是跨境电商有望成为连接沿黄九省(区)高质量发展新纽带。五大新特征:一是重视培育企业主体,丰富跨境电商生态系统。二是注重传统产业数字化升级 强化产业集群协同效应。三是“品牌出海”加速我国品牌国际化发展。四是立体国际物流网络联动发展,海外仓建设迅猛增长。五是各地监管创新力度大,鼓励跨境电商新业态发展。

发起成立“黄河流域跨境电商联盟”并发布“黄河流域跨境电商合作发展倡议书”。黄河流域九省区将围绕信息互通、创新共享,加强省际交流与合作,推动跨境电商企业合规发展,建设黄河流域跨境电商大生态,携手应对新冠疫情与贸易摩擦风险,共同推动跨境电商服务构建双循环新发展格局。

同时,为进一步实现资源优势互补,增强产业国际竞争力,沿黄九省(区)跨境电商企业还携手成立了黄河流域供应链联盟。沿黄九省(区)正拧成一股绳,推动跨境电商与产业融合不断深入、带动产业集群加



2022黄河流域跨境电商博览会现场。



速形成,助力传统产业转型升级、促进产业数字化发展,助力黄河流域社会经济高质量发展。

万种商品尽显沿黄九省区特色

本次博览会创新打造“进口+出口”一站式商贸对接平台,涵盖国内电商、跨境出口电商、进口电商及各传统B端客商和采购商。通过扩大更加丰富的海外优质商品进口,进一步优化供给结构,加快消费升级。

本次博览会知名品牌占参展规模70%,聚合40个优质出口产业带。天猫国际、豌豆公主、有赞、小红书、亚马逊、eBay、Google、阿里国际站、Lazada、coupang等众多国际跨境电商知名平台、服务商盛装亮相。三菱株式会社、JSY株式会社、Ewbank、正大集团、珍澳奶粉、G7咖啡、澳乐他维、兰博基尼酒庄等知名进口品牌企业也带着最新产品参与本次博览会。同时,黄河流域及全国服装、家纺、鞋类、配饰、婴童、玩具、电子、钟表、户外露营、宠物用品、美妆假发、家具家纺、家居礼品等知名出口产业带龙头企业及源头工厂也参加了展览。

线上线下共吸引4.5万人次参展

博览会作为跨境电商专业合作交流的盛会,展

出规模达到2万平方米,沿黄省区40个特色产业带以及全球知名跨境电商平台、服务商共400多家企业参展,展出产品1.22万余种,覆盖38个国家和地区。跨境电商巨头企业和行业达人齐聚青岛,吸引粤东进出口商会、亚欧中小企业协会、中国合作贸易企业协会等来自全国各地68个团组入园观展洽谈。

本次展会采用“线上+线下”结合的形式,线上平台首次在国内实现实景VR看展和新一代远程参展技术结合,提高线上参展的体验感,做到VR实景逛展,365天随时见面,打造永不落幕的线上博览会,累计线上观众点击数26.7万余人次,展商线上“见面”操作875场次,累计注册线上采购商916人。

“沉浸式”直播互动精彩。博览会期间组织开幕式、青岛跨境电商直播大赛、展商直播活动等49场次,累计直播时长超100小时,观众观看量突破400万人次。其中,2022年青岛市跨境电商进口直播大赛决赛参赛公司25家,实现销售额525.8万元,青岛优势跨境电商成果得到了充分展示。

据不完全统计,本届博览会线上线下参加展览4.5万人次,专业采购商8986人次参展洽谈,现场成交额达到3700余万元,达成合作意向合同额2.83亿元,经贸合作交流成效显著。

观海新闻/青岛晚报 记者 李沛

全球顶级时装汇聚青岛“云端漫步”

时尚亚洲潮流艺术节在海天中心(青岛云上海天)盛大启幕

本报8月28日讯 8月27日,东方时尚季·2022青岛时装周—时尚亚洲潮流艺术节在海天中心(青岛云上海天)盛大启幕。作为2022青岛时装周的重磅活动之一,为期两天的时尚亚洲潮流艺术节带来亚洲顶级品牌云端SHOW、头部自媒体矩阵直播带货、“无限循环&可持续时尚”、时尚公益慈善晚宴及拍卖会等多场活动,为青岛带来视觉、听觉以及亚洲潮流文化全新体验。作为国内顶尖艺术节品牌,本次活动同时吸引了国内外众多知名品牌的关注和参与。

中国文化旗袍——那旗袍和千玺旗袍;权志龙姐姐韩国设计师 Welldone;新锐设计师品牌 Ann andel-

man + 意大利百年老牌 Superga;熏若;Ellia;花屋等耳熟能详的品牌已确定参与这次沉浸式“云端SHOW”。此外,青岛十佳新锐设计师品牌也即将在云端绽放光彩。据业内人士透露,这些品牌都是明星私服,时尚意见领袖推崇喜欢的品牌,在各大平台频频曝光,深受买手们的喜爱。此外,艺术节还邀请了众多“千万级”粉丝的头部网红达人,在现场直播和带货,为艺术节带来顶级流量支持,并将新锐设计师品牌进行全国性的商业落地,进行明星植入,全网KOL宣发+TOP抖音主播,入驻时尚跨界买手店 YUE-SHANGRI,入驻线上订货平台星GO跨境购进行全

国性范围的新锐品牌孵化,加快产业发展。

活动现场,华为现场设置了科技感智慧屏互动,并为设计师、艺术家和到场来宾提供华为 HarmonyOS 3 全场景新品体验。同时,艺术节将与上海绿洲 NFT 平台“元宇宙”进行签约,联合千余名艺术家和设计师签约数字藏品,并在 SUPERGA、可可星、3C、鞋服和美妆做品牌营销包装设计,NFT 数字版权限量发售,并依据主题设计出 IP 主题衍生品,共同开启设计师数字营销新计划,为青岛市工业信息化贡献时尚设计价值。

(观海新闻/青岛晚报 记者 李沛)