



中国东光纸箱包装机械出口数字展览会

China Dongguang Carton Packing Machinery Export Digital Trade Fair

疫情“加试题”下 特色产业给出新答案

本报记者 吕坤 摄影 傅新春

从“面对面”到“屏对屏”，东光将一年一度纸箱包装机械国际博览会移师线上，全球客商共赴无接触、零距离的“云端盛宴”。今年以来，我市“18+7”特色产业陆续“上线”展示硬核实力

线上展会很友好

东光县亿鑫纸箱机械有限公司董事长邹勇周最近几天忙得不亦乐乎，自从在线上布展摊位后，他享受到了在云端展示商品、联系意向客户的全新待遇，并且订单也陆续有了眉目。没承想，这种方式对于中小企业更为友好，不仅容易操作上手，成本也更低。

11月26日，“中国东光纸箱包装机械出口数字展览会”在东光拉开帷幕。此次数字展览会吸引了109家国内企业参展，线上参会者还有来自阿联酋、印度、越南、尼日利亚、肯尼亚、埃塞俄比亚、摩洛哥等12个国家和地区的客商，中外客商5天内开展了一场无接触、零距离的“云上盛宴”。

作为本次展览的承办方之一，河北爱德会展服务有限公司相关人员带领大家“线上参展”。依托展览通数字展览平台，商家可以通过图文、视频、直播、VR等多种方式进行展示，展商还可以直接“开播”，进入线上会客室与客户即时互动交流。

本次数字展览会，以中东、北非、东南亚地区采购商及其热门产品需求为核心，展出了584种商品，利用互联网技术和大数据分析，为参展企业提供市场资讯、数字展示、在线撮合、大数据挖掘、在线洽谈等系列服务，实现在家做外贸、在家找客商、在家拓市场的目标。

励展博览集团越南公司负责人武安泰表示，中国在越南的投资不断增加，按照投资总额和项目数量，已从去年的第四大投资国上升到现在的第三大投资国。这次数字展览会，将为越南企业更方便地寻找潜在合作伙伴提供可靠的渠道。

构建循环新格局

市委、市政府提出“要做大做强高层次、外向型经济，大力发展先进装备制造”，同时举全市之力推动“18+7”产业集群发展。

东光县落实中央部署及省市要求，坚持“工业强县、项目立县”，形成了纸箱包装机械、塑料包装、绿色化工等三



设备调试

个超过100亿元的特色产业。其中，纸箱包装机械产业历经40年的发展，形成了“产业集群+会展中心+研发基地”的三位一体发展模式，现有纸箱包装机械企业1105家，形成了瓦楞纸板生产线、纸箱成型及印刷设备、纸箱机械配件和耗材等三大系列，从纸板生产到纸箱印刷成型入库，设备品种达200多个，上千个规格，在国内市场占有率达到65%，产品销往全球126个国家和地区。在此之前，东光县已连续举办12届“中国·东光纸箱包装机械国际博览会”，产业竞争力和影响力日益增强。

今年以来，面对新冠肺炎疫情这道“加试题”，围绕构建国内循环为主、国内国际互促双循环新格局，东光县对县内规模以上工业企业、重点培育规模以上工业企业进行了授牌和挂牌帮扶，已实现全年新增规模以上企业50家的目标，全县规模以上企业数量达到154家。以科技创新为支撑，22家骨干纸箱机械企业与清华、中科

院等科研院校实现对接，建成企业研发中心15个，国家高新技术企业达到12家，科技型中小企业达到175家，制定了15项国家或省级行业标准，获国家专利300多项，进一步助推东光纸箱包装机械产业高质量发展。

硬核实力“秀肌肉”

今年以来，突如其来的新冠肺炎疫情重创世界经济，国际市场需求萎缩，人员跨境交流受阻，线下展会普遍取消或推迟，外贸企业承接出口订单的传统渠道中断，开拓国际市场面临前所未有的困难。为帮助我市企业抗击疫情、抢订单、保市场、稳经营、渡难关，市商务局也在不断探索具有沧州本土特色的线上展会模式。

今年9月，市商务局成功举办了中国（沧州）五金建材出口数字展览会，助力我市110余家外贸企业开拓国际市场，受到了广大外贸企业好评。同时，按照市委、市政府要求，市商务局发挥我市县域特色经济优势，通过线上数字展览会，为我市更多企业开展国际经贸合作搭建沟通对接平台，用实际行动抗击疫情、推动国际经贸交流合作。

“我们希望通过政府搭台、企业唱戏的模式，展示东光纸箱包装机械硬核实力，助力东光纸箱包装机械企业在线持续接单，不断培育东光外贸新优势。”市商务局相关负责人表示，将继续支持企业开展线上、线下的贸易促进活动，为企业开展国际经贸合作打造更好平台、提供更优质服务、创造更多便利。

东光县是著名的“中国包装名县”“中国纸箱机械产业基地”。经过前期调研与谋划，市商务局将今年第二场线上展会选在这里举办，这既是应对疫情的重要举措，又是对东光纸箱机械发展的认可和期望。



生产现场



精心调试准备发货

经济观察

省优秀新闻专栏

在正确方向 做对的事

素心

“进口原丝线浮力超大，让您野钓使用高端线不再奢侈。昨天晚上爆掉了，一会儿开直播，没有抢到的亲们可以进来选哟。”

在位于肃宁县西乾泊村的直播间中，主播郭小随已经准备就绪，三面墙的货架上摆满了数百种鱼竿渔具，直播补光灯架上排着七八部手机，再过几分钟，多个平台的同步直播就要开始了。

如今的西乾泊村，全村每天通过网络可以卖出几万根鱼竿。

“今天又给大家带来信誉楼优选好产品了，我们的第一波福利是金针菇，现在售价只要两元一袋，第二个好商品是后腿肉，现在售价是19.8元，欢迎大家9点30分准时观看直播。”

在青县信誉楼的直播间，信誉楼的主播娴熟地做着开播预告。

“美团优选8点秒杀：会理硬籽石榴秒杀价0.98元，限1万件；金沙河家用面粉2.5公斤，秒杀价8.89元，限量4000件……”

在便利店主小张的微信群里，他每天都要忙着发各种团购商品，美团的、多多买菜的，然后再提醒顾客到店自提。

只要9.9元，孩子享受12节直播课，还有专属老师进行点评或者跟踪服务，大礼包内的教辅材料也是实打实的硬货……

疫情以来，在线教育机构纷纷开启烧钱模式，引流的广告投入难以计数。

有人说，疫情让直播、社区团购、生鲜电商、在线教育等线上产业成为新的经济增长点，这些行业都站上了风口。

于是，有人对这些行业投以羡慕的眼光。

其实，理智看来，所谓的风口，无非是站在了正确的方向上，做了对的事情。而至于“风口”一词被一次又一次地提及，被写进商业报告书，我们也有必要去反思一下，盲目迷信风口，把精力放在在所谓的选择方向、趋势上，很可能是水中捞月，因为站上风口还要看企业的实力、时代的背景，需要各种因缘巧合和运气，既有顺势而为又有事在人为。

有人说，我们最大的运气，就是在过去的20年里坐在中国的这部电梯上，中国市场高速增长的红利造就了很多创业者和投资人。

无论是饿了么还是滴滴，他们诞生之初都不被看做是风口，但是当人们的消费习惯被培养起来，社会发展到一定程度，这风吹便了起来。

不是人们造了风口，而是在正确的方向上等到了“风”。

黑天鹅频出的2020年，我们见证了太多的历史，从疫情的大暴发，到金融市场的大震荡，再到国际局势的波云诡谲，一时间，仿佛每个人都陷入到巨大的不确定性当中，弥漫着对未来的焦虑。

在种种不确定性面前，无需焦虑，更无需回避，保持一份对世界的好奇，不断突破自己的认知边界，倾听行业领袖的见解并持续追问，正是治愈这个时代焦虑的一剂良药。

无论何时何地，都请记住，不跟风，不顽固，不听风言风语，根据自己商品和服务的属性，找到在当下和未来市场属于自己的路，在正确的方向上做对的事。

【阅读提示】

“十四五”是农业品牌化建设重要时期，特别是打造区域公共品牌、做好“特”字文章、加快培养优质特色产业，正成为必须。

近年来，沧州坚持走绿色发展、质量兴农、品牌强农之路，大力推进农业现代化建设，农业品牌竞争力逐步提高。

与此同时，沧州农业品牌的创新力度不断加大，黄骅冬枣、泊头鸭梨等知名品牌纷纷走出国门，区域品牌农业创新发展进入新阶段。

打造叫得响的 区域公共品牌

本报记者 吴梦 本报通讯员 赵明 刘相和

集中宣传推介 将黄骅旱碱麦品牌推到全国

11月25日，黄骅旱碱麦产业高质量发展研讨会在黄骅市召开，会议集中宣传推介旱碱麦系列产品，研讨推动黄骅旱碱麦高质量发展相关举措，借力叫得响的公共区域品牌。

研讨会邀请中国科学院农业资源研究中心等机构相关专家，重点围绕黄骅旱碱麦品种选育、高效种植管理、品牌塑造体系创建、加工质量标准及管控措施等议题展开研讨，旨在加快打造集订单种植、收储中转、加工生产等功能于一体的“旱碱麦全产业链体系”，形成独具特色的黄骅旱碱麦品牌效应。

近年来，黄骅市深入挖掘旱碱麦独特品质，通过标准化种植、精细化加工，结合当地文化特色，不断研发产品种类、拓展产业链条。建设2600亩旱碱麦种植农业标准化

示范区，实现项目区小麦单产较常规种植亩产提高10%以上，辐射带动全市旱碱麦标准化生产；推广“企业+基地+合作社+农户”经营模式，发展旱碱麦订单种植20万亩；金麦面业、振学面业、帝鉴面花三家企业纳入河北省农产品监管追溯平台；发展旱碱麦绿色种植基地1万亩，金麦面业、帝鉴面花3个产品获绿色食品认证；黄骅市天宝面业“誉天宝”被授予“AAAA”级河北省名优品牌。

截至目前，黄骅市共有旱碱麦规模化种植经营主体40家，较大型面粉加工企业20家，年加工能力48万吨以上，实现年产值约14.4亿元，集种植、加工、仓储、物流、销售、服务于一体的旱碱麦产业链已基本形成。

特色区域品牌 打造有口碑的“金字招牌”

黄骅市全力打造黄骅旱碱麦品牌，只是沧州加快产业转型升级的缩影之一。近年来，献县肉鸭、吴桥棉花、泊头鸭梨、黄骅梭子蟹等沧州特色区域公共品牌也强势崛起。

日前，在河北省第二届农产品加工业发展大会期间，“黄骅梭子蟹区域公用品牌”成功发布，河北省农业农村厅、沧州市农业农村局等相关部门以及梭子蟹优秀企业代表及30余家媒体代表，共同见证了黄骅梭子蟹区域公用品牌的发布。

近年来，市委、市政府对农产品的品牌建设高度重视，要求加快推进农业品牌发展，提高农业综合效率，促进农业增效农民增收，推动贫困地区产业扶贫。我市深化农业供给侧结构性改革以来，大力发展以科

技农业、绿色农业、品牌农业、质量农业为主的四大农业，着力提升农业质量效益和竞争力。其中，品牌农业要求突出规划引领，出台政策措施，加大力度打造河北农产品多层次、多领域、多类型的发展态势，培育特色农产品品牌，发展高含金量区域公用品牌。

黄骅梭子蟹作为河北省唯一一个水产品区域公用品牌，成功发布进一步提升黄骅作为特色农产品优势区的影响力和品牌价值。下一步黄骅梭子蟹将以发布会为契机，将充分发挥特色农产品优势区示范作用，坚持走品牌化发展之路，加快培育特色产业，将黄骅梭子蟹产业打造成在全国范围内有影响力、有口碑的农业“金字招牌”。

深耕文化 提高品牌魅力和感召力

“十四五”时期是农业品牌化建设重要时期，特别是打造区域公共品牌，要提高品牌建设的质量，提升擦亮老品牌，塑造新品牌，提高品牌的质量和品质，打造高品质好口碑的农业金字招牌。

在黄骅旱碱麦产业高质量发展研讨中，中国农业大学教授王志敏表示，打造知名区域公共品牌，首先要提高地理标志产品品牌的影响力。

“提高品牌人文影响力的含量。品牌是文化的传承，是文化的载体。对农业而言，是农耕文化和现代农业文化的彰显，所以消费品牌农产品，消费的是农产品，分享的是传承的文化。塑造区域公共品牌，一定要深入挖掘地域农耕文化、风土人情并融合到地理标志产品品牌当中，提高品牌的文化魅力和感召力。”王志敏说。

新时代的消费者注重生态消费。打造区域公共品牌还要提高地域性、独特的加工工艺影响力的含量。品牌是加工工艺的品牌，所以要保证公众认可的、被实践证明的、独特的加工工艺的应用，提高加工工艺影响力。

农业品牌既要打造农产品的金字招牌，又要打造营销企业的金字招牌，共同把金字招牌农产品送到消费者手中。

