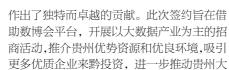
投资金额超500亿元 贵州大数据产业签约项目 144 个





近年来,贵州抢抓机遇,充分发挥气候、能 源、综合成本等优势,坚定不移把大数据战略行 动向纵深推进,大力建设"中国南方数据中心示 范基地"。目前投运及在建的重点数据中心23 个,其中超大型数据中心11个,已经成为全国 集聚数据资源最多的省份。

2020年,贵州数字经济增速超过15%,连 续六年排名全国第一,大数据与实体经济深 度融合指数达到 41.1。以大数据为引领的电 子信息产业快速发展为千亿级产业,满帮成 为西南地区唯一的互联网超级"独角兽"企 业,白山云、易鲸捷等本土大数据企业发展壮 大,平台经济等大数据新业态、新模式蓬勃发



展,"云服务"成为贵州发展数字产业的一个

贵州制定实施全国首个大数据与实体经 济深度融合指标体系,深入实施"千企改造" "万企融合",上云企业超2万家,"贵州工业 云"用户超17万户,"一码贵州"智慧商务大 数据平台入驻企业超4万家。

贵州已成为全世界聚集超大型数据中心 最多的地区之一,中国南方数据中心示范基 地加快建设,华为、腾讯等投运及在建的重点 数据中心达 23 个,建成贵阳·贵安国际互联 网数据专用通道,贵阳正成为全国光网信息 高速公路核心枢纽。今日之贵州,大数据产业 从无到有、数字经济发展风生水起,成为世界 认识贵州的靓丽名片。

作为省会城市的贵阳市积极拓展承载空 间、做大做强实体经济,打造创新引擎,扩大 投资提振消费,打通内生循环,汇聚更多资源

要素,深化展会领域改革助活力动力,促进产 业大招商等重点领域取得积极成效。

随着大数据战略行动的深入推进,贵州 将着力推进数字产业化、产业数字化、数字化 治理、数据价值化,将"贵人服务"品牌更加深 入人心,营造亲商安商的浓厚氛围,建设一流 的国际营商环境, 让企业家在贵州创业一路 路灯、一路红火;让企业家在贵州兴业舒心、 放心、省心、安心。

贵州省产业大招商工作领导小组办公室 主任、省投资促进局局长马雷表示,贵州坚定 不移推进大数据战略行动,全力打造以"四贵 四心"为核心的"贵人服务"品牌,省投资促进 局不断强化对大数据企业的招商力度,强化 与大数据融合的高科技企业招商力度,顺应 了政府推动、企业联动的发展规律,今日的贵 州,正成为投资热土、兴业沃土、创业乐土。

全球速卖通发布 "G100 出海计划"

5月26日,在2021全球速卖通"G100出 海计划"品牌签约仪式上,阿里巴巴副总裁、 全球速卖通总经理王明强表示:"在全球疫情 背景下,跨境零售电商步入'供给为王'的时 代。中国供应链优势进一步凸显,预示着中国 优势供应链在海外市场建立品牌心智的最佳 机遇已经到来。"

王明强认为,全球速卖通以品牌和店铺 为维度的运营模式,以及不断完善和升级的 各项基础设施,将成为助力中国品牌抓住这 一历史机遇的关键。

全球速卖通创立于2010年,是中国最大 的跨境零售电商平台,目前已开通18个语种 的站点,覆盖全球200多个国家和地区。在本 次会议上,全球速卖通发布了"G100 出海计 划",助力中国优势供应链品牌出海,与100 个"超级品牌"建立直接和深度的供给关系, 扶持10000个新锐品牌,并与10家品牌商家

全球速卖通介绍, 作为公司推出的供给 侧升级重磅行动,"G100 出海计划"旨在帮助 中国企业和中国品牌充分发挥供应链优势, 抓住全球贸易格局变化和跨境电商发展的重 大机遇,在海外市场建立品牌心智,拓展新市 场新用户,让中国制造在世界市场上"从幕后

例如,针对有技术壁垒,能自主研发,质 量媲美国际大牌又具有价格优势的"新锐品 牌",全球速卖通提供小成本、"一键式"开启 跨境零售电商新业态的通道。这可以解决物 流和售后问题, 让它们快速取得成长和实际 业绩,享受品牌溢价红利,"不只做背后的

"相比于接单代工时期,我们的产品品牌 溢价效应明显,毛利增长了20%至30%。"英 思实业总经理朱焕裕表示。

英思实业的创始人均为95后,背靠朱焕 裕的故乡广东潮州。朱焕裕借助当地餐厨用 品产业带的供应链优势,打造了 KEMORELA 品牌。2019年到2021年,借着海外"宅经济" 兴起的大势,KEMORELA 销售额年均增长 200%至300%。

"运城苹果""运城面粉""运城蔬菜" 三大区域公用品牌亮相北京

日前,"运城苹果""运城面粉""运城蔬 菜"三大区域公用品牌北京推介会成功举办, 受到当地市场和消费者的一致好评。

5月26日,以"数智变·物致新"为年度主

题的 2021 中国国际大数据产业博览会在贵阳

开幕,2021 数博会数字经济招商推介暨项目签

约仪式相继举行。全省共签约项目144个,合同

投资金额 565.61 亿元。其中,现场签约合同类

项目21个,合同投资额169.9亿元,涵盖大数

贵安新区, 共计签约项目 58 个, 投资额

317.73 亿元(贵阳市 52 个,277.16 亿元;贵安

新区6个,40.57亿元)。其中,大数据融合项 目 46 个,投资额 261.4 亿元,大数据电子信息

据领域的国际性盛会、世界级平台,为推动全

球大数据领域交流合作、促进数字经济发展

签约仪式上,作为省会城市的贵阳市及

数博会已走过六年非凡历程, 成为大数

据融合产业、大数据电子信息产业。

项目 12 个,投资额 56.33 亿元。

为贯彻市委打造"三个强市"、构建"三个 高地"战略部署,落实 2021 年市政府工作报 告关于"设立覆盖省会城市和有关大城市的 直销网点,让'运城苹果''运城面粉''运城蔬 菜'等优质农产品占领更多老百姓餐桌"的总 体要求,2021年起,由山西省运城市供销社牵 头,在认真开展市场调研、分析论证,并充分 征求市财政局、农业农村局、市场监督管理 果业发展中心等部门的意见和建议基础

上,依托市供销社全资子公司运城市供销资 产运营中心实施"运城苹果""运城面粉""运 城蔬菜"三大区域公用品牌公司化建设和运

该项工作计划分两个阶段实施。第一阶 段,选择市场有一定认知度、消费群体比较集 中、饮食文化比较相近的太原和北京开展布 局,并选择在上海、深圳等一线城市开设直营 店,树立品牌形象。第二阶段,计划于2023年 前后拓展西安等周边省会城市及有关大城 市,扩展品牌的辐射面和影响力。"这项工作 是配合市委、市政府宣传推介运城农业品牌, 建设现代农业强市的重要举措,对于实施农

名度和市场占有率具有重要意义。"市供销社 负责人告诉记者。

产品品质是品牌打造的前提和基础。目 前,"运城苹果""运城面粉""运城蔬菜"三大 区域公用品牌在我市有定点合作涉农企业及 合作社 426 家。通过产地仓和销地仓的建设 完善供应链体系,确保稳定的货源、稳定的质 量标准,逐步实现产品统一形象、统一标识、 统一包装、统一配送、统一销售、统一运营 "六统一",严格把控产品质量和流通环节, 确保品牌的市场竞争力。同时,配套建设集 生产信息、品牌管控、追溯跟踪、产品查 询、销售信息等功能于一身的农产品大数据 协同,形成产品"产、供、销"过程可监 控、链条可追溯、数据可统计,对品牌推广 及运营提供数据支撑,促进"运城苹果" "运城面粉" "运城蔬菜" 三大区域公用品 牌的品牌产业化、数字化发展。

在京期间, 市供销社与北京运城商会签 订了"运城苹果""运城面粉""运城蔬菜"三大 区域公用品牌宣传运营合作框架协议。下一 步,北京运城商会将利用当地资源优势,通过 "线上+线下"多维度推介"运城苹果""运城面 粉""运城蔬菜"三大区域公用品牌,并协助市 供销社不定期举办品牌宣传推介会等,进一 步扩大三大区域公用品牌在北京及周边区域 的知名度和影响力

万物云发布 新品牌"万御安防"

日前,万物云发布安防机电服务品牌"万 御安防"。据悉,这是继 2020 年 10 月从万科 物业升维后,万物云的又一重大战略举措。万 物云相关负责人介绍,本次万物云通过战略 合资赋力安防业务,并实现安防业务拆分和 独立运营,一方面意味着万物云将对外输出 积累 30 年的安防机电服务能力,一方面代表 着万物云向平台型企业又迈近一步。

据了解,万御安防的前身为万科物业的 安防机电运营中心,主营物业服务"四保"之 中的安防业务和机电业务。从万科物业拆分 出来后,万御安防将致力于打造中国的"西科 姆"模式。西科姆(SECOM)是日本最大的安 防公司之一,也是安防行业精工、品质和全球 化的典范, 服务范畴从商业客户扩展到家庭 安全保障,逐渐在日本全国建立了完整的安 全服务网络,并建立了一系列行业标准文件。 安防业务一直是万科物业核心竞争力,20年 前,万科物业将保洁业务进行外包,但一直坚 持安防机电能力的打造。本次将安防业务拆 分,一方面是因为业务成熟具备足够竞争力, 另一方面则是规模优势凸显,可以更高效开 展业务。

记者了解到,万御安防此前还获得了国 内知名安防科技公司海康威视的战略投资。 万御安防相关负责人表示,与海康威视的联 姻, 意味着公司安防机电业务在高科技的加 持下如虎添翼,效率更高、质量更好。

据悉,将机电安防业务拆分后,万科物业 将进一步向"管家"型物业发展。万物云 CEO 朱保全表示,物业分为"管家型"和"四保型", 四保型物业是具体的作业者,而管家型物业, 则是要给业主方提建议,并从专业视角管理 四保作业类型。未来万御安防也将从内部的 一个成本中心转型为独立运作的公司。本次 拆分, 亦标志着物业行业进一步走向垂直细 分,将物业产业链中的底层能力进行标准化, 把服务品质和管理经验向行业开放和分享, 势必改变整个行业的发展路径。

朱保全表示,更名升维为万物云时,就决 定了公司要走平台化、生态化的发展路线。万 物云的 SPACE(空间)板块将更加管家化,万 物云的 GROW(成长)板块会持续内部孵化、 外部整合基于空间服务的产业链,在 TECH (技术)板块,万物云将与万御安防一同发展 基于物业领域的 BPaaS, 非物业场景则由万

御安防独立展开研发。 据介绍,截至目前,万御安防涉足安防服 务、电梯维保、消防维保等领域,业务范围覆 盖全国百余个大中城市,拥有超过5万名员

老国货 新风潮

广州近百岁老品牌焕新颜



●烘焙展现场人气爆棚

■ 孙绮曼

5月24日,由中华全国工商业联合会烘焙 业公会主办的 2021 第二十四届中国烘焙展览 会(下称"中国烘焙展")在广州广交会展馆盛大 开幕。创办于1997年的中国烘焙展,经过20多 年的奋力发展,成为享誉国际、行业内外知名的 全国性综合烘焙展会。去年,受疫情影响,中国 烘焙展停办了一届。本届烘焙展在广州再次"开 炉",备受各方关注。

据了解,本次展会不仅延续了以往的规 模与特点,整体展示规模达8万平方米,覆盖 烘焙原辅材料和添加剂、烘焙机械设备、器具 模具、包装设备及设计生产、食品冷链物流、 餐饮管理培训服务等烘焙行业全产业链,而 且首次与酒店、餐饮、文旅资源丰富的上海博 华国际展览有限公司联手,成立广州博泓国 际展览有限公司运营该展会, 在突破烘焙市 场局限,推动展会走向大餐饮、走向国际化方 面迈出了第一步。

开展首日,三十多度的高温并没有阻挡

观众们的观展热情,早在展会正式开幕前,展 馆门前就排起了长长的观展队伍。当日展会 录得超过3万人次进场,人气远超疫情前的 2019年。

本届中国烘焙展一改以往设置月饼馅料 包装、原辅材料、机械设备主题馆的固有布局 规划,从"精准、高效"的市场专业角度出发, 根据行业终端市场的核心需求着眼,聚焦于 行业垂直细分领域,从展品分布、展示形式与 行业活动出发,按照观众最核心诉求进行划 分,设置三大专业板块,包括西点面包产业链 主题馆、中式糕点产业链主题馆和烘焙机械 设备主题馆等,让展会区域更加清晰,观众想 看什么,一目了然。展会现场汇集850家优质 展商,包括中点、西点、面包、冷冻成品半成 品、原料、包装、机械等,覆盖烘焙产业上下游 全产业链。

展会现场, 五彩缤纷的各式糕点、稚萌可 爱的造型、整场弥漫的香甜气息、师傅们精湛 的烘焙技法,吸引了众多买家驻足。在西点面 包产业馆,展出了完整的"烘焙主餐化"全方



●烘焙展现场精美的蛋糕造型

位解决方案,以及一系列烘焙和餐饮结合的 场景、创意产品及营销方案,引导行业将烘焙 产品进行合理搭配, 让场景化消费的力量发 挥到最大。在中式糕点产业馆,突出"健康原 料,品质中点"主题,打破人们对于中点产品 的传统印象,在传承优秀中点技艺的同时,结 合口味发展趋势,中西食材巧妙结合,进行产 品改良与创新,满足目前市场对于中点领域 的核心诉求, 引领中式糕点向新的市场和方 向不断拓展。同时,充分展现中点产品承载的 多元文化属性,以各种代表区域性特色文化 的产品,匹配不同的应用场景,体现更优质的 生活方式,满足更多消费群体美食、文化等丰 富的消费诉求。

本届中国烘焙展致力于通过行业内外的 专业资源、成功案例,为行业发展提供"解决 当下"可借鉴的方法与"预见未来"的战略发 展方向。为此,展会配套举办了15场精彩活 动,包括举办中国烘焙行业发展峰会、工厂精 细化管理论坛、未来食物设计趋势国际论坛、 就现在·向未来主题交流会等行业会议,推出

国民营养早餐计划、中华烘焙好店长课程等, 从趋势探讨、实践场景、人才培养等多个角度 促进行业全面发展。

中国烘焙展相关负责人表示, 这次展会 是全国工商联烘焙业公会与上海博华国际展 览有限公司达成战略合作后的首次尝试,未 来双方资源将进一步整合,形成烘焙+酒店餐 饮的跨行业资源嫁接,引领"中国烘焙展览 会"突破烘焙市场局限,推动展会走向大餐 饮、走向国际化。

广州市商务局透露, 在扎实落实广州市 展览活动疫情防控指引的基础上,今年以来 全市各主要展馆已经举办了75场经贸类展 览,合计展览面积约250万平方米,参展观展 人数超过280万人次。除了烘焙展,本周广州 还将举办中国(广州)国际物流装备与技术展 览会(广州物流展)、第86届中国国际医药原 料、中间体、包装、设备交易会、中国(广州)国 际茶业博览会(广州茶博会)、广州国际音响 唱片展等多个备受各界期待的行业领先知名