在人工智能背景下探讨西部丝路广告业的创新与变革

2019首届中国西部丝路国际广告论坛在蓉举行

3月19日下午，2019首届中国西部丝路国际广告论坛在蓉隆重举行。本次论坛作为2019西部丝路国际广告周的主论坛，邀请到国际行业专家、知名学者、互联网领军人物、品牌营销高管及行业代表齐聚一堂，在中国广告恢复40周年的春天，为西部广告业“把脉”，推动西部广告业迈上新征程。

据了解，此次论坛由中国广告协会指导，四川省广告协会和封面新闻联合主办，以“智汇西部 创联丝路”为主题，旨在人工智能背景下探讨西部丝路广告业的创新与变革，促进西部广告业通力合作，共同开创的新局面，为推动西部文化创意产业的发展做出积极努力。

论坛现场。

头脑风暴

国内外大咖 探讨丝路广告发展之路

论坛现场，群星璀璨。中国广告协会会长张国华、四川省市场监督管理局副局长苟小兰等领导出席论坛并致辞。来自国内外的专家、学者以及行业翘楚等，围绕西部广告发展，从“创新”、“技术”、“走出去”等方面进行观点碰撞。

“一带一路”沿线国家的广告发展模式如何？西部广告在走出去的过程中可以有怎样的借鉴？以色列驻成都总领馆副总领事崔梧薾，为此带来了《创新国度以色列》的演讲。

中国传媒大学广告学院教授、博士生导师黄京华从消费者的思路提出了关于广告营销的建议；四川大学文学与新闻学院教授、中国广告教育研究会副会长杨效宏则从技术与创意如何结合的角度，分享了他对广告的观点。

除了学术上的探讨，UIMD联合映像娱乐传媒集团副总裁兼首席创意官连祐升，triSMART智慧创意课程执行长、中国台湾英方视觉整合总顾问陈琦珍，爱奇艺（总部）营销创意中心总监李尚达等，则从企业的角度，畅谈营销经验。

张国华。

苟小兰。

崔梧薾。

广告大赛

16万人次参与 丝路广告大赛评选揭榜

本次论坛，是2019首届中国西部丝路国际广告周一个组成部分。就在论坛举办同期，一场逾千家企业参与的广告展正在成都世纪城新国际会展中心进行。而在两个月前，中国西部丝路广告大赛的报名评选活动就已开始筹备。

在过去两个月里，主办方共收到企业报名作品1400余件，学院作品800余件，线上报名访问达16万人次。在广告论坛现场，广告大赛五大奖项一二三等奖及优秀作品揭晓，《千山鸟飞绝 万径人踪灭》《珍惜粮食-人物系列》《读城》《中国邮政》、《成都地铁主题列车》分别获得企业单元平面类、户外类、影视类、标识与展示类以及创新媒体、广播类一等奖，来自四川传媒学院的廖彦获的作品《阆中记忆》获得学院单元影视类一等奖。

项目签约

锦江区抛橄榄枝

重点项目 现场集中签约

为西部广告产业打造更加专业、高效、广阔的交流平台。论坛现场，锦江区人民政府副区长刘沛介绍了锦江区投资环境及文化创意产业发展情况，并向与会企业伸出了橄榄枝。经过前期对接洽谈，锦江区招商引资工作也在现场结出硕果，举行了“百日擂台赛”锦江区重点项目集中签约仪式。

华西都市报-封面新闻记者 吴冰清 戴竺芯

观点分享

中国广告协会会长张国华：

酒香也得去吆喝 点赞广告周国际化的定位

中国广告协会会长张国华在论坛上用一句话概括了近年来广告业态的变化——从酒香不怕巷子深到酒香也得去吆喝。在张国华看来，在一个产品极大丰富的时代，没有广告是不行的，“你看看曾经的八大名酒，现在还十分有名的都是很重视广告的。”

广告助力品牌塑造，品牌带来附加效益。张国华表示，广告对于经济发展有着重要作用，在从制造大国变为创造大国进而塑造为品牌大国的大趋势下，将广告产业赋予国际化视野十分必要。“这次广告周定位在国际视野上，定位在‘一带一路’概念上，非常有道理。四川这些年走向世界，走向全球的意识和体量越来越大，我们走出去，为全球提供更好的商品同时，也要把中国故事讲好，把中国品牌塑造好；也要为四川在全国、乃至全世界打造出更多更好的品牌。”

四川省市场监督管理局副局长苟小兰：

愿西部丝路广告周 成为四川对外交流新名片

四川省市场监督管理局副局长苟小兰介绍，“十三五”以来，四川省广告业规模不断扩大，广告经营额持续上升，广告业发展势头非常迅猛。特别是2016年以来，广告业经营额年均增速达12.58%，远远超过四川省GDP平均增速。但从全国范围看，四川省广告经营额虽排名全国第九，但占我省GDP较低，低于全国平均水平，较北京、上海等一线城市及东部沿海省份差距更大，总体上处于西部地区龙头、发达地区尾部的位置。

“因此，我们既有追赶发达地区的压力，也有较好的发展基础和巨大的发展空间。”苟小兰说，随着互联网广告流量红利的消失，传统媒体的转型，人工智能的高速发展，广告业或将迎来新一轮的变革。此外，作为文化大省，四川一直重视文化创意产业的发展，省政府办公厅印发了推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的专项行动计划。省政府与原国家工商总局签订了关于推进四川省广告产业发展的战略框架协议，为四川广告业的创新发展提供了有利支撑。

在新机遇，新趋势下，苟小兰对本次中国西部丝路国际广告周充满期待。“这是四川省广告协会脱钩以来，开展的重要活动。这是一次深度交流的机会，也是一次产业自醒的契机，通过广告周，搭建起一个资源全面整合、行业高效交流的平台，推动政府与企业、行业内外得以有效沟通与合作，引导参与广告企业转型升级。”对此，苟小兰也提出了更大的期待，“希望这能够成为四川乃至西部对外交流的新名片。”

以色列驻成都总领馆副总领事崔梧薾：

热情邀请四川企业 加入中以研发合作项目征集

论坛上，以色列驻成都总领馆副总领事崔梧薾分享了以色列广告“背后的秘密”，为西部广告从业者提供了新的参考。现场，崔梧薾还送出了橄榄枝。他介绍，中国和以色列在2017年便建立了创新全面伙伴关系，中以创新合作平台“中以创新联合会”也已拟定未来三年行动计划。就在上个月，中国（四川）——以色列研发合作项目开启第二轮征集，“科技公司，广告公司，都可以借助这个平台展开合作，提升产品竞争力。”

对于和四川的合作，崔梧薾充满期待：“现在，成都有了与以色列直飞的航班，拉近了四川和以色列的距离，希望能让更多的以色列人感受中国造、四川造的魅力，也希望更多中国人了解更多以色列的产品。”

华西都市报-封面新闻记者 吴冰清 戴竺芯

（上接01版）

会议强调，推动石油天然气管网运营机制改革，要坚持深化市场化改革、扩大高水平开放，组建国有资本控股、投资主体多元化的石油天然气管网公司，推动形成上游油气资源多主体多渠道供应、中间统一管网高效集输、下游销售市场充分竞争的油气市场体系，提高油气资源配置效率，保障油气安全稳定供应。

会议指出，要围绕更好满足人民群众日益增长的法律服务需求，健全公共法律服务网络，拓展服务领域，创新服务方式方法，完善服务体制机制，提高服务质量，加快建设覆盖城乡、高效便捷、均等普惠的现代公共法律服务体系。

会议强调，深化消防执法改革，要创新监管方式，强化源头治理，深化简政放权，坚决破除各种不合理的门槛和限制，加强事中事后监管，规范执法行为，推行消防执法事项全部向社会公开，构建消防监督管理体系，确保消防安全形势持续稳定向好。

会议指出，今年是新中国成立70周年，全面深化改革要乘势而上，推出一些实举措，坚定不移推进重大改革，加快推动金融、减税降费、营商环境、科技、法治、政府管理、教育、医疗、就业、环保等群众关注的改革举措，通过改革解决群众牵肠挂肚的问题。

会议强调，今年改革发展面临的风险挑战较多，要把握形势发展变化，化解突出矛盾和问题，稳妥有序推进改革。对改革过程中出现的新情况新问题，要深入调查研究，完善政策和制度设计。要增强风险意识、强化底线思维，要把困难估计得更充分一些，把解决问题的措施想得更周全一些，把各项工作做得更扎实一些。改革任务是实打实的，责任也是实打实的，必须一级抓一级。各级党委和政府都要想为敢为、勤为善为。要发挥督察促落实作用，避免多头督察、重复检查。

中央全面深化改革委员会委员出席，中央和国家机关有关部门负责同志列席会议。

成都首个百届国家级展会

第100届糖酒会明日开幕

华西都市报讯（记者 杨尚智）3月21日至23日，第100届全国糖酒商品交易会将在成都市中国西部国际博览城拉开帷幕。这是糖酒会史上第三十次在成都市举办，也是成都首次承办届数达到100的国家级展会。

作为中国食品和酒类行业历史悠久的综合会展平台。第100届糖酒会规划展览总面积21万平方米，使用了西博城除9号馆以外的所有室内展馆以及室外广场主要区域。

本届糖酒会设置了传统酒类、葡萄酒及国际烈酒、食品饮料、调味品、食品机械、食品包装六大展区，并根据厂商对细分品类的具体需求，设置了进口食品、国际机械、休闲食品、森林食品、农产品、连锁加盟、电子商务、金融服务、酒具、火锅等十个小型特色专区。其中，火锅专区是今年首次设立的新专区。

预计参展厂商及展品将来自四十余个国家和地区，总数超4000家。其中，法国、西班牙等近20个国家或地区，将以国家或地区官方组团的形式在葡萄酒及国际烈酒专区参展本次糖酒会。印度尼西亚、韩国等国家或地区将以官方组团形式在进口食品专区参展，展团数量创历年糖酒会之最。

除了展览之外，本届糖酒会上，还将举办十余场论坛活动，研讨行业大势、供应链管理、新零售、消费升级、渠道变革等多个业内热议的话题。

本届会上，主办方将对各类参展、参会证件实行严格的实名制管理。如未提前申领、佩戴能证明是本人的相关证件者，一律需在现场购买观展券入场。观展券价格为展览第一日100元/日，第二、三日20元/日。主办方建议市民尽量避开开展第一天的人流高峰，选择第二天或第三天观展。

说好的“英国水壶”变“中国造” 男子起诉商家“退一赔三”

雷厉封行 直击维权
“3·15”系列报道

华西都市报-封面新闻记者 宋潇

网上购买了“英国品牌”水壶，到货后，却发现是中国制造——近日，在成都，一男子将生产商起诉至了法院。

3月19日，在成都职业技术学院内，一起网络购物合同纠纷进行公开审理。作为成都高新区法院“巡回法庭进校园”的活动之一，在座的不少学生，也很关注这起网络纠纷的走向，从头到尾旁听了案件的审理。最终，双方调解成功，原告获得退款以及价款两倍的赔偿。

<焦点> 商品标签是否为虚假介绍

一切要从去年年底说起。

2018年12月9日，家住乐山的杨先生，在某网络购物平台，购买了一款名为“Bemega”的保温壶。

当时，这款全称为“304不锈钢大容量户外便携旅游旅行车载水壶2L”的保温壶被商家宣传为英国品牌，杨先生买了10套，共支付购物款1668元。

收到货后，他发现，商品并非英国品牌，而是由浙江一家金属制品有限公司制造，只是打了英国品牌的标签，“这让消费者产生误会是英国的水壶。”

为此，他将这家生产商起诉至法院，请求撤销双方当时签订的网络购物合同，退还购物款，并分别支付其三倍赔偿和十倍赔偿费用。

<争议> 官方旗舰店是制造还是代理

据杨先生的代理律师介绍，当初杨先生购买这些水壶时，商家宣传说是“英国品牌的官方旗舰店”，但事后他们发现，说好的英国品牌，仅仅是授权商家销售，并不是独家代理。并且，在网页上宣称2012年就进入中国的水壶，商标是2013年才注册，“何来的旗舰店”？

记者在“Bemega”官网上看到，品牌展示页介绍其为高端真空保温杯品牌，具有纯正英国工业血统，但第二段就直接跳到制造商浙江某金属制品有限公司的介绍，其为一家专业生产不锈钢真空保温器皿的企业，主要生产经营不锈钢真空保温瓶、旅行壶、咖啡壶及其他不锈钢器皿。

与此同时，在庭审现场，被告一方称，自家品牌经过市场的抽检，并不构成消费欺诈。

<结果> 原告获退款及2倍价款赔偿

据了解，杨先生认为，这家生产商所卖的商品并非英国品牌，但却宣称是英国品牌的官方旗舰店。

对消费者来说，构成了消费欺诈，于是他根据《消费者权益保护法》第55条，要求生产商三倍赔偿他5004元。同时，根据《中华人民共和国食品安全法》第96条，支付他价款十倍赔偿金16680元。

最终，双方调解成功。杨先生撤诉，被告退还其购物款，并支付价款2倍的金额，共计5004元。

扫二维码 看本文视频

4月1日起 乐山大佛重新“归来”

华西都市报讯（记者 李昕锋 丁伟）3月19日上午，记者从乐山大佛景区管委会了解到，乐山大佛胸腹部残损区域抢救性保护前期研究及勘测现场作业工作将于3月底全面完成并拆除脚手架。为此，景区将于4月1日正式向游客重新开放九曲栈道。

2018年10月8日，经国家文物局批准，乐山大佛景区管委会启动乐山大佛胸腹部残损区域抢救性保护前期研究及勘测工作。为避免游览活动和勘测作业交叉影响，预防安全事故发生，景区于勘测工作实施当日凌晨封闭九曲栈道，禁止游客通行。

记者了解到，4月1日起，乐山大佛景区因九曲栈道暂时封闭实行的游山票、游船票半价优惠恢复至原价，具体如下：游山票全票：80元/人；游山票半票：40元/人；游船票：70元/人。

下载封面新闻APP
浏览最潮最新资讯