

抗擊 新冠肺炎

疫情下之企業這麼做

新冠肺炎疫情籠罩全球，各類商業展覽活動在「限聚」下被迫取消，貿易訂單無法簽定，全球貿易陷於停頓狀態。年初至今，逾1,800個展覽會和會議取消或延期，至少價值1,450億美元買賣合約未能簽訂。面對疫情危機，各大展商紛紛選擇延期，或轉推線上展覽及採購。線下展會被無情按下暫停鍵，那是否就意味着，線上環球貿易就被按下了快速鍵呢？確實在線採購正在彌補展館無法接單的問題，甚至期望把網上展會優化功能，增加聊天功能以方便貿易對接。

■香港文匯報記者 周曉菁

主 力籌辦本港電子產品展環球資源在

4月21至22日舉行智慧採購線上峰會，15位來自全球的採購專家進行5場現場直播討論、10場主題演講，探討全球採購新常態、供應鏈管理、電子商貿、審核供應商、開發新市場等主題。

買家查詢急升 盼增聊天功能

缺少了面對面的交流，在疫期間，買家通過網絡直接接觸內地供應商的諮詢數量大幅上升。資料顯示，網上買家查詢數字於過去兩個月急升，3月份買家查詢最熱門產品分別為智能溫度計、外科手術口罩及電動車等，這些產品與環球疫情、居家隔離息息相關。線上貿易活動增多，對網站搜索、平台界面、後台IT支持來說，都是巨大的挑戰和革新。環球資源首席執行官胡偉表示，趁此機會，Apps進行了相應的功能更新，其下載數量也倍增，有80%用戶明確表示，希望增強聊天線上諮詢等功能。

環球資源旗下「剛需採購活動」(MATCH Express)就直接通過電郵引流，讓去年及今年展會的預登記買家，直接進入活動頁面。頁面加入有關的供應商及產品資料，系統會按買家特點以展會區域來分類及展示產品。買家只要到專頁填寫需求表格後，專頁會即時展出買家列出的採購清單，「已核實供應商」可以直接聯繫買家，買家又可以發送訂單資訊，並利用Sample Order下樣品訂單，縮短交易時間。

供應商讚好 趁機追業績

「剛需採購活動」獲得了買家及供應商的好評。深圳邁達達科技外貿經理孟小姐稱，「因展會取消無法接觸買家，這個服務提供機會追回業績。相信疫情

過後10月展會買家流量會最大。」UFT行政總裁Artem Stepanchuk認為，剛需採購活動彌補了環球資源2020春季系列展取消而失去的採購機會。

是次在線剛需採購活動吸引了約1,500間供應商參加，雖然在線商談不可準確計算成交額，供應商和買家都認為，此類型的採購活動能夠滿足雙方的需求，可以適當彌補因展會取消而造成的損失。有供應商反映，在線諮詢量的確有所增加。銳卡斯國際貿易(大連)銷售負責人Jane透露，加入剛需頁面後詢盤數量增加了，在跟買家溝通等下次參展時，可以約到展會現場繼續洽談。

億都珩科技(深圳)外貿經理李小姐表示，剛需採購方案讓公司在特殊時期，以更加有效的渠道接觸到環球資源最優質買家的求購信息，非常值得嘗試這種銷售和溝通方式。

能滿足緊急採購需求

買家方面，Global from Asia創始人Michael Michellini坦言，環球疫情對所有人來說都是艱難的時刻，但是一旦一切恢復正常，大家就迫不及待要回到貿易展上，建立更多的業務關係、業務合作，並找到可以與之合作的工廠與供應商。剛需採購活動和在線座談，都能幫助大家渡過難關。UFT首席執行官Artem Stepanchuk認為，剛需採購活動正好滿足對在線採購的緊急需求。

但也有買家在疫期間及時調整了採購策略，將損失和影響降到最低。Edragon Global Pty Ltd董事總經理Eric Hao指出，公司已利用「Online Marketplace」進行在線採購，因此展會取消對生意影響並不大。

藝術展移師網上 無損銷情

除了傳統商業貿易活動，有關文藝、體育的貿易活動也大受影響。早前香港巴塞爾藝術展取消展會，並首度推出網上展會。從各個畫廊反應來看，即使改為線上模式，銷情依舊穩定。網上展會主要按畫廊、藝術家分類，每幅作品都會附上簡短作品介紹及價格，涵蓋裝置藝術、影像、各類繪畫，與自己前往藝術節參觀無異。多間畫廊如佩斯、高古軒均表示，網上展廳銷情穩定。許多收藏家對線上展覽的形式感到非常興奮，充滿興趣與好奇，但不同畫廊皆認為，要運用好網上展覽，需要給顧客更多使用線上展廳的指引。



■巴塞爾藝術香港展展前首度推出網上展會，多間畫廊均表示，網上展廳銷情穩定。 巴塞爾藝術香港展網站圖片

Marc Spiegler認為，是次線上平台為他們提供首個能探索線上展覽機會，以這種方式與來自世界各地新潛在客戶建立聯繫。

巴塞爾藝術展亞洲總監黃雅君表示，即使目前然線上展廳仍無法取代線下交流和互動，但平台的維持，為許多藝廊在艱難時期與藏家保持聯繫及建立新的關係。也就是說，即使線上形式不能完全取代線下的買賣活動，線上平台有其存在的必要，在疫之下買賣雙方保持交流、延續關係，仍維持業務的關鍵手段之一。

線上展會有助維繫關係

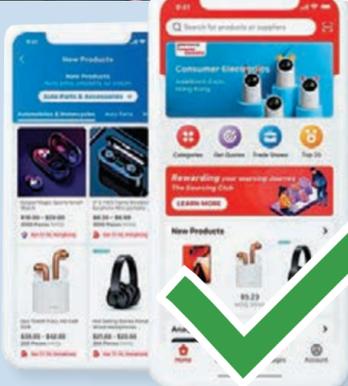
線上藝術展還帶給業界意外驚喜，該展覽模式為許多中小型畫廊提供更多走入群眾機會。巴塞爾藝術展全球總監

展商線上謀 疫轉勝

限聚抗疫逾千展覽延期 貿易活動陷停擺



▲因應疫情多國皆推出限聚措施，令傳統大型展覽及會議無法舉行。展商為自救紛紛加入線上採購平台。 資料圖片



▲環球資源力打線上採購平台。 官網圖片



▲香港貿發局於4月推出一整個月的春季網上採購展。 貿發局圖片

春季網上採購展吸140萬買家

貿發局將線下展覽轉為線上，其春季網上採購展已於4月30日結束，貿發局昨透露，此次吸引了全球近140萬網上買家人次瀏覽採購，協助供應商爭取新客源及訂單。鑒於環球疫情局勢，在下月還將舉辦「夏季網上採購展」，以配合實體展覽，讓港商作雙線推廣。

最多人詢問醫護電子產品

貿發局副總裁周啟良表示，網上採購點計劃突破了多國實施封關措施及實體經濟停頓所帶來的限制，有效協助逾22,000名供應商聯繫各地買家。「春季網上採購展」帶動了「貿發網採購」的瀏覽量，四月瀏覽「貿發網採購」的買家人次按月增加64%至接近140萬，採購查詢量亦有雙位數增幅。這些查詢多來自美國、香港、印度、英國及加拿大，最多人詢問的產品為探熱針、計步器、口罩、USB記憶體和手機。

貿發局亦協助處理超過700項深度商貿配對查詢，周啟良透露，56%的深度商貿配對查詢來自亞洲，歐洲及美洲則分別佔22%及15%。泰國買家Phrion Intertrade Co業務發展經理Phong Jitpatanarat稱，一向於4月來港參觀香港禮品及贈品展，為其客戶採購公司禮品。疫情下通過網上會議與供應商洽談，並能夠看到其陳列室以及樣品，目前已鎖定3家供應商，並等待對方報價。

據悉，下月舉辦的「夏季網上採購展」將配合匯聚九合一實體展覽的「夏日採購匯」，兩者可以相輔相成，發揮最大協同效益，助中小企在艱難經營環境下全方位宣傳新產品。「夏季採購匯」將於7月25至28日在會展中心舉行，提供一站式跨行業採購平台，呈獻燈飾、電子產品、資訊科技、醫療及保健產品、家品、時裝、家紡品、禮品及印包產品等，讓全球買家補充庫存。

貿發局：不可能完全取代線下展覽

特稿 貿發局於4月份舉辦的電子展推出一整個月的春季網上採購展，讓港商在傳統採購旺季中與全球買家保持聯繫。共有逾13萬家供應商和200萬名國際買家，每年建立超過2,400萬商貿聯繫，所有供應商均經過第三方認證機構核實驗證，提高買家採購信心。貿發局還將通過其設於全球50個主要商業城市的辦事處網絡，向各地商界及持份者推廣春季網上採購展，以及組織網上買家團等。

巧，亦有機會成為大贏家。但網絡生意的上升，是否真的能彌補線下貿易的大幅下跌呢？

貿發局助理總裁梁國浩認為，不可能完全做到取代，除了買賣產品以外，一些長期合作必須有面對面的商談，即所謂「Human Marketing」。

寧可「九合一」也不放棄展會

數據顯示，貿發局將今年2月份至4月份的15個本地展覽改期至5月到8月舉行，例如珠寶展的展期就一改再改，從3月份延至5月份，從5月份又延至8月份。大量延期展會的堆積，加上與暑期

傳統展會的時間重疊，貿發局沒有放棄線下展會，而是採取了「九合一」的措施，即將燈飾、電子產品、資訊科技、醫療及保健、家庭用品、時裝、家用紡織品、禮品及贈品、印刷及包裝，共9個未能如期舉行的展會放在7月25至28日共同舉行。

至少從貿發局這一舉動來說，線下展覽是不可或缺的貿易模式之一，春季供應鏈接洽和補貨的缺失，令夏季採購變得至關重要。環球資源的剛需網購，也可以被看作是留住客戶，為秋季展會鋪墊和累積人氣的手段之一，實體展會依舊是環球貿易交流中的「王牌」環節。

廣交會「棄下取上」模式 料成內地展會範本



■第127屆中國進出口商品交易會(廣交會)將改為線上舉行，其首份網上參展指引早前已發佈，有關線上展覽平台計劃本月逐漸開放使用。 資料圖片

一直被視為中國外貿「風向標」的中國進出口商品交易會(廣交會)，早前宣佈延期至6月下旬舉辦，同時勇氣十足地將整個展會直接轉移至線上。騰訊將擔任是次廣交會的技術服務商，為廣交會網上舉辦提供整體技術支持、平台研發服務與雲資源支撐。

每個參展商設單獨直播間

線上廣交會如果可以成功舉行，這將為展覽業提共一個「全新的結構設計和流程再造」。面對這個浩大工程，騰訊方稱，將利用微信、騰訊雲、騰訊會議、企業微信、翻譯君、企點等產品和服務能力，聯合加強供採對接服務，為本屆廣交會搭建網上直播平台，為參展企業單獨設立24小時全天候網上直播間，企業既可以與客商

在網上進行單獨面對面談話，也可以通過網絡直播面向全球的客商來進行宣傳和推廣。

除此之外，騰訊將全程提供產品技術、雲資源等數字建設支撐，在展前、展中、展後全覆蓋為廣交會提供系統技術支持。據了解，展方仍將按照傳統，分為出口展和進口展，分別設立相應展區，其中，出口展按照電子家電類、日用消費品類、紡織服裝類、醫藥保健類區分16大類商品，分別設置50個展區；進口展將設置電子家電、建材五金等6大題材，所有展品同時上線。

線上活動服務商成新星

除了騰訊、百度等能提供IT技術的服務商，線上活動服務商也能直接從這次疫情

中受益。成立於2018年的Run The World，就是一家提供在線參展活動服務的公司。該公司創始人Xiaoyin Qu表示，平台目前已經舉辦了數十場活動，還有數百場活動正在籌備中。目前該公司已籌集了430萬美元的種子資金。

那因疫情受到重擊的貿易商是否也能真正享受到線上展覽帶來的便利和減低成本呢？

有廠商認為，花費較低的成本構建在線平台，或聘用IT公司提供低成本平台，加上會議軟件的運用，可以直接與客戶進行有效、無障礙的接觸。持續長久的疫情，大家也會逐漸習慣在線辦公模式，企業也都願意搬動一些預算，推動在線傳播和互動，這對廠商而言，也是無形間向線上貿易的方向邁進。