

中部六省借中博会觅转型升级之道

■ 本报记者 毛 雯

5月18日,第八届中国中部投资贸易博览会(以下简称中博会)在河南郑州开幕。与以往不同的是,本届中博会在中部六省相对经济增速放缓情形下,不约而同地寄希望于转型升级。

本届中博会主题为“持续转型、协调发展、促进崛起”。其组织方意在以承接产业转移和投资贸易促进为主线,以信息交流、展览展示、项目推介、合作洽谈、专题论坛为主要内容,为中外客商搭建经济技术交流与合作的平台,促进中部地区与国内外市场、资本、资源的全面对接,实现双向互动、互利共赢、共同发展,提升开放水平,推动中部崛起。

中部六省面临挑战

本届中博会期间,以“持续转型、协调发展、促进崛起”为主题的第八届中部投资贸易博览会高峰论坛(以下简称中部投资论坛)上,中部六省长:河南省省长谢伏瞻、山西省省长李小鹏、江西省省长鹿心社、安徽省代省长王学军、湖南省代省长杜家毫、湖北省副省长王君正的“六省对话”,成为本次峰会的一大亮点。

“中部六省多数都是农业大省,产业结构相对东部来讲任务要重一些、水平要低一些。尤其是河南、山西这样的能源原材料大

省。当前面临的挑战也是我们加快转变经济发展方式,调整经济结构,实现产业升级的重大机遇。只有抓住这个机遇,才能实现中部崛起。”河南省省长谢伏瞻道出了中部的心声。

数据显示,“十一五”期间,中部六省年均经济增速达到12.1%,远超西部和东部,成为我国经济增速最快的板块。然而,从我国经济的整体增速来看,今年一季度是稳中趋缓,中部六省相对增速也在回落。

谢伏瞻认为,期待长期保持两位数以上的增长,并不现实,从国家发展规划来讲,未来10年或者更长的时间内,保持7%的增长速度还是很可期待。关键是能否实现结构转化和产业结构的升级,从而真正实现发展方式的转变。

对此,安徽省代省长王学军强调说,中博会是一个促进横向联合、优势互补的重要形式,因为通过会议往往使人感受到各省的基础,这又为今后的发展搭建了好的平台。

出席此次中部投资论坛的商务部国际贸易谈判代表兼副部长钟山表示,中部六省有3.6亿人口,是推进新一轮工业化、信息化、城镇化和农业现代化的重点区域,各种要素集聚,区位优势突出,蕴含着巨大的发展潜力和活力。

面对新的开放形势,商务部将继续支持中部地区建设内陆开放高地,承接沿海和国

际产业的转移,推动在更大范围、更广领域和更高水平上实现资源要素优化配置,促进中部地区加快发展、加快崛起。

境外机构议中部招商

在本届中博会上,一边是为转型升级寻求良方,一边却是来自境外的商会领袖热议中国中部招商秘笈。

5月18日,以“投资中部沃土 促进转型发展”为主题的圆桌会,吸引了境外商会代表,商务部、中部六省商务部门代表100多人,就中部投资议题进行了对话。

来自中国美国商会、美中贸易全国委员会、中国欧盟商会、中国日本商会、英中贸易协会等境外商会代表参会,介绍了各自会员企业关注的重点领域和产业,并提出了加快物流体系建设、提高行政服务效能等建议,以促进中部六省与国外企业进一步扩大交流合作。

另据中博会期间的中国—欧洲精品品牌交流传出的信息,来自英国、法国、意大利等国的商会代表,本次参会带来了40余种国外精品品牌,涵盖了服装、皮具、保健品、化妆品和葡萄酒等类别,其中有不少产品尚属首次进入中国。来自中部六省的商务代表,就品牌合作等事宜进行了对接。

此外,中美农业投资与合作论坛作为第八届中博会的重要活动之一,旨在加深两国农业企业对中美农业合作发展趋势和投资

机遇的了解,为两国农业企业加强交流、深化合作提供对话平台。

据介绍,该论坛有来自中美农业领域的政府官员、跨国公司、金融机构、研究机构约160人参会。论坛期间,50多家中国农业企业与近20家美国企业进行了沟通对接,其中,部分企业还达成了初步合作意向。

与此同时,移动互联网产业论坛以“探讨移动互联网经济、助推中部地区发展”为主题,吸引着中部六省的注意力。商务部投资促进事务局局长刘殿勋表示,在移动互联网产业高速发展的背景下,中部六省作为中国的腹地将在这一领域释放出更多的投资与消费需求,商务部投资促进局将积极推动移动互联网产业的发展,为促进中部地区的经济增长做出贡献。

钟山表示,举办中博会是落实促进中部地区崛起战略的重要举措,已举办过7届的中博会,在促进中部地区扩大开放、加强区域及国际交流合作方面发挥了重要作用。希望海内外各界和中部六省充分利用中部博览会平台,进一步增进沟通了解,拓展合作领域,提升合作水平,在推动中部地区崛起中实现互利共赢、共同发展。

会展观察

展会展览天数达到3天(含3天)以上。展会由两个以上部门或单位共同完成的,奖励只能由一个单位或部门提出申请;主办或承办单位相同、内容及性质相似的视为同一展会。政策要求只挂名不具体参与实际操作的主办或承办单位不得作为奖励的申请人。以本地产品参展为主且以个体消费者为主要对象的各类展销会、展示会、文化科普展览、人力资源交流会、公益性或政策性的成就展,以及已获得烟台市政府专项补助资金或其他财政性专项补助资金的展会不在奖励之列。

符合奖励标准的单位或个人应于展会开展前一个月向烟台市会展主管部门报送工作方案及相关材料,并按规定申报奖励。烟台市会展主管部门会同财政部门对相关材料进行初审,并于展会召开的当天实施现场核查。根据初审及核查结果,年末,烟台市会展主管部门会同财政部门提出奖励意见,财政部门据以安排奖励资金,拨付给相关单位或个人。

本版话题

业内通告

长江中游四省会城市 签署会展业合作联盟协议

近日,应武汉市会展办的邀请,长沙、合肥、南昌三市会展办负责人齐聚江城,共同召开了首次长江中游城市群四省会城市会展行业主管部门联席会议。会上,四城市会展办负责人联合签署了《长江中游城市群暨长沙、合肥、南昌、武汉会展业战略合作联盟协议》(以下简称协议)。

该协议约定,四城市会展部门将逐步建立健全长效合作机制,并通过共享资源、共打品牌、共通信息、共同参与、共抓落实等方式,进一步密切联系沟通,携手推进四城市会展合作,共同开发中部会展大市场,共同建设长江中游会展集群。

据悉,此次会议是在中央促进中部崛起、支持长江中游城市群抱团发展的大背景下,为贯彻落实《长江中游城市群暨长沙、合肥、南昌、武汉战略合作协议(武汉共识)》精神而召开的。该协议的签署,不但标志着长江中游城市群会展业战略合作联盟的正式建立,而且意味着继珠三角、长三角、环渤海之后的中国会展第四极的强势崛起。

(艾凌璐 钱 俊)

外展推荐

2013年日本东京水产展

展会时间:2013年8月21日—8月23日

展会地点:东京有明国际展览中心

展品范围:

海产品:鲜鱼、鱼卵、贝类、蟹、龙虾、虾类、对虾、海胆、海藻、淡水鱼类等;

加工品:煮、切、烧制品、烟熏制品、罐头制品、干制品、海带制品、营养保健品等;

调味料、食品添加剂:咖喱、酱油、鱼酱、盐、芥末、醋等各种调味料和食品添加剂物等;

食品加工及相关设备:切割机、搅拌机、烧烤机、食品添加装置、水产品清洗机、冷冻、冷藏机械、菜板、菜刀、燃具、厨房水槽等各种厨房设备和调理器具等;

HACCP对策用机器、服务和食品卫生管理机器、设备和技术;杀菌水制造装置、海水杀菌装置、紫外线、臭氧、微波杀菌装置、各种洗涤剂、药剂、杀菌、减菌装置及卫生管理资料等;

废弃物处理、渔业生物、渔场安全、海洋环境保护、养殖、种苗、水产养殖技术、环境保护和养护设备及技术等。

烟台加快发展会展业 重金奖励招商功臣

■ 孙晓琳

在有着“中国最美会议城市”之称的烟台,加快会展业发展也纳入日程。近日,记者从烟台市商务局获悉,烟台市政府出台了《加快会展业发展政策》,2013年起,将连续3年安排专项扶持资金用于会展业务的发展。对有突出贡献的单位或个人,给予最高35万元的奖励。相关数据显示,2012年,烟台举办了132个会展节庆活动,实现收入9.5亿元左右,带动近百亿元相关消费。这样算来,一个展会平均揽金上千万元,带动近亿元的相关消费。

最高奖励增加了5万元

近日,记者从烟台市商务局获悉,根据《烟台市“十二五”会展业发展规划》,烟台市出台了《加快会展业发展政策》。从2013年起,连续3年,每年从服务业发展引导资金中安排一定数额的资金,作为会展业发展专项扶持资金,主要用于重点展会项目的开发引进、对会展业发展做出突出贡献的单位和个人进行奖励。政策规定,对首次在烟台市成功举办的省级以上、规模达到500个以上国际标准展位或展览面积达到4500平方米以上的展会,根据

展会规模大小,给予招徕单位或个人最高达35万元的奖励,较前期政策增加5万元。

凡按照市场化运作,成功举办且具有一定规模,能推动烟台市相关产业和第三产业发展的展会,根据规模大小给予主办单位10万元至30万元的奖励;对烟台市以内会展单位自行举办500个以上国际标准展位的展会,且全年展位累计达到1500个,给予一次性奖励15万元,每增加200个展位,增加1万元奖励,最高奖励额度为20万元。对影响带动力大、社会效益和经济效益明显、符合产业发展方向的国家级和国际级大型展会,采取一事一议的办法,给予会展单位奖励;对汽车、房地产等高利润产业展会,按照上述标准的30%进行奖励。

会展带动消费 增加收益

2013年4月11日,2013年烟台春季车展启幕。80多个品牌参展,法拉利、宾利、悍马等世界级豪车相继亮相。烟台本地人王先生感慨地说:“记得10多年前烟台举行第一届车展的时候,只有几家公司、二三十辆车,现在真不一样了。”这些年,烟台的展会规模、层次和范围都在不断提高。20世纪90年代初的时候,只有张裕葡萄酒节在烟台

举办,现在中日韩食品、服装、果蔬会、装备制造博览会等种类丰富的展会,已成为烟台经济文化发展中一道必不可少的大餐。

2012年烟台展会统计数据显示,烟台市去年共举办各类会展节庆活动132个,同比增加11个,其中展位数在1000个以上的大型展览达8个;展位数共计约2.65万个;参会参展人数达330万人次。会展业涉及领域涵盖食品、餐饮、汽车、房地产等众多题材。展销类58个,占44%;会议类36个,占27%;节事类22个,占17%;体育赛事等16个,占12%。

据烟台市商务局统计数据显示,去年烟台举办了132个会展节庆活动,实现收入9.5亿元左右,带动近百亿元相关消费。平均下来,一个展会自身的收益就达到上千万元。以4月份举行的车展为例,4天时间里,汽车订单数达到6827台。这仅是车展本身的收益,其带动的衣、食、住、行等社会消费,更是不言而喻。

努力吸引市外参展单位

《加快会展业发展政策》中规定,政策仅限于在市区范围内举办的展会,申请奖励的展会50%以上的展位要为烟台市外参展单位,其中国际展会境外参展展位不低于30%,

中国民企海外办展的破题之道

■ 沈 阳

几年前,中国民营展览公司在海外办展曾一度风起云涌,但最终折戟沉沙,鲜有成功的案例。2012亚洲陶瓷工业展览会在印度的成功举办,或许有不少可鉴之处。

海外办展最大的难题是什么?如何降低不确定的风险?如何保持展会的延续性?亚洲陶瓷工业展览会主办方、首家在国外成功办展的民营企业——广东新之联展览服务有限公司总经理韩秀萍阐述了海外办展的破题之“道”。

随着李安执导的《少年派的奇幻旅行》在全球的大热,印度这片充满信仰和希望的神奇大陆再次成为全球影迷关注的焦点。

2012年12月13日至15日,2012亚洲陶瓷工业展览会在印度艾哈迈达巴德古吉拉特大学展览中心举办。展会规模接近5000平方米,展位超过250个,吸引了来自中国、意大利、西班牙、英国、美国、泰国、日本、印度等国家的100多家机械、原料及色釉料供应商的龙头公司参展,共有10多个国家的5263名专业买家入场参观采购。

早在六七年前,中国民营企业就曾经试图到海外办展,但终因种种原因而夭折,展会规模超过2000平方米的项目可谓凤毛麟角。为此,德国贸易展览业协会(AUMA)公共关系部部长Harald Kotte曾给这些企业泼了盆冷水:“中国在境外办展方面的经验仍比较欠缺,部分企业境外参展过于盲目。”那么,2012亚洲陶瓷工业展览会是如何在海外成功办展的?

市场调研:选对的 做对事

亚洲陶瓷工业展览会主办方广东新之联展览服务有限公司总经理韩秀萍说:“作为首次到海外办展,我们

早在几年前就针对印度市场做了周密的市场调研,详细研究了印度市场的潜力以及世界陶瓷行业发展的大趋势,同时也与印度当地和陶瓷相关的政府部门、工商会、陶瓷协会和新闻媒体建立起了良好的合作关系。”

“通过多方面的考察和研究,我们将展会时间定在12月份,展览的地点则选择在印度陶瓷大省——古吉拉特邦的大学展览馆。为什么会选择在12月份来办展呢?12月份的印度是一年之春,古吉拉特邦的气候最为宜人,平均气温18—21℃,是印度全年最舒适的季节。”韩秀萍介绍说,“每年印度历最后一天(公历11月末)是印度最重大的节日——迪瓦利,其重要程度相当于中国的农历春节。大多数印度企业会在节后恢复生产经营,指定新一年的生产销售采购计划和财务预算。”

韩秀萍说,12月份正值印度陶瓷设备、原辅材料以及技术的采购商贸旺季,是展示产品和技术最佳时机。古吉拉特邦是印度最大的陶瓷生产基地,聚集数10家陶瓷生产巨头,汇集了上千家中小型陶瓷企业,占据了印度全国陶瓷生产总量的75%以上。古吉拉特邦绝对是在印度举办陶瓷展览会的最佳地点。

“确定好时间和地点后,我们通过既有的关系物色了一家当地颇具实力和背景的展览公司,与之结成战略合作伙伴关系,借助该公司在当地的资源优势和关系网络,进一步加强展会在印度各大中小产区的宣传推广和买家组织力度,确保展会在所有印度陶瓷企业的知晓度,从而保证了展会的观众来源。”韩秀萍说。

韩秀萍告诉记者,在印度举办展览会必须要得到印度贸易促进机构(ITPO)的展览会批文。“在印度合作伙伴的协助下,加上新之联公司的实力优势,我们很顺利地拿到了展会举办的ITPO批文,为展商展品的通关活

动提供了十足的便利条件。”

据了解,新之联公司去印度办展的想法,源于几年前对行业巨头客户的拜访,装备企业建议他们要高度关注印度陶瓷行业发展动态,建议新之联公司尽快把广州工业展的成功办展模式移植到印度去,在印度举办一个高品质的陶瓷工业展览会,以帮助更多的中国企业开拓印度市场。

对此,新之联公司并没有盲目而动,而是通过几年时间的不断考察,最终成功立项、办展。

降低风险:预案为先 人是关键

海外办展如何降低风险?对于这一问题,韩秀萍表示,作为首家到海外办展的民营展览公司,一开始他们也遇到了很多问题,比如两国之间文化的差异和沟通方面的问题、办展的理念、招展和招商工作的开展等。毕竟在海外不同于在国内,两者有很大的差别。

但是她同时指出,在海外首次办展时,许多情况都无法完全确定,只能摸着石头过河。幸运的是,他们借助国内陶瓷企业的大力支持和理解,将能预见的事情都提前做好预案,将绝大部分的难题都处理妥当,最终赢得了企业的好评。

韩秀萍说:“如今,距离已不再是问题。随着科技的发展,我们与海外机构的沟通也变得越来越便利和有效率,到海外办展也不再是一个很大的难题。作为国内第一个吃螃蟹的民营公司,我们不敢说我们有什么样的建议,因为我們也在努力地探索海外办展之路,为以后更多的中国展览公司到海外办展带个好头。”

“要做好海外的展会,我认为最重要的一个环节是人。选择专业的展览人才,才能确保展会做得流畅,服务才够贴心,参展商才认可,观众才会接受。新之联公司作

为广州陶瓷工业展的主办方,参与展会的所有同事都积累了多年的组展经验,深得陶瓷行业人士的认可和支持,这也是我们首届印度陶瓷展成功的关键要素。”韩秀萍说。

项目延续:市场为主 提升服务

本届展会亮点有哪些?如何保证项目的延续性?对此,韩秀萍提出了本次展会的3个亮点。第一,来自中国的参展团集中展示了适合印度市场的高性价比的机械原料产品和技术,为印度及周边国际的贸易采购商带来更多商机;第二,展会国际化程度高,除中国企业外,还有来自意大利、西班牙、英国、美国、泰国、日本、印度等国家的多家龙头企业倾力展出,展品囊括整个陶瓷工业;第三,展会同期还举办了两次新技术发布会,内容涉及最新的喷墨打印技术。

“展会以高端的技术、一流的产品、专业的服务和良好的效果受到海内外参展商、贸易采购商和众多业内人士的好评。”她补充说。

谈及下届展会的部署,韩秀萍说:“下一届展会,我们首先会在观众宣传推广方面加大投入,借着首届展会的成功举办,凝聚并累积观众的认可度;其次,我们会继续做好引领全球陶瓷行业趋势的技术发布会,让更多展商和观众参与进来,分享成败与得失;再次,我们会吸引更多的欧美企业参展,让展会变得更加国际化;最后,我们还会从多方面着手,重点为所有展商和观众提供贴心的服务,让他们有宾至如归的参展和参观感受。”

谈经论道