



●会展关注

引进更多全球优质商品和服务 引进有实力的零售商和采购商

上海将放大中国国际进口博览会溢出效应

本报讯 首届中国国际进口博览会将于11月在上海举办,对打造上海购物品牌无疑是巨大的契机。在近日举行的上海市人民政府新闻发布会上,上海市商务委员会主任尚玉英表示,上海将充分发挥中国国际进口博览会的溢出效应,引进更多全球优质商品和服务,引进有实力的零售商和采购商,提升商品的丰富度和吸引力。

据介绍,在便利成交方面,上海将为优质商品和服务进入中国市场提供常态化的贸易监管制度。要保证参展商在第一时间把高质量的产品最快、最好、最便利地引入中国市场,要有相应的制度。

尚玉英透露,上海海关目前提出围绕展前、展中、展后等5个方面的制度创新,不久就会实施,既能解决中国国际进口博览会6+365天的便利化问题,也能解决上海购物的问题。从某种程度上说,中国国际进口博览会将成为上海购物品牌的发动机、助推器和试验田。

尚玉英表示,上海已经搭建了线上交易服务平台,还有一批线下的具备展示、交易、保税功能的各类综合、专业的平台也将全面对接优质参展商,把优质的产品引荐到平台上,推荐给中国的消费者。

上海还将精准对接,扩大成交,加大采购力度。记者了解到,上海

已经组建了跨境电商、综合交易服务商等四大采购商联盟和1000家以上的企业采购团,他们将像买手一样,到现场为消费者挑选受欢迎的产品。

此外,上海还会举办各类供需对接会、新品发布会、商品营销会,加强企业与企业之间的供需对接。另外,上海一些辖区已经行动起来,对接中国国际进口博览会。

作为上海国际消费城市示范区,静安区必须紧紧抓住中国国际进口博览会这个有力的契机,为上海购物和消费升级起到示范和引领作用。上海静安区副区长周海鹰向记者透露,具体来说,静安区依托区

内奢侈品公司和外资专业服务业比较集中的优势,借助中国国际进口博览会做进一步的集聚,特别是引进目前尚未进入中国的中高端小众、时尚、特色品牌等。

这些品牌不仅包括有形的品牌旗舰店、概念店、买手店、体验店,也包括无形的都市服务型消费品牌,以满足国际都市白领消费、家庭消费、商务消费和文旅消费等多样化的消费需求。周海鹰同时透露,将充分发挥好南京西路国际商圈的品牌优势,积极对接参展国在南京西路商圈的展示和销售,举办一些国别日相关活动,争取把静安区变成不落幕的进口商品展销馆。

上海国际问题研究院世界经济研究所所长张海冰表示,每年举办一次的中国国际进口博览会将是上海全面完善营商环境、不断提高城市经济竞争力的最强大动力,将全面提升上海城市竞争力。上海四大品牌发展战略与服务中国国际进口博览会要求高度契合,中国国际进口博览会对于四大品牌建设也是有力的推力。其中,上海服务是中国国际进口博览会成功举办的保障,上海购物也将随着中国国际进口博览会大量的商品涌入效应而获得实质性提升,上海制造也会从中国国际进口博览会的溢出效应中得到收益。(本报综合报道)

山东文博会获UFI认证

本报讯 山东文化产业博览交易会日前正式通过国际展览业协会(UFI)认证,成为继深圳文博会之后,国内第二个获得该认证的综合性文化产业博览交易会,跻身国际品牌展会行列。据介绍,借此契机,将于10月举办的第七届山东文博会在国际招商招展、推动齐鲁文化走出去方面取得突破,为山东文化产业动能转换、提质增效发挥重要促进作用。

据悉,此次山东文博会通过认证,标志着山东文博会的规模、质量、影响力、国际化水平得到UFI充分认可。山东文博会由山东省政府主办,创办以来坚持国际化标准、市场化运作,经过十余年市场培育,在展览规模、展会运营、参展商数量和层次等方面已迈入国内同类展会前列,成为我国文化产品博览交易和文化产业项目推介的重要平台。(郑嘉毅)

去年云南会展业总量和规模同步增长

本报讯 日前发布的《云南会展业发展报告(2017)》显示,云南省会展业去年实现总量和规模同步增长,国际化、专业化、市场化水平不断提升,以会展带产业的良性互动发展模式初步形成。

《报告》称,云南省加快推进会展业供给侧结构性改革,政策环境持续利好,发展格局不断优化,总量规模稳步提升,基础设施逐步完善,品牌建设稳步推进,跨界融合日益凸显,会展业在促进一带一路建设、促进城市关联产业发展、加快先进技术扩散、提升城市形象中发挥了重要作用,成为全省新兴产业中最具活力和亮点的产业之一。

云南省相关负责人表示,会展业不仅是国际交流的窗口,也为企业走出去请进来搭建良好平台。要抓住一带一路的战略机遇,以问题为导向,破解会展业发展中的难题,补齐短板,创新体制机制,持续扩大会展业的创新力、竞争力和品牌影响力,推动云南会展业持续健康发展。(段叶龙)

第六届日辉泉州国际车展落幕

本报讯(特约记者 李贞一)近日,由中国国际商会泉州商会、泉州广播电视台主办,泉州市日辉会展服务有限公司承办的2018第六届日辉泉州国际车展在福建成功国际会展中心圆满落幕。

本届车展以“车文化 生活”为主题,历时四天,观众达16万人,现场预定成交车辆6500余台。不论是参展品牌、展出面积、展具规格,还是同期活动、购车福利、服务品质等,相较往届,本届车展在各方面都有较大提升。

据悉,本届车展启用了福建成功会展中心4万平方米的展出

面积,汇聚美系、德系、法系、日韩系及国产在内的60多个汽车品牌,600多辆展车。新车荟萃现场,令人惊喜不已。奥迪A8L、宝马X3、2018款途观L、wey p8、哈弗F5、启辰T90、领克02等20多款新车型亮相车展。

除了将车展必不可少的车模、新车豪车等元素一网打尽外,本届车展还为广大车友准备了诚意满满的购车钜惠。60余个参展品牌的价格达到全年底价。车友们不仅能享受到汽车厂商给出的钜惠促销政策,还能享受车展组委会送出的购车大礼包。车展订车还能参与砸金蛋活动。



5月14日,2018第六届上海国际航空航天技术与设备展览会在国家会展中心(上海)举行。自2005年创办至今,该展累计吸引近40个国家和地区的数千架民用航空、商用航空、通用航空与相关企业及行业组织参展,为拓展中国航空制造业市场提供了广阔平台。(李健)

汉诺威米兰展览公司牵手广州巴斯特 着手打造全新广州物流装备展

本报讯(记者 周春雨)近日,记者从汉诺威米兰展览(上海)有限公司了解到,明年5月,该公司将与广州市巴斯特会展有限公司联手举办中国(广州)国际物流装备与技术展览会(LET China,以下简称广州物流装备展)。

据介绍,汉诺威米兰展览(上海)有限公司是亚洲国际物流技术与运输系统展览会(CeMAT ASIA,以下简称亚洲物流展)的主办方,广州市巴斯特会展有限公司是广州物流装备展的主办方,双方将利用各自品牌及资源优势进行资源整合,并进一步扩大广州物流装备展平台影响力。双方联手后,在提升亚洲物流装备展全球化品牌影响力的同时,还将为该展会植入物流4.0的理念,旨在让广州物流装备展成为引领华南物流市

场的新的源动力。目前,广州物流装备展已举办了15届。

近年来,得益于中国互联网络经济的快速增长,物流行业得以高速发展。在工业4.0和中国制造2025的带动下,物流装备技术智能化、轻量化、数字化、集成化成为企业发展的必然趋势,促使物流制造商不断研发创新,借助展会平台扩大贸易渠道。其中,国内物流机器人以及视觉机器人产业的高速增长从根本上提升了物流体系的运行效率,给中国制造业带来深远影响。据数据显示,2017年,中国国内物流机器人的市场销售总额约为20亿元左右,销售数量大约为1.4万台,同比增幅超过35%。同时,输送分拣行业全年增长18%以上,市场规模超41亿元。

自明年起,每年秋季在上海举

办的亚洲物流展和每年春季在广州举办的广州物流装备展将形成联动,为海外企业拓展国内市场提供全方位平台,同时也将吸引更多买家到会采购。汉诺威米兰展览(上海)有限公司董事总经理刘国良说,珠三角地区作为中国制造业的战略高地,更需要一个集聚全球化品牌效应和实力雄厚的物流展平台来引领企业向物流4.0迈进。

广州物流装备展将紧抓一带一路以及粤港澳大湾区的战略机遇,激发全球化的投资活力,助推物流产业的转型升级。广州市巴斯特会展有限公司董事长陈琳表示,广州物流装备展将以物流创新为切入点,除展示围绕物流设备及技术的智能化落地案例外,还将全面呈现行业前沿技术和高科技人工智能趋势。

西安浐灞生态区

以五星级服务搞好会展业

本报讯 近日,西安市浐灞生态区管委会主任门轩在西安丝路国际会展中心建设工地调研时强调,浐灞生态区会展业正面临难得的发展机遇,相关部门要当好“五星级小二”,搞好会展业。在实地调研结束后召开的西安丝路国际会展中心项目专题座谈会上,与会人士就当地会展业的发展问题作了深度讨论。

门轩表示,浐灞生态区正值发展窗口期,要抓住机遇,对于工程现存手续及周边配套问题,相关部门要协调合作,解决项目

建设遇到的各种问题。目前,浐灞生态区的生态旅游业、文化产业等发展势头迅猛,在新时代要有新作为,抓住窗口期,大力提升营商环境,树立浐灞铁军的良好形象,奋力追赶超越,加快浐灞生态区经济社会全面发展。

据悉,经过多年发展,西安浐灞生态区凭借良好的生态治理成果,受到外界瞩目,其生态价值也步入兑现期。随着基础设施逐渐完善,浐灞生态区以金融服务为核心,以旅游休闲、会议会展等为支撑的现代产业体系显山露水。(郭宝杰)

会展成中国服务标准走向国际的重要平台

■ 刘海莹



●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

2018年,中国无疑成为备受世界瞩目的焦点。而被聚焦的背后是四大主场外交活动,即博鳌亚洲论坛年会、上海合作组织峰会、中非合作论坛和中国国际进口博览会。

从上述活动中不难看出,会展业将成为促进服务贸易发展、培育

现代服务新业态的重要平台。尤其是,国家主场外交在承接国家战略的同时,对于城市服务改革发展也起到重要的促进作用。

今年年初,李克强总理在《政府工作报告》中总结到:五年来,经济结构出现重大变革。消费贡献率由54.9%提高到58.8%,服务业比重从45.3%上升到51.6%,成为经济增长主动力。笔者认真研读后发现,在该报告中至少有6次提到现代服务业、会展。这值得每一座会展城市及每一个会展人深入思考,会展业与城市服务业究竟有何辩证关系。

仅从行业对接来看,在《国民经济行业分类》国家标准中,会展业归属租赁和商务服务业。国家统计局对现代服务业的统计范围包括信息传输和软件服务业、租赁和商务服务业、文化影视服务业及养老健康产业等九大行业。2016年营收增速及部分现代服务业,会展业也在其列。由此可见,会展业

属于现代服务业毋庸置疑。会展业是连接各行业的平台,这种行业广泛性,其本质功能便是促进产业发展与升级,而具有的跨界融合基因,也促发了会展业的新业态、新生态及新模式。

但从实际发展来看,会展业是最直接反映城市综合实力与城市治理水平的行业。众所周知,会展业起步发展需要产业+服务业并重,上游(产业会展)成长需要以优势产业为基础;中下游则以场馆设施、市政基础设施、旅游、住宿、交通、物流、金融等服务业为前提;上下游各环节顺畅运行则需要以城市统筹协调为保障。在理清服务业与会展业关系后,就可知服务业比重上升:一方面,会展业有其不可或缺贡献。从统计数据看,根据中国贸促会发布的《2017中国展览经济发展报告》,2017年展览经济直接产值预计超过6000亿元人民币,对经济拉动作用明显。需要注意的是,会议业经济产值尚未

有准确统计,粗略估算,会议业与展览业经济产值之和超过万亿元不在话下。从会展业发展来看,越来越多的城市加大会展业培育力度,会展硬件设施先行倒逼城市服务业软实力提升。另一方面,服务业比重的提升,必将为会展业提供更好的发展环境,助推会展业稳健发展。

过去五年,中国特色大国外交全面推进。首届一带一路国际合作高峰论坛、亚太经济合作组织领导人非正式会议、二十国集团领导人杭州峰会、金砖国家领导人厦门会晤等重大主场外交的成功举办,不仅诠释了中国特色、中国气派、中国风格的外交理念,体现了贡献中国智慧、提供中国方案、传递中国信心的外交要求,更成为中国服务对外展示的窗口。

俗话说,治大国若烹小鲜,大国风范的体现最终要落实到具体的服务之中,也就是常说的细节决定一切。在多场国际峰会的举办

过程中,我们不但按照国际通用的服务标准,更是将通用标准进行创新,创造了独具特色的中国服务,且赢得了世界的赞誉。同时,近年来,会展业也出现一种现象,国际峰会越来越青睐二三线城市,借此全面体现中国发展成就和面貌,体现不同城市多样性的文化精髓和综合实力。

不可否认,各城市都高度重视峰会现象和峰会经济,尤其是杭州和厦门两地正在借力国际峰会重塑城市品牌形象,提升城市软实力,加速成为国际会展目的地城市。

所谓“赢者通吃”。有理由相信,作为市场容量和规模都全球领先的中国会展业,必将成为中国服务标准走向国际标准的重要平台,推进我国服务标准成为国际标准的或事实上的国际标准,积极把握全球市场竞争主动权。

(作者系全国会展业标准化技术委员会副主任委员)

(刘涵)