

2016 阿布扎比中国贸易展规模比增65%



图为2016阿布扎比中国贸易展现场

本报讯(记者 毛雯)当地时间12月5日至7日,由中国贸促会主办、中国国际商会承办的2016阿布扎比中国贸易展在阿联酋阿布扎比国家展览中心举办。

中国驻阿联酋大使倪坚、阿联酋经济部助理次长朱玛·基特出席开幕式并剪彩。中国驻阿联酋使馆商参赞贺松、中国国际商会副部长王瑞、中国贸促会海湾地区首席代表张喜敬以及阿联酋相关政府部门、商协会、新闻媒体和参展商代表等近200人出席了开幕式。

倪坚在致辞中充分肯定了中阿两国建交30多年来在经贸领域取得的丰硕成果,并指出,随着两国共建“一带一路”建设进程的加快,借助阿联酋将于2020年举办世界博览会,以及正

在推进新时期各类经济发展战略规划的契机,中阿两国在创新、基础设施、房地产、航空、旅游、工业品贸易等领域将有巨大的合作潜力。双方战略伙伴关系必将不断得到深化和拓展,以资金和技术为主导的经济合作将把两国贸易的规模和水平提升到一个崭新的高度。

朱玛·基特在致辞中表示,阿方对两国近年来在拓展经贸合作方面所取得的成果感到满意,对两国在重点领域建立的合作共赢格局非常认可。阿方将一如既往地积极支持中国“一带一路”倡议。在“一带一路”倡议和“阿联酋2021愿景”的框架下,两国在中小企业、新能源、高新技术、知识经济、创新及工业等领域还将有更多的共同利益和合作机遇。

倪坚与朱玛·基特在参观展览时,详细了解了企业参展及产品特点等情况,并勉励中国企业抓住机遇,深入考察阿联酋市场,多结识当地合作伙伴,发掘互利共赢项目,以创新的思维、进取的意识、务实的精神,不断开辟贸易合作的新机会、新方式和新途径。

中国贸促会-阿联酋展的前身是2013年开始举办的阿布扎比中国轻工消费品展,2015年起正式更名,已在阿布扎比成功举办4届。本届展会共有来自江苏、安徽、广东、福建、陕西、山东、江西、上海、等省市区以及香港特区的300多家企业参加,展出面积约6600平方米,较上年增加65%。展出产品包括高端艺术品、手工艺品、新能源产品、电子消费品、玩具、礼品、服饰、家具、绿色建材、保健品等。



● 会展传真

长江会展研究院在重庆揭牌

本报讯 近日,长江会展研究院授牌仪式在重庆工商大学融智学院举行。作为全国首家由企业、高校共同组建的会展产学研协同创新平台,长江会展研究院是由重庆国际博览中心有限公司与重庆工商大学融智学院共同组建的会展专业科研服务咨询机构。

近年来,重庆会展经济取得长足的发展,会展场馆面积、展会数量与办展规模的主要指标都跻身西部城市前列。与此同时,作为经济发展“晴雨表”和城市发展“助推器”的会展行业也面临着城市竞争“互联网+”以及专业人才培养等诸多挑战。

长江会展研究院的建立,将充分发挥高校和企业各自的优势,实现优势互补、资源互用、利益共享。研究院将通过会展基础理论研究、会展行业调研、咨询服务、会展评估、国际合作与交流等工作,服务于城市的会展经济发展、会展企业成长、会展行业研究、高校会展教育以及中高级会展人才培养等专业化需求。

(高 敏 谭钰欣)

珠海国际会展中心加入国际会议中心协会

本报讯 继加入国际展览联盟(UFI)与国际展览和项目协会(IAEE)后,珠海国际会展中心再牵手国际级协会,于本月正式加入总部位于比利时的国际会议中心协会(AIPC)。

据介绍,AIPC是International Association of Convention Centres的缩写,即为国际会议中心协会,它是总部位于比利时布鲁塞尔代表全世界会议中心和展览中心的协会组织,是一个专业的非营利性协会,致力于国际会议和会展场馆提供优质的服务。它通过高质量的行业分析、教育培训和所拥有的关系网络,为会员单位提高管理水平和服务质量提供支撑。

珠海国际会展中心总经理付睿称,在不断引入新合作、新模式,加强专业服务能力的同时,会展中心将抓住珠海港大桥即将开通的时代契机,着力将珠海打造成为滨海高端会展之都。(胡钰衍)

潭洲国际会展中心建全国首个机器人学院

本报讯 12月7日,广东潭洲国际会展有限责任公司的负责人与汉诺威机器人学院院长在德国签订合作协议,双方将在广东潭洲国际会展中心共同建设佛山机器人学院。这将为佛山本地制造业企业转型升级提供一个新的国际交流平台,也为佛山和汉诺威的合作搭建了一座新的桥梁,创造了一种新的模式。

据介绍,佛山机器人学院建成后将与广东潭洲国际会展中心一起由中德双方合作运营。业务范围主要包括机器人展示、专业会议和活动的组织和引进、机器人操作培训等三大核心业务。届时,将由德方负责把世界顶尖机器人生产、集成、使用等技术引入佛山机器人学院。而佛山机器人学院建成后,也将与本地的知名企业合作,为佛山乃至整个华南地区广大的制造业企业提供从电气自动化到机器人的全自动化解决方案和相关的培训配备,搭建一个引进德国工业机器人先进理论和技术国际交流平台。

(宗 贺)

阿布扎比期盼中企落户

■ 本报记者 毛雯

近期,阿联酋政府积极致力于发展多元化经济,为有意在阿布扎比投资的外国企业提供政策便利。阿布扎比经济发展局方面表示,中阿两国发展战略伙伴关系的基础是相互尊重和互利共赢。

12月4日,阿布扎比统计中心官网发布的阿布扎比非石油货物贸易统计报告显示,2016年1至9月,阿布扎比对中国非石油货物贸易总额约27.8亿美元,同比增长69%。其中,阿布扎比对中国出口约10.8亿美元,同比增长134.6%,从中国进口为14.1亿美元,同比增长24.7%。

中阿成可靠合作伙伴

随着2015年阿联酋中国商会阿布扎比分会的成立,目前,包括中航技、中石油、中建、中国银行、振华、华为等在内的30多家中国企业入驻阿布扎比扎根。

阿联酋是中国在阿拉伯世界

最大的出口市场和第二大贸易伙伴,其中,阿布扎比拥有资源丰富、资金储备充裕、人口市场广阔等优势,阿布扎比的资源优势与经济政策成为阿联酋经济多元化发展的压舱石。此外,阿布扎比在基础设施建设、文化教育、高新技术以及自由区发展方面具有后发优势。

阿联酋中国商会秘书长、中国贸促会驻海湾地区代表处总代表张喜敬此前表示,阿联酋中国商会致力于协助中资企业深入了解阿联酋及周边国家经贸政策与市场商机,推动与当地政府和工商界的了解和交流。阿联酋是中国主要石油进口来源国之一,中国也是阿联酋推进油气产业发展、加快经济结构转型升级的可靠伙伴。

中阿经贸合作持续稳固

有关数据显示,阿联酋与中国之间的贸易往来在过去5年里激增

220%,从1985年的6300万美元,增长到2015年的548亿美元,阿联酋现有中国企业4200家。目前,阿联酋和中国之间有36个合作协议。

截至目前,阿联酋和中国之间每周有133个直达航班,其中79个来自阿联酋航空公司,51个来自总部设在阿布扎比的国家航空公司阿提哈德航空,另外3个来自廉价航空公司阿拉伯航空。阿提哈德航空公司有关负责人表示:“对于我们来说,中国市场至关重要。”

有业内人士表示,中国与阿布扎比在传统能源及新能源、产业化合作、金融、旅游等领域的交流合作硕果累累。随着国际油价的逐步回升,阿布扎比财政收入将恢复快速增长,并将启动一批重大基础设施建设。该人士呼吁阿方改善营商环境、简化行政审批流程、降低投资准入门槛,营造规范透明的市场环境。



哈利法工业区期盼中企落户

随着阿联酋批准给予中国公民落地签证待遇及后期政策实施中阿双边经贸关系得到进一步持续稳固。

据悉,占地418平方公里的阿布扎比哈利法工业区是阿布扎比2030发展规划的重要项目,旨在成为全球最大的产业集群区。

哈利法工业区方面表示,该区希望同中国驻阿联酋大使馆、阿联酋中国商会加强合作,共同为中资企业在阿联酋,特别是在阿布扎比的发展搭建平台,推动中阿经贸往来与发展,期盼有更多的中国企业入驻哈利法工业区的业区,希望中资企业能抓住机会,深耕合作、深化发展。

● 会展关注

“互联网+”缩小教育资源差距

■ 本报记者 苏旭辉

在2015年发布的《中共中央国务院关于打赢脱贫攻坚战的决定》中,教育扶贫被赋予“阻断贫困代际传递”的使命,其实现路径被描述为“让贫困家庭子女都能接受公平有质量的教育”。随着国家不断加大基层教育的投入,教育信息化产品得以进入经济欠发达地区,那里的学校开始有条件使用教育信息化产品。

2016国际智慧教育展览会于12月9日至11日在北京国家会议中心举办。据组委会介绍,本届展会无论是展览面积还是展商比例,均比前两届增长60%以上,由此可见,教育信息化行业开始涌现出一批优质企业。展会通过教育信息化技术设备、软件平台、数字内容

出版三大展区对教育信息化产品进行细化展示。

培养学生的兴趣,激发求知欲,被公认为是良好教学的重要方式。记者在现场感受最深的就是,这些教育信息化产品恰恰能将教学内容变得非常好玩。如明博教育科技股份有限公司的优课AR梦幻课堂,将物理、生物知识做成3D仿真实验,学生能够更直观全面地接受知识。洋葱数学则将数学知识做成了非常有意思的视频,并配有线上专项练习,学生做完练习后会有个评估,帮助老师了解学生掌握知识的程度。

据记者观察,这些教育信息化产品大致可分为两类,一类针对教

学内容,通过各种技术将教学内容做得非常有趣,帮助老师授课,益于学生吸收,这类产品多数是视频,而且可点击操作。另一类针对教学管理,一方面帮助老师布置学习任务,了解学生学习情况,另一方面帮助学生做练习,让师生之间有更好的互动。

乐教乐学的人人通平台提供了教师布置作业、批改作业、组织班级活动等一系列管理服务,学生也能将错题、重点题保存起来做到及时复习,也能与老师线上互动。人人通平台服务甚至不仅限于学校,教育局也可通过该平台了解各学校情况,向各个学校发出通知。东电微校、米信、华创视讯、金商祺等众多参展商均展示了各式各样

的教学管理系统,且都有了一定规模的使用量。

记者在参与展商交流时提到,使用这些教学产品需要电脑等硬件设施,在经济欠发达地区,硬件设施未必能跟得上。对此,有参展商表示,做到学生人手一台电脑,很多学校肯定达不到,但是能做到一个教室一台电脑。与此同时电脑也走进了家庭。老师用学校的电脑布置教学任务,学生可用自己家的电脑登录专门的网站,完成教学内容。

记者注意到,每家参展商的教学管理产品的使用客户都是成区域的覆盖,从教育局到学校,从市级学校到县级学校。这些生产商就像在疯狂地抢夺市场,谁的

产品覆盖面广、提供的服务全,谁的生命力就强。不过,生产教育信息化产品的企业越多,市场竞争越激烈,对于提升全国的教学水平越有利,这是国家教育硬实力不断提升的良好现象。很多前来参观的老师表示,使用这些教育信息化产品后提高了教学质量。

在教育部基础教育成果展示区,记者看到了未来教育行动计划展示,该计划由教育部在线教育研究中心基础教育部和清华大学附属中学主办,旨在对优质教育资源进行整合,传播到经济欠发达地区。据教育部在线教育研究中心副主任肖东介绍,将北京重点中、小学优秀老师的讲课内容做成视频,送到基层,就会让教育资源匮乏地区的学生享受到优质的教学内容。现在该计划已覆盖了22个省的107个市,给5000多所学校的300多万学生提供了服务。

岁末 说说“跑会”那些事儿

■ 姜淮

当,也有诉求,不仅仅为个人,也为所在单位;兴奋者,处处皆存在感,有商机,深化情感,积淀人脉。

就各类行业年会来说,有全国性、区域性和专业性会议。从积极的方面,围绕行业的共性问题,前景趋势来看,通过不同层面的会议,深化了某重要战略性和节点问题的研讨,激发出更多新思维和新选择。而从消极的方面来看,主题雷同,目标市场同质化,削弱了行业整体形象,直接带来关联者交易成本的叠加。

提出问题是为了解决问题。展览行业需要开什么样的会、怎样开会?笔者原籍此与业界做一个探讨,而指导思想则离不开国家的大政方针。重温中国会展业的纲领性文件,那就是2015年国发15号文件,开宗明义已经为中国会展业提出明确的指导思想,那就是“坚持专业化、国际化、品牌化、信息化方向”。

就专业化而言,主题的专业化、

内容的专业化和组织形式的专业化,考量主办者的智慧。主题、内容雷同,形式单一是眼下各类行业会议的通病,差异化思维仅仅是一种概念。既有集团的模式创新,但格局依然保守,那就是全局性和综合性;新兴山头学步式追随,间或谋变,但为地位所限,效果较难体现;行业人士谋求跨界行专业之事,其结果似乎隔靴搔痒;学术专业者力求发声,往往最后陷于闭环而无法接地气。

从国际化来看,会议组织者藉以洋面孔注入国际化元素,很多场合传播的内容却是会展ABC。至于其间每每闪现出的创新性价值点,往往陷于文化理念的差异,却被简单归类为术业和手段,因为华夏民族是论道的。更遑论中国会展的行政制度性特色,老外对政府如何从宏观和微观的角度管理好会展,除了“看不见的手”,似乎也没有太多的经验分享。而受众中则有很多

来自地方会展管理部门的,对于所谓“术”的东西,欣赏较多,拿来意义不大,或许几年后移位他就。

至于品牌化,10多年来,业内已逐步形成几大会议活动品牌,内容、形式和受众业已具有相当的影响力,其中带有半官方和有一定官方背景的会议活动仍为业内关联者首选。有的则随着历史条件的变迁和运作方式的固化,逐步丧失其原有的价值,也有部分开始转型,谋求价值链上下游更多的市场份额。

当下来看,新兴主体风生水起,尤以新兴的行业平台(包括商协会与企业)和地方城市为主,谋取城市间、区域间合作,发展地方会展经济,辅之以名义上的论坛活动,迅速传播需求,强化联谊,积累资源,扩大影响力。论坛、大会、年会、研讨会等是其首选和自觉亮点体现。

信息化或将成为创新会议的破局利器。互联网和社交工具的日新

月异,拉近了人们交流的时空距离;创新思维的不断涌现,同样在颠覆着传统的办会模式。众筹话题,网络平台交流与互动,让关联者参与度、主动性和选择度无限地扩展和灵活组合,这里,信息化必将不会只是一种技术手段。传统的办会模式亦将受到渗透,迎来的将是重新洗牌,也许很久,也许很快。

会展业,作为一个完全竞争性领域,其发展遵循的是市场规律,众多主体、主题、内容和形式的行业活动,同样将在市场经济的潮流中融合竞争,最后都将在这一“大道”之中实现资源的最佳配置,从而充分发挥市场的决定性作用。

(作者系广东现代会展管理有限公司副总经理、中国会展经济研究会副秘书长)

● 会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处



如果用一句调侃的话来描绘当下的会展生态,似乎可以这样表述:东西南北中,都在“跑会”中。君不见,各种函邀如飘雪,大会小会似云来,呼朋唤友高歌去,你方唱罢我登台。

每年的最后一个季度,都是各种会议的黄金期,姑且称之为“开会季”,各类大会、年会、论坛、研讨会等络绎不绝,撇开政府会议不谈,企业年会同样也自有其规律,而行业会议活动近年来则愈演愈烈,直叫其中关联者或疲于奔命,或兴奋莫名。疲奔者有主动,有被动,为人也为己,有担