

郑州再迎两场盛会 第九届“博博会”明年9月在郑举行

本报讯(郑报全媒体记者 赵柳影 侯爱敏) 昨日下午,郑州市政府与中国博物馆协会签订协议,确定第九届中国博物馆及相关产品与技术博览会将于2020年9月8日至15日在郑州举行。这是“博博会”首次在中部地区举办。

记者从财政厅获悉,第五届中国PPP发展(融资)论坛,10月29日至30日在郑州国际会展中心举行。这也是全国PPP领域最高层次论坛首次在河南举办。



郑州国际会展中心 郑报全媒体记者 丁友明 图

“博博会”首次在中部地区举办

据悉,第九届中国博物馆及相关产品与技术博览会(下称“博博会”)作为国际博物馆行业的盛会,由中国博物馆协会于2004年创立,联合中国自然科学博物馆协会和举办地人民政府共同主办,每两年举办一次,已成功举办8届。

此次在郑州举办的第九届“博博会”,将由展览展示和专业会议及相关活动两大部分组成。其间,将举行第二届国际博物馆青年论坛、国际博物馆协会亚太地区博物馆联盟大会等重大学术会议。预计

将有全国近千家博物馆和50多个国家及地区的15000多名文博嘉宾和企业代表汇集郑州,近距离体味和感悟郑州悠久的历史文脉。

当前,郑州市正在积极推进文博事业“双百工程”建设,3年内新增建设各类博物馆100家,建设完成遗址生态文化公园100家。

此次“博博会”的举办,将大力提升郑州市博物馆技术装备的科技化水平、加大与国际博物馆、企业、文博机构的合作、提升郑州国际知名度。

全国PPP领域最高层次论坛29日在郑举办

作为全国PPP领域规模最大、层次最高、最具权威和影响力的行业盛会,中国PPP发展(融资)论坛自2015年以来已连续举办4届,成为引领PPP事业发展、推动政企交流合作的重要平台。本届论坛是该论坛首次在上海以外地区举办,由财政部、全国工商联、河南省人民政府指导,财政部政府和社会资本合作中心主办,河南省财政厅、郑州市人民政府、全国工商联城市基础设施商会及环境商会承

办。政府和社会资本合作(PPP)模式,是我国公共服务供给机制的一项重大改革举措。

据了解,近年来我省PPP工作持续快速发展,走在了全国前列,在补短板、扩投资、稳增长和惠民生等方面发挥了重要作用。此次论坛在河南举办,对推动我省乡村振兴、中部地区崛起、黄河流域生态保护和高质量发展等重大战略实施、进一步提升河南对外开放水平均具有重要意义。

又一国际会展巨头 业务布局郑州

本报讯(郑报全媒体记者 赵柳影) 又一国际会展巨头业务布局郑州!昨日,记者从市会展业促进中心获悉,国内颇负盛名的海名会展将携手全球知名会展组织者汉诺威米兰打造郑州智慧物流会展项目,助力郑州国际物流中心建设和发展。

据悉,第七届中国郑州国际物流展览会将于2020年在郑州举行。届时,汉诺威米兰展览(上海)有限公司将作为支持单位,与海名国际会展联合主办同期举行的“2020中国(郑州)智慧物流发展大会”。

汉诺威展览是世界领先的会展组展者,富有全球化品牌影响力、深厚的物流行业经验、创新办展理念、专业的服务和全球化销售网络。

提及此次合作的原因,汉诺威米兰展览(上海)有限公司负责人表示,汉诺威米兰展览十分看重中部的区位优势、产业优势和市场潜力,出任2020郑州物流展的支持单位,并联合主办同期“2020中国(郑州)智慧物流发展大会”。

“双11”临近,电商平台“二选一”话题又热,商家吐槽被迫做选择题的经历—— “两天内关闭在竞争平台的店,不然将采取措施”

随着今年“双11”临近,电商平台的“二选一”话题又热起来,并且出现了新现象:以前,往往是一家平台“控诉”另一家平台,被控诉者沉默不语;今年,天猫、京东、拼多多等多家电商平台均主动发声,表达他们对“二选一”的态度。有的平台说“二选一”是伪命题、是博眼球的“碰瓷”炒作;有的平台说“二选一”涉嫌垄断,绝对存在。这是不同平台间的“口水战”,还是真实存在?记者联系到自认为被“二选一”的商家代表刘先生,听他讲述近日的遭遇。

接到“关店通知”,须做“二选一”这道题

在同意接受采访前,刘先生顾虑重重:“要是被平台知道,我就完了。”只有在记者答应他隐去具体平台信息和品牌信息后,他才开始讲述。

“在各平台启动‘双11’预热时,甲平台与我们对接的工作人员来电,要求我们在两天内关掉开在乙平台上的店,不然就要对我们采取‘措施’。”刘先生说,他们在多个电商平台开有官方旗舰店,其中甲平台和乙平台的销量总额超过九成,不过甲平台的销量是乙平台的2倍。本来多个平台做生意对品牌来说是件

好事,不料在今年“双11”前接到“关店通知”,必须做“二选一”这道选择题。

“只给我们两天时间考虑!”刘先生觉得,且不说“二选一”本身是否合理,甲平台工作人员给出的时间期限就很不合理,“我们不是小企业,任何决策都要经过内部讨论。甲平台和乙平台对我们都很重要。接到通知后,我们一边讨论到底要不要关店,一边派员工前往甲平台总部,希望与其工作人员当面沟通,多给些时间。没想到,甲平台工

作人员避而不见。”

刘先生说,由于时间太短,品牌无法做出“选谁”的决定:“假设我们公司有100个员工负责电商业务,其中90个员工是为甲平台和乙平台服务的,按照2:1的销售比例,即60个员工为甲平台服务,30个员工为乙平台服务。无论关掉哪家店,都会影响数量不少的员工。虽然甲平台目前的销售额不少,但我们在乙平台的发展势头也不错,放弃哪边都对我们不利。开门做生意,为什么只能限定在一个平台呢?”



李钰冰 图

取证难度不小商家无奈放弃维权

既然认为被不公平对待,为什么不选择法律途径解决?刘先生觉得“非常难”。

他解释,从自然结果看,他们的品牌仍能从甲平台上搜索到,只是排名靠后,“我们觉得不是自然搜索的结果,但甲平台咬定是,后台数据都在他们那里,我们拿不到证据。”此外,甲平台工作人员与品牌的交流主要靠电话,取证难度不小。

即便有合作合同,品牌也觉得举证难。刘先生承认,为了吸引更多消费者浏览店铺,除了自然搜索结果引流外,他们也向甲平台、乙平台等各大电商平台购买流量,即花钱参与这些平台的一些活动,增加品牌和店铺的曝光率,“从以前的合作看,购买流量的效果能

直接体现在店铺浏览率和转化率(即消费者浏览后下单购买比例)上,我们觉得这些合作是有效的。但现在,我们店铺的浏览率和转化率明显下降,我们认为是甲平台用技术手段阻拦流量,可他们不承认。这和自然搜索的数据由甲平台提供一样,他们说是什么,我们没法求证。”

此外,“双11”太忙也是无暇维权的原因之一。“‘双11’对品牌来说就像打仗,所有人都在忙备货、物流、技术支持。今年甲平台又‘搞事情’,我们只能加大马力做好乙平台和其他渠道的销售。至于以后,真不知道该怎么办,只能走一步看一步。”刘先生对此很无奈。 据《解放日报》

搜索排名大跌,试图沟通得不到答复

因没有按时关闭在乙平台的旗舰店,刘先生很快体会到甲平台工作人员所说的“措施”是什么。当消费者以品牌关键词在甲平台搜索商品时,排名靠前的产品均来自经销商,官方旗舰店排名很靠后,“这肯定不是自然排序的结果。自然搜索排序是综合销量、服务、评价等各种

因素得出的结果。按照我们的经营情况,应在自然搜索中排名靠前,绝不可能在两天内一落千丈!”刘先生还试图与甲平台工作人员沟通,却得不到答复。

“流量对品牌非常重要。甲平台的自然搜索结果变成这样,肯定影响销售,尤其在以往‘双11’活动中,一天的销量是

平时一个月的销量,我们早就开始为今年‘双11’备货。现在甲平台几乎断了我们的‘生路’,乙平台的生意虽然越来越好,但没法一下子消化那么多产品,库存压力非常大。”刘先生预估,受这次“二选一”冲击,品牌在甲平台的“双11”销售中可能会缩水九成。