

งานแคนตันแฟร์ ครั้งที่ 127 ปิดฉากสวยงาม สร้าง กลไกการค้าใหม่ในรูปแบบออนไลน์

งานแสดงสินค้านำเข้าและส่งออกของจีน หรือ แคนตันแฟร์ ครั้งที่ 127 จัดขึ้นเป็นระยะเวลา 10 วัน และปิดฉากลงแล้วด้วยผลสำเร็จเป็นที่น่าพอใจ โดยช่วยส่งเสริมการพัฒนาความร่วมมือด้านการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนส่งเสริมการเปิดเสรีการค้า ท่ามกลางการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยงานนี้ดึงดูดผู้ซื้อจาก 217 ประเทศและภูมิภาคลงทะเบียนเข้าร่วมงาน ซึ่งถือเป็นการทำลายสถิติ

รับชมข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านหลายช่องทาง:

<https://www.multivu.com/players/English/8743251-127th-china-import-and-export-fair-canton-fair/>

“งานแคนตันแฟร์ซึ่งจัดขึ้นครั้งแรกในรูปแบบออนไลน์ ได้ทำลายข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่สำหรับบริษัทจีนและนานาชาติในแง่ของความร่วมมือทางการค้าและการเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการฟื้นฟูห่วงโซ่อุปทานทั่วโลกให้กลับมามีเสถียรภาพ” คุณสวี ปิง โฆษกงานแคนตันแฟร์ และรองผู้อำนวยการศูนย์การค้าต่างประเทศจีน กล่าว

งานแคนตันแฟร์ ครั้งที่ 127 ได้สร้างกลไกการเจรจาที่มีประสิทธิภาพและชาญฉลาด ด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

ผู้จัดแสดงสินค้ามากกว่า 25,000 รายมีทางเลือกที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นกราฟิก วิดีโอ หรือเทคโนโลยี 3 มิติ เพื่อจัดแสดงผลิตภัณฑ์ของตนเอง รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์อัจฉริยะและสินค้าจำนวนมากที่มามีเปิดตัวระดับโลกเป็นครั้งแรกที่งานนี้ อีกทั้งผู้ซื้อจากทั่วโลกยังสามารถพูดคุยกับผู้ชายเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าได้เลยภายในงาน หรือจองนัดเพื่อเจรจากันในภายหลัง

นอกจากนี้ ยังมีการถ่ายทอดสดจากห้องจัดแสดงสินค้า ซึ่งทำให้ผู้จัดแสดงสินค้ามีโอกาสสร้างประสบการณ์อินเทอร์เน็ตที่พร้อมกันพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจ โดยผู้ชายสามารถเลือกใช้โซลูชันไลฟ์สตรีมได้ตามต้องการเพื่อนำเสนอและดูความสามารถในการแข่งขัน ตัวอย่างเช่น การสร้างโซลูชันแบบเวอร์ชวล เรียลลิตี้ (VR) หรือการจัดแสดงไลน์ผลิตภัณฑ์อัตโนมัติจากโรงงาน ผู้จัดแสดงยังสามารถกำหนดเวลาการไลฟ์สตรีมได้ตามเขตเวลา (time zone) ของลูกค้า ทำให้สร้างประสบการณ์ได้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ไม่ว่าจะลูกค้าจะมาจากทวีปอเมริกา ยุโรป เอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง หรือแอฟริกา

ขณะเดียวกัน งานแคนตันแฟร์ ครั้งที่ 127 ยังสนับสนุนผู้จัดแสดงสินค้าในการค้นหาและคว้าโอกาสทางธุรกิจแบบ win-win ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการขายจำนวน 24 งาน และอีเวนต์เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ 64 งาน ซึ่งหนึ่งในไฮไลท์ได้แก่ งานสัมมนาด้านการจัดซื้อที่บรรดาบริษัทอีคอมเมิร์ซชั้นนำของจีนร่วมกันจัดขึ้น โดยกิจกรรมนี้ช่วยเชื่อมโยงผู้ซื้อกับผู้ขายได้เป็นอย่างดี

ขณะที่ Canton Fair Product Design and Trade Promotion Centre (PDC) ได้ทำหน้าที่เป็นศูนย์รวมของการจัดกิจกรรมในรูปแบบคลาวด์ ได้แก่ งานสัมมนา 13 งาน และงานแสดงแฟชั่นโชว์ 20 รายการ ที่เหล่าแบรนด์แฟชั่น 33 แบรนด์ได้มาโชว์สินค้าล่าสุดของตนเอง

แคนตันแฟร์จะเปิดรับความหลากหลายและเชื่อมโยงโลกมากยิ่งขึ้นในงานครั้งที่ 128 ซึ่งจะจัดขึ้นในช่วงกลางถึงปลายเดือนตุลาคมนี้ เพื่อช่วยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจและความร่วมมือด้านการค้าแบบพหุภาคี