

热点财经

中国体博会登鹭

2023 年在厦门举办的首个“中字头”产业展会

5 月 26 日-5 月 29 日,一场体育用品盛宴在厦门上演。2023 第四十届中国国际体育用品博览会(以下简称“体博会”)5 月 26 日在厦门国际会展中心开幕。这是今年在厦门举办的首个“中字头”产业展会,今年来,厦门市商务局(会展局)坚持“产业+会展”融合发展,坚持“走出去”“请进来”,加大招展引会力度,助力厦门市会展业快速复苏。

组委会在日前召开的新闻通气会上表示,本届体博会规模创下近 5 年新高,展览总面积超过 15 万平方米。展会由中国体育用品业联合会、中体联(海南)体育科技产业发展有限公司主办,福建省体育局支持。



往届体博会上,观众积极参与互动

亮点一 规模创下近 5 年新高

本届体博会以“破局,蝶变,演绎新时代体育产业”为主题,设置了健身展区、体育场馆及器材展区、体育消费及服务展区与政府展区等四大展区板块,整体规模创下近五年新高——参展商数量达到 1565 家,展会体量超过 15 万平方米。同时,从目前预登记观众的情况来看,今年体博会期间到场观众数量预计将超过 10 万人次。

此次展会展示范围广泛,包括家用健身器材整机、小型训练健身器材、按摩及家庭保健产品、商用健身器材整机、康复及体质监测器材、健身器材配件、俱乐部配套设施及智能健身、全民健身室外器材、体育公园集成解决方案、少儿运动游乐设施、青少年体育器材、智慧体育公共服务设施、泳池及 SPA 设施、运动地板、装配式建筑、水上运动设备、户外极限运动器材、民族品牌与国潮体育服饰、电商体育消费类产品等。

亮点二 厦门元素全方位呈现

从选址厦门国际会议展览中心,到厦门文化的融合,再到厦门体育特色项目的推广,以及厦门本土企业、商协会、政府单位的人驻……“厦门元素”均在本届展会上全方位呈现。

在本届体博会的参展企业中,“福建军团”参展数量达到 150 家,参展面积达到了 8200 平方米。其中,“厦门军团”共有 80 家企业参展,参展面积超 5000 平方米。无论福建还是厦门,参展数量和规模较上一届展会均有增加。

在 2023 中国体博会政府展区内,以“大厦之门 体育名城”为主题的厦门展馆,将重点展示厦门市规划打造的“两带三集群”体育产业布局,包括厦门体育产业发展成果、厦门市体育发展奖励扶持政策、体育重点企业等主题展示内容,展现“厦门造”从“制造”向“智造”的转型之路。

厦门展团还专门设置科技产品互动体验区,该区域将全方位推介厦门最新科技成果,比如 AI+VR 智能网球系统、马拉松大数据技术,以及智能体测、AI 运动、航空模拟器、VR 高尔夫等现代高科技产品。

亮点三 大众体验活动丰富多彩

体博会期间,组委会通过创新组织各类会议活动的形式,以实现扩内需、促消费的办展目标。展会的会议活动体系涵盖产业前沿类、资源推介类、行业技术类、四十届里程碑类、商贸对接类活动等。

这其中,包括中国体育产业峰会、中国数字体育产业高峰论坛、2023 中国运动空间大会、2023 中国体育场馆设施论坛暨运动地材与铺装大会、体育健身用品线上零售分享和体育用品出海趋势分享、2023 厦门体育产业招商项目对接会暨数字体育产业园揭牌仪式、厦门市体育产业全国招商推介会等重要活动。

此外,本届体博会各大会区同步组织各类大众体验类活动,如露营、飞盘、射击、攀岩、蹦床等,并构建不同主题的运动新场景,例如中国大学生健美健身锦标赛、体育珍藏品展拍会、篮球城市赛、现场打卡赢大奖等极具代表性的现场活动,将“嗨玩嗨逛”进行到底,为厦门观众和体育爱好者营造出热烈的现场体验氛围。

新闻链接

第四十届体博会为何选在厦门举办?

两年前,第三十九届中国体博会闭幕当天,体博会组委会宣布,让具有历史纪念价值和里程碑意义的第四十届中国体博会回到福建,移师厦门。这之前,体博会在上海连续举办了 5 年。他们为此还起了一个很有诗意的标题:中国体博会四十届,体育制造业“回乡”。

厦门具有优越的地理优势,新经济、新产业快速发展,贸易投资并驾齐驱,外贸综合竞争力居中国前列,体育制造业实力雄厚,是中国运动鞋服、健身器材、网羽球类制造业集群所在地,汇聚了行业诸多的头部品牌。

在体博会组委会看来,厦门会展经济发展在全国属于领先水平,展馆的配套设施齐全,服务水平领先,这有益于展会的开展。与此同时,厦门附近拥有世界远洋贸易货物吞吐量排名世界前列的港口,还能帮助参展企业辐射全球市场。

组委会表示,借助本届体博会举办的契机,未来他们将同厦门市政府相关部门一起,助力构建体育用品创新制造的新模式,让体育实体经济与数字经济的融合相得益彰,使中国体博会、中国体育用品行业与厦门的“产城融合”呈现出新气象与新格局。

(吴君宁 来源:厦门日报)

在香港也能用美团点外卖了

5 月 22 日,美团正式在中国香港推出全新外卖平台 KeeTa。目前,KeeTa 同名独立 App 已在各大手机应用商城上架。KeeTa 一词脱胎于英文单词 cheetah(猎豹),意指为中国香港用户提供品质高效的外卖服务。

KeeTa 在香港采取逐步扩区策略,人口密集的旺角及大角咀地区为落地首站,随后将逐步拓展新区,计划在今年以内完成全港覆盖。

日前,KeeTa 骑手版 App 也已开放下载,以便送餐员提前预约送餐时段。自今年 2 月开始,美团已在香港筹备多场骑手招募会。

美团创始人、CEO 王兴在上季度财报电话会上也首度确认出境业务,并明确香港的业

务试点是美团国际化探索的第一步。

关于选择香港作为出境首站,王兴表示,香港从文化、语言到金融设施等基础环境,都与内地有相似之处,选择香港作为国际化探索的第一个尝试是应当之选。但王兴强调,对香港市场积极探索的同时也会保持审慎投入,因此它对公司盈利表现的影响十分有限。

当前,中国香港地区的外卖市场主要由 Foodpanda(富胖达)和 Deliveroo(户户送)主导。但香港外卖市场整体渗透率较低,据研究机构调研数据,目前香港外卖交易额占餐饮行业大盘比例仅为 8.3%,显著低于大陆市场的 21.9%,市场潜力巨大。而经过前几年疫



情催化,香港市场的外卖需求正快速增长。

为更快适应香港外卖市场,KeeTa 针对香港用户习惯和文化特征,重点做出了一系列本土化的产品创新和运营调整,以期最大程度满足香港用户和商户的外卖服务需求。

KeeTa 发言人表示,KeeTa 充分尊重香港市场,并将持续致力于满足消费者对品质外卖服务的需求,同时,助力商户开源增利,为骑手带来更灵活有回报的工作机会。

(肖芳 来源:界面财经)

对外文化贸易“千帆出海”在厦启动

2023 年对外文化贸易“千帆出海”行动计划在厦门启动。5 月 23 日,商务部在厦召开对外文化贸易“千帆出海”行动计划推进会,会上发布该计划 2023 年重点活动 30 项。

由商务部、中央宣传部会同文旅部、广电总局、外文局、贸促会组织实施的对外文化贸易“千帆出海”行动计划,鼓励有关行业商协会、文化领域平台企业积极参与举办各类活动,共同拓展文化企业出海新渠道。

由厦门市推荐、厦门外图集团申报的“第一届拉美中国文化巡回展”“国际有声阅读平台”两个项目入选“千帆出海”行动计划 2023 年重点活动。

据悉,厦门今后将持续推动对外文化贸易“千帆出海”行动计划实施,以全面深化服务贸易创新发展试点为契机,充分发挥厦门市“一试点、一示范、多基地”的优势,加强国家文化出口基地、国家语言服务出口基地与其他特色服务出口基地的协同联动,不断推进文化产品和服务“走出去”。

(郭睿 来源:厦门日报)

厦门已成为全球中压开关高端制造基地

厦门市新型电力系统及输配电协会近日举行成立大会。大会宣布了协会第一届理事会领导班子,选举麦克奥迪(厦门)智能电气有限公司执行董事吴孚爱为第一届理事会会长。

协会首批会员单位达 82 家,包括 ABB 开关、施耐德电气、宏发电声、厦门华电等一批行业龙头企业。

目前,厦门已成为全球中压开关的高端制造基地,其中以 ABB、施耐德、许继智能、厦门华电、麦克奥迪电气、明翰电气等为代表的众多知名企业已在厦扎根生长多年。随着光伏发电、风能发电、充电桩、储能、电力物联网等技术的不断成熟发展,新型电力系统的构建,也为本地企业带来了更大的发展机遇。(张诗 来源:厦门晚报)

厦门信用就医上线“亲情付”新功能

近日,信用就医上线新功能——亲情付。通过信用就医额度家庭共享,“一老一少”也能享受“先诊疗,后付费”,离院前完成一次结算即可的便捷就医。

亲情付指提供信用价值及专属额度的信用就医家庭共享服务。其中,18 周岁以下的未成年人可共享其父母的信用就医额度,父母承担其信用就医费用的还款义务。60 周岁以上的老年人可按照个人信用白鸚分价值分档,由成年子女自愿签约,承担其信用就医费用的还款义务。

厦门市民进入“白鸚分”或“i 厦门”或“厦门市民卡”微信公众号,在信用就医页面找到“亲情服务”,点击“添加成员”,并完成家人信息录入,便可一键开通亲情付功能。在“家人管理”页面,还可对家人每月共享额度进行管理。开通完成后,老人、小孩便可凭医保卡、医保电子凭证、电子健康卡等(新生儿需凭新生儿就诊卡)到医院直接就诊,享受信用就医服务以及亲情付功能。

(张诗 来源:厦门晚报)