

会展关注

会展传真

云南城投集团3.08亿元入主成都新会展

■本报记者 兰馨

7月5日,云南省城市建设投资集团有限公司(以下简称云南城投集团)以3.08亿元入主成都世纪城新国际会展中心有限公司(以下简称成都新会展),成为成都新会展第一大股东的消息被公开后,在会展业界引发高度关注。

这意味着,曾为西南会展业领头羊的成都新会展的历史,被改写。同时,云南城投集团在西南会展行业地位得以提升。

投资人信息变更

据成都市工商行政管理局的工商登记资料显示,6月17日,成都新会展进行了投资人信

息变更。

在变更以前,成都新会展股东为邹全、邓鸿、刘杨、柳林、尹红、赵凯等六位自然人。变更后,新增股东云南城投集团,其认缴出资额为30805.3692万元,持股51%,认缴日期为2017年2月28日。股东变更后的成都新会展注册资本为60402.6846万元人民币。原第一大股东邓鸿出资16450万元,持股27.23%,变更为第二大股东。同时,原其他5位股东共计让渡出了约43%的股权。

投资人信息变更后,云南城投集团董事长许雷担任成都新会展

董事长,其法人和总经理为在昆明洲际酒店任职的徐玲。

会展业“黑马”

分析人士认为,云南城投集团入主成都新会展,看好其在西南会展市场的优势。

事实上,云南城投集团并非会展业的“新面孔”。早在入主成都新会展之前,共就与成都国际会议展览中心共同投资,注册了云南新世纪滇池国际文化旅游会展投资有限公司。其中,云南城投集团占股55%,成都国际会议展览中心占股45%,双方共同开发昆明滇池国际会展中心项目。

尽管成都国际会议展览中心后因故退出该项目,云南城投集团仍为第一大股东。

而有消息人士称,云南城投集团早在去年底,已经入股成都会展旅游集团。此次成为成都新会展第一大股东,是水到渠成的事情。在云南城投集团方面而言,入主成都新会展进驻会展业,实为集团业务版图扩张的范围。

会展格局生变

在分析人士看来,云南城投集团与成都新会展是两家地产商的强强联合,亦是双方的资源互

换。但在会展业界看来,云南城投集团成为成都新会展第一大股东,将引发西南会展市场的格局改变。

近年来,随着西南会展市场的快速发展,也吸引了外资展览大鳄的觊觎,但目前多是展览项目的落地,或者在一线会展城市成熟项目的外延至西南市场,有其一定程度上的“试水”心态。

而此次云南城投集团入主西南成都新会展。证明成都这个二线城市,其会展资源正在随着市场发生改变,正越来越具有吸引资本的价值。而成都,或将成为会展竞争的新高地。

苏州国博、金鸡湖会议中心 将承办超大规模会议

本报讯 近日,从苏州国际博览中心、苏州金鸡湖国际会议中心方面获悉,今夏将迎来1.5万人超大规模会议与宴会。

据介绍,苏州国际博览中心25000平方米巨型无柱多功能会客厅,已举办过万人年度峰会、第53届世界乒乓球锦标赛以及各类大型展览、订货会、演唱会、宴会等会展活动。

苏州国际博览中心、苏州金鸡湖国际会议中心作为拥有国际会展业四大行业组织——ICCA、UFI、IAEE及SISO会员资格的会议展览场馆,凭借苏州优越的地理位置、发达的经济基础、丰富的旅游资源、成为长三角地区、中国,乃至亚太区大型展览与会议的重要场馆之一。(张婷)

法兰克福进入中国15年 热衷公益活动

本报讯 今年,是德国法兰克福展览有限公司进入中国的第15年。据了解,近10年来,其在中国大陆设立的首个分公司法兰克福展览(上海)有限公司,已移植多个法兰克福品牌展在中国的广州、上海、北京举办,其中多个展览项目都已成为相关产业在国内乃至亚洲范围领先的行业旗舰展会,成为行业的风向标。

据悉,法兰克福展览旗下拥有消费品、娱乐、媒体及创意产业、交通运输及物流、技术和制造、纺织品及纺织技术六大主要业务板块,目前,其在华的优势产业还在进行区域性延伸,如在成都举办汽配展,在上海举办供热展。

此外,近年来法兰克福积极投入公益活动,希望以贸易展览会为载体,通过行业渠道呼吁和唤起更多群体的关注。如在2009年的中国国际家用纺织品及辅料博览会上,首次设立家纺的非物质文化遗产展区,本着“保护为主、抢救第一、合理利用、传承发展”的方针,促进中西文化交流以及非物质文化遗产渠道创新。2015年,在中国(上海)国际乐器展览会期间举行的主题活动中,法兰克福携手参展企业、琴行、演奏家、新闻媒体以及行业机构等,共同推动关爱自闭症儿童的社会公益活动的常态化,并将活动所筹集到的各类乐器、音乐绘本、展会现场门票收入、爱心义卖所得等,分别捐赠给了相关的自闭症儿童特殊学校以及基金会,希望借助音乐的力量能够培养自闭症儿童的智力与社交能力,让他们感受到这个世界的关爱与温暖。(宇静)

第十七届成都家具展 延续两期举办模式

本报讯 7月3日,由成都市政府主办,成都市贸促会、成都市博览局等支持的第十七届成都国际家具工业展览会在成都世纪城新国际会展中心开幕。

本届展会以“中国平台·全球共享”为主题,延续“一展两期”的展出模式,7月3日至6日,举行一期成品家具展;7月12日至15日举行二期家具设备材料展,展出总面积达16万平方米,吸引了1100余家企业参展。此外,本届成都家具展首次设立了定制家居主题馆,这也是西南地区最大的定制家居主题馆,是本届展会的一大亮点。

目前,成都家具展已成为我国家具行业三大展会之一,吸引了众多国内一线家具品牌参展,希望通过成都家具展的平台开拓广阔的家具内贸市场,为企业的持续发展提供持久的内生动力。

展会期间,中国家具协会主办的中国家具产业发展(成都)国际论坛举行,来自国内外一线家具生产、流通、设计等领域的人士,中国四大家具产业集群负责人及国内各省、市、自治区家具协会负责人汇聚成都,共话行业未来。(融汇)

会唐网打造会议商旅电商平台

本报讯 会唐网日前宣布已获得第三轮上亿元融资,将全力打造会议商旅市场互联网生态系统。与此同时,会唐网协办的全民公益节即将进入全力冲刺阶段。

对于获得新一轮融资,会唐网联合创始人、CEO唐亮表示,“垂直行业的互联网化进程将会在各行各业展开。前段时间会唐网的美国对标企业Cvent被私有化,我们将与Cvent在全球范围内展开竞合,通过会唐网开放平台将会议商旅的周边生态系统链条一一打通,更好地帮助传统MICE公司互联网化,同时帮助企业客户通过系统进行会议资源直采,并帮助酒店进行直营。会唐网一直以遵循企业客户的市场需求为导向,我也非常欣慰过往及现在的投资人一直认可会唐的商业逻辑。”(宗鹤)

体育“两博会”选址新疆 促西部文旅产业升级

7月4日,2016中国体育文化博览会、中国体育旅游博览会(以下简称“两博会”)在于乌鲁木齐举行的新闻发布会上宣布,“两博会”将于9月2日至5日在新疆国际会展中心举办。这是新疆首次举办中国体育文化博览会、中国体育旅游博览会。

在发布会上,国家体育总局体育文化发展中心主任梁晓龙宣布:2016中国体育文化推广大使是两届奥运会跆拳道冠军吴静钰;2016中国体育文化博览会推广大使是北京2022年冬奥会申奥大使李妮娜。

著名篮球运动员西热力江·木合塔尔、第十三届全国冬运会男子速度滑冰冠军热汗拜·塔拉布汗、亚洲锦标赛拳击冠军麦提图尔孙·琼,三位运动员担任“两博会”的形象大使。

“两博会”首次进疆

据国家体育总局宣传司司长涂晓东介绍,本届“两博会”之所以选址在新疆,是为加强第十三届全国冬季运动会后效应,凸显新疆文化、旅游特色,助力新疆更好地展示稳定、祥和的社会环境。

“两博会”2016年的运营继续采取政府支持、专业策划、市场运作、社会参与的模式,展览规模将达到8万平方米(其中室内面积4万平方米),预计参展单位将逾400家。

为此,本届“两博会”前后还将举行一系列专题活动,主要包括2016中国体育文化体育旅游发展高峰论坛;中国体育旅游发展创投论坛;全民健身优秀论文报告会;奥运冠军、体育明星志愿服务行动系列公益等主题活动。

涂晓东表示,在新疆举办“两博会”,对进一步宣传“大美新疆”,吸引广大观光游客,宣传“一带一路”愿景与行动,推进丝绸之路经济带建设等都发挥积极作用。

促文化体育旅游深度融合

据新疆维吾尔自治区体育局党组书记李光明介绍,“两博会”设6大板块:体育文化板块、体育旅游板块、体育旅游产品板块、少数民族传统体育板块、冰雪产业以及社会体育板块。

其中,体育文化板块,主要包括中国传统体育文化展,中国与奥林匹克文化展,体育运动项目文化展,体育美术书画艺术展,体育收藏品纪念品鉴,体育摄影音乐电影欣赏展播映等。

体育旅游板块及体育旅游产品板块,则包括国内外体育旅游户外休闲用品展,体育旅游精品赛事、景区、线路展,国内外徒步、漂流、骑行、探险、冰雪运动展,旅游产品、民间手工艺品、体育旅游纪念品鉴,旅游休闲器械、房车、汽车营地展等。少数民族传统体育板块主要包括马术、达瓦孜及地方全民健身特色项目展等。冰雪产业以及社会体育板块主要包括新疆冰雪运动场馆、设施、设备、技术及冰雪运动成果展,全民健身成果展,中外体育企业、俱乐部、协会文化展,体育生态展,中外体育培训展等。

据悉,中国体育文化博览会由国家体育总局、中国奥委会主办,自2011年以来已举办六届。由国家体育总局体育文化发展中心、新疆体育局、新疆旅游局共同主办的中国体育旅游博览会本届也已经是第十届。

(本报综合报道)

广州检验检疫局为会展开通绿色通道

近年来,广州会展业国际化水平实现跨越式发展,品牌影响力持续增强,率先进入新一轮转型升级。

众所周知,中国第一展——广交会,其行业实力毋庸置疑。然而,境外参展商占比较低、国际化水平有所欠缺一直是制约我国会展业质量提升的瓶颈。为弥补这一短板,实现质的飞跃,2007年,广交会首次设立进口展区。随即,广东检验检疫局批准设立广州检验检疫局国际展览检验检疫筹备处,助力广州国际会展业快速健康发展。

根据此前的法规政策要求,参展商面临展品报关报检手续周期较长,样品送检耗时较长等问题。广州检验检疫局从检验检疫职能出发,出台了《关于支持广东国际会展业发展的意见》,将广东定为检验检疫促进国际会展业发展的试验区和先行地,9举措为广东会展业的发展提供了强有力的政策支持。

2016年,第119届广交会有来自210个国家(地区)的19万境外采购商参展,境外参展企业610家,比2007年增加94.27%。

中国会展业起步晚,发展快,法律法规不够配套、市场秩序不够健全。针对国际会展业的监管和通关实际,广州检验检疫局建立了一套科学严密的监管机制。

首先,建章立制,制定《入境展览品检验检疫监管工作规程(试行)》等规章制度,并与厦门检验检疫局共同制定行业标准《入境展览品检验检疫监督管理规范》,防止疫病疫情和有毒有害物质传入。其次,建立入境展品集中备案报检、关检联合查验、驻场巡回监管、展后核销退运的“前中后”闭环监管体系。此外,开通报检、查验、CCC免办、许可审批四条“绿色通道”。多措并举,在科学监管、严守国门安全的前提下,保证入境展品通关效率。

近年来,随着会展市场问题频现、需求

各异,在广东检验检疫局通关处的支持与指导下,广州检验检疫局在已有监管体系的基础上推出一系列创新举措,强化监管服务效果。

在入境展品监管中率先实现关检“三互合作”创新,联合查验、互通信息,增强监管有效性。近年来,截获疫情219批次,多次检出肉制品、橄榄油、葡萄酒等不合格食品,多次查出瞒报、漏报的动植物产品。此外,广州检验检疫局积极推动国际会展业纳入广州市国际贸易“单一窗口”建设,并向市政府提交了会展模块的各项参数内容,极大提高入境展品通关效率。

办展程序等政策法规,一方面将监管前移,从源头规范会展秩序,提高了展会监管效率;另一方面,为境外企业解决问题,增强其开拓中国市场的信心,促进进出口贸易。(陈晨 凌武强 张启甲)

亚洲夏季户外时尚运动展在上海开幕



7月6日至8日,ISPO SHANGHAI——亚洲(夏季)运动用品与时尚展在上海新国际博览中心举办。据悉,在2015年首次举办的基础上,本届展会吸引了来自20多个国家的500余个品牌展示运动行业的最新产品、最领先科技以及最前沿趋势。

据介绍,本届展会在进一步强化户外运动优势的同时,深耕跑步健身、水上运动、运动潮流、旅游服务及功能性面料辅料等“户外+”品类的跨界与融合,共筑“运动生活方式”。(黄紫蓝 供图)

亚洲户外展:专业中透着活力与趣味

■本报记者 叶灵燕

无论你是想喝着咖啡、听着讲座、看着纪录片,平静舒缓地逛展;还是想跑下步、攀下岩、划一划皮艇,走一走扁带,动感十足地逛展。在第11届亚洲户外用品展览会(以下简称亚洲户外展)上,你的这些愿望都能一一实现。

“亚洲户外展已从一个展示平台逐步发展成为一个交流的平台、好玩的聚会,我非常喜欢。”参展的凯乐石品牌总经理钟承湛在接受《中国贸易报》记者采访时如是说。

近日在南京闭幕的第11届亚洲户外展将静态展示、场景体验、趋势研讨三种展览形态有机结合,实现传统优势与新兴板块的完美嫁接,并独具匠心地策划了一系列现场活动,在保留亚洲户外产业大奖评选配套活动的基础上,新增自驾、房车露营专区,并开辟最大规模的跑步专区。远不止如此,展会现场还有多个行业论坛、大咖分享、体验活动轮番上演,让观众目不暇接。

户外是专业人士的朋友圈

记者在展会现场看到,从功能性鞋服到轻便型户外装备,从露营到徒步,从跑步到滑雪,甚至还有时髦的房车和营地聚集用品,今年亚洲户外展全面展示了户外科技新品和潮流趋势。现场越来越细分的品类专区以及俱乐部之家,越来越多的户外服务企业,无不体现出行业新特征。

让优秀产品脱颖而出,是亚洲户外展主办方设立亚洲户外产业大奖的初心。在

本届展会上,有21件产品不负众望,突围而出获得产业大奖。其中,有12件本土品牌的产品。

连续多年参展的多吉藏黎铲总经理彭辉说,亚洲户外展的服务和观众都非常专业。受益于获得亚洲户外产业大奖,他们的产品受到更广泛的关注,并走向国际市场。

记者注意到,装备与活动结合是本次展会的一大亮点。不少参展商将赛事或活动与自己的产品结合,让观众通过展会现场体验感受户外运动的乐趣。比如展会开幕当天,《静静致极》新书推介会暨珠峰登顶主题演讲在探路者展台举行,探路者联合其创始人、登山探险家王静出席并讲述了自己用143天完成地球九极(7+2)登山探险的艰苦历程,活动现场气氛异常火爆,观众热情高涨。

“在玩的过程中,拿了奖品,了解了品牌,还学习了户外知识。”这是多数观众参与互动体验后的心得。

“经过打磨,如今的亚洲户外展不仅是品牌和经销商建立合作的商贸平台,也是经销商之间互通有无的互动平台,更是所有户外人共享的社交平台。”亚洲户外展项目总监李皓这样定义亚洲户外展。

从青海赶来南京参观的左先生告诉记者,他经营着一家户外运动俱乐部,这几年他每年来参观,觉得亚洲户外展如同朋友圈,来参观可以和圈里的朋友聚会交流,了解行业走势。

户外展魅力源于动感

从产品展示到产品试用,从户外活动示范到现场亲身体验,本届亚洲户外展带给业界一个仿若置身户外的展会。无论是轰动南京的NORTHLAND诺诗兰杯三夫“量山好汉”紫金山荧光跑,还是高手云集的2016KAILAS杯COA攀岩赛;无论是展会现场水上皮划艇体验活动,还是扁带公开赛,此次展会鼓励大家体验户外运动的魅力。

记者观察到,展会现场多项体验式活动的参与度很高。2016KAILAS杯COA攀岩赛一如既往火爆吸睛,高手云集,灵动、力量、攀登展现了户外运动的真谛。轰动南京的2016“NORTHLAND诺诗兰杯”三夫“量山好汉”紫金山荧光跑值得一说,充满激情的荧光跑选手冒雨完成了比赛,让人不得不点一个大大的赞。当然,水上运动专区和展厅外的水上运动体验活动也吸引了许多观众参与。这些趣致纷呈的活动向业界展现了亚洲户外展“专业、倾心、关注”的展会DNA。

遇青岛营销总监吕行说:“我们见证了亚洲户外展规模不断扩大、服务质量逐渐提高,我们会伴随其共同发展。”

据悉,第12届亚洲户外展将于2017年6月29日至7月2日相约南京国际博览中心。李皓表示,中国户外市场已经进入到了用品和服务共同成长的阶段,亚洲户外展将以更专业、更具活力的姿态继续为业界提供服务。