

●会展关注

中国—东盟博览会15年

构建创新共同体 推进一带一路建设升级

7月17日,国务院新闻办公室召开中国—东盟建立战略伙伴关系15周年暨第15届中国—东盟博览会(简称东博会)、中国—东盟商务与投资峰会新闻发布会宣布,本届东博会、中国—东盟商务与投资峰会将于9月12日起在广西南宁举行。国新办已连续15年就中国—东盟博览会和商务与投资峰会举行新闻发布会。

据悉,东博会新闻发布会当天,第15届中国—东盟博览会、中国—东盟商务与投资峰会中方组委会会议也在京召开。会议提出,要提高政治站位、周密安排,共同办好各项活动,积极推动东博会和中国—东盟商务与投资峰会升级发展,更好服务和参与“一带一路”建设。

商务部部长、东博会组委会主任钟山,中国贸促会会长、峰会组委会主任姜增伟,广西壮族自治区党委书记鹿心社,广西壮族自治区党委副书记、自治区主席、东博会组委会副主任陈武出席会议并讲话。

商务部副部长高燕在新闻发布会上称,本届东博会将推动中国与东盟经贸合作取得新成果,战略伙伴关系迈上新台阶。中国贸促会副会长陈洲、广西壮族自治区党委常委、秘书长黄伟京就中国—东盟建立战略伙伴关系15周年暨第15届中国—东盟博览会、中国—东盟商务与投资峰会介绍相关情况。

推进一带一路建设与合作

高燕表示,中方将以中国—东盟建立战略合作关系15周年和即将举办的第15届东博会为契机,深化与东盟各国的经贸合作。

“中方不追求贸易顺差,愿从东盟国家进口更多商品。”

今后中国愿与东盟共同推进“一带一路”建设合作,将“一带一路”倡议与东盟共同体建设以及东盟各国发展规划密切对接,进一步分享中国—东盟自贸区建设和升级合作带来的红利。

东盟被中国视为“一带一路”国际合作的优先方向。此前,中方已与新加坡、缅甸、马来西亚等东盟国家签署政府间合作谅解备忘录,与老挝、柬埔寨政府签署政府间双边合作规划。

中方还表示,愿与东盟深化产能投资合作。高燕表示,中国拥有大量优势产能和性价比高的装备,愿与东盟推动一批国际产能合作重大项目落地。

同期,双方还将举办第15届中国—东盟商务与投资峰会,包括主题国领导人与中国企业CEO圆桌对话会、中国—东盟商界领袖论坛、首届“一带一路”新经济发展论坛、中国—东盟跨境电商电子商务发展论坛等。

提升原有品牌创新活动模式

陈洲表示,中国—东盟商务与投资峰会由商务部、中国贸促会和广西壮族自治区政府于2004年共同发起举办,经过持续培育和不断打造,已经成为中国与东盟开展政企对话、深化经贸合作、推动区域经济融合的重要平台。

陈洲强调,第15届中国—东盟商务与投资峰会以“共建21世纪海上丝绸之路,构建中国—东盟创新共同体”为主题,反映了双方商界

希望抓住新一轮科技和产业革命带来的机遇,在创新领域加强合作的愿望。

陈洲表示,除了与东博会合并举办开幕大会和成果展,中国—东盟商务与投资峰会还将在巩固擦亮、优化提升原有品牌活动的同时,创新活动模式,丰富活动内容。如举办主题国领导人与中国企业CEO圆桌对话会、中国—东盟商界领袖论坛、中国—东盟跨境电商电子商务发展论坛、中国—东盟商事法律合作研讨会、《对话——15年峰会铸辉煌》访谈节目、峰会15周年杰出贡献人物颁奖仪式以及围绕“一带一路”主题的首届“一带一路”新经济发展论坛和首届“一带一路”青年领袖论坛。

据介绍,期间还将发布《中国—东盟工商界推动服务“一带一路”南宁宣言》、《贸易便利化对中国—东盟跨境电商发展的影响和促进作用

专题研究报告》等文件。

力推创新与合作

黄伟京介绍说,东博会举办15年来,在推动中国—东盟战略伙伴关系深入发展中发挥了重要作用:一是凝聚合作共识,促进战略合作。前14届东博会共有67位中外领导人、2900多位部长级贵宾出席,双方通过系列高层友好交流活动,增进战略互信,携手构建更为紧密的中国—东盟命运共同体。二是推动贸易投资便利化,服务中国—东盟自由贸易区建设。前14届东博会共有66万多名客商参展参会,达成一大批重大项目,形成了“一主多专、巡展并行”办展格局。三是推动多领域合作,带动全方位深度交流。东博会框架下共举办了200多个会议论坛,涵盖40多个领域,建立起多领域合作机制,带动了中国—东盟信息港等一

批重大项目落地。

据介绍,本届东博会将突出“一带一路”和创新合作。此外,将举办15周年纪念活动。包括中国和东盟国家领导人共植友谊树、15周年经贸成果展、纪念15周年中国—东盟企业家峰会以及15周年系列宣传活动等。

本届东博会参展的产品突出信息化、智能化、绿色节能化,以科技创新升级带动更全面经贸合作。东盟国家参展的知名品牌商品比往届更多,有8个东盟国家包馆,“一带一路”国际展区的参展国家展品更为丰富。为南向通道沿线省市区展示相关政策措施、产业优势、基础设施建设、进出口贸易、物流通关、金融服务、招商引资、对外投资等内容搭建平台,提供综合服务,促进政策沟通、产业对接和项目落地、举办南向通道专题推介会等。

(本报综合报道)



●会展传真

北京怀柔区上半年会展收入占比扩大

本报讯 1月至6月,北京怀柔区33家纳统会展企业实现会展产业综合收入4.35亿元,同比增长9.8%;会展直接收入2.23亿元,同比增长18.7%。接待会议数量、规模逐步扩大,共接待会议3483个,同比增长9.9%,累计接待会议人次37.8万,同比增长11.3%。其中,500人以上会议35个,同比增长40%。会展收入占比进一步扩大。

据悉,怀柔区半数以上纳统单位会展直接收入同比呈增长态势,会展直接收入占综合收入的51.4%,较去年同期增长3.9个百分点。区内重点企业引领作用明显,北京日出东方凯斯基酒店、雁栖岛、宽沟会议中心等5家单位上半年会展直接收入合计1.12亿元,占怀柔区会展收入的50%以上,有效带动周边酒店业共同发展。

(何进)

湖南郴州今年会展交易额可超过60亿元

本报讯 日前,记者从湖南郴州市政府了解到,根据《郴州市2018年会展业发展工作计划》,郴州市今年计划举行会展活动65场以上,全年总展览面积65万平方米以上,交易额力争达60亿元以上。下半年,郴州国际会展中心将举办多场精品展会。

据介绍,郴州市在精心培育和发挥现有的品牌展会基础上,规范整合了全市会展资源,将“小、散、弱”的展会项目有效整合,做到同时间、同地点举办,增强展会相互之间的融合,发挥展会叠加效应,提高展会的质量和效益。

据了解,今年,郴州市在办展会时注重把走出去与引进来相结合,深化国际合作,新引进了节能减排和新能源产业博览会等知名品牌展会。下半年,郴州国际会展中心将迎来新一轮会展高峰。据介绍,8月份将举办秋季婚博会、秋季家具建材博览会、秋季儿童博览会、秋季服装展。9月份将举办2018年湖南(郴州)国际五金工具博览会、秋季车展。

(张建越)

内蒙古阿尔山市大力发展会展经济

本报讯 近日,内蒙古兴安盟盟委书记张恩惠到阿尔山市调研阿尔山国际文化交流中心项目建设进展情况时强调,要加强生态环境保护建设,大力发展会展经济,推动旅游业提档升级。他说,良好的生态环境是阿尔山最大的潜力、优势和品牌,发展会展经济是推动阿尔山高质量发展的一项重大举措。

张恩惠强调,项目建设方一定要精心组织施工,统筹做好施工进度管理、施工安全、生态保护各项工作,确保阿尔山国际文化交流中心项目如期保质保量完工。阿尔山市委、市政府要加大项目建设过程中生态保护、安全生产监管力度,建立快捷顺畅的沟通协调机制,及时解决施工过程中遇到的困难和问题,提高办事效率和服务效能,为项目建设创造良好条件。

(胡新玲)



第十五届中国(长春)国际汽车博览会日前在长春举办,主题为“智能网联,引领汽车新生活”,由中国汽车工业协会、中国汽车工程学会、中国汽车流通协会、长春市贸促会主办。据介绍,参展品牌有150个,展车达1380多辆,新能源汽车共计148辆。历经20年的培育,长春汽博会已成为展览规模大、企业参与度高、观众人数多的知名车展。(常贸易)

国家会展中心(上海)周边配套工程有序推进

本报 首届中国国际进口博览会将在国家会展中心(上海)举行。目前,场馆改造和周边道路、桥梁、空中步廊、停车场等交通配套设施新建和改建工程正在有条不紊地推进中。国家会展中心(上海)位于上海虹桥商务区,商务区管委会开发建设处副处长永亮说,周边配套工程建设着眼于365天。

连接上海虹桥商务区核心区与国家会展中心(上海)的二层步廊延伸工程是受到广泛关注的配套建设项目。这一项目建成后,行人从国家会展中心(上海)通过步廊可安全地走到虹桥商务区核心区和虹桥交通枢纽,极大提升了步行的便利度。该项目已经完成了主体结构桥梁贯通,预计于9月30日完成整个工程。

步廊的建设方上海市政工程设计研究总院项目经理张彬介绍

说,步廊跨越了铁路、河流、高架,面临的环境复杂,能施工的空间较为有限,施工难度较大。“我们除了对场地布置采用了标准化的规范,还利用了最新的建筑预制拼装技术,步廊的桥梁是像‘搭积木’一样搭起来的,对周围的环境影响减少到最低,相较传统的建设方式,节省了15天到20天。”

上海虹桥商务区中轴线绿化项目是首届中国国际进口博览会配套景观建设项目之一。项目代建方上海市建设工程管理有限公司项目经理章亮说,到11月举办之时,中轴线上的银杏、乌桕树都会泛黄,和水景一起构成一道美丽的城市风景线。这一项目的主体工程已经在6月底完成。

与此同时,国家会展中心(上海)周边还在实施架空线入地整治项目,将对23条道路、43.5公里沿线所有的电力、信息架空线进行撤

线、拔杆、入地,根据相关部门的要求,这一工程将在9月30日前全部完成。

国家会展中心(上海)周边灯光工程也已启动实施,主题为“七彩聚虹,梦想筑桥”,以简洁、大气、典雅、亮丽为总基调,将全力为首届中国国际进口博览会打造一个别具风格、特色鲜明的梦幻般的灯光世界。其中,上海虹桥商务区核心区的夜景灯光在改造升级中,由8座过街天桥联结而成的“空中走廊”,全长约905米,将通过在长廊通道两侧安装景观灯,成为闪现在夜色中的一道彩虹。

此外,为配合首届中国国际进口博览会停车需求,能容纳2850辆小型汽车的临时停车场项目也将于8月底完工。建成的正式停车场有望增加预约、导航、引导等智慧交通功能。

(杨坤致)

中俄博览会期间 重庆签署13项合作协议

本报 在落幕不久的第五届中国—俄罗斯博览会(以下简称中俄博览会)上,中方主宾市重庆与俄方签署了13项合作协议,签约金额约18.4亿元。中俄博览会期间还举办了首届中俄地方合作论坛、重庆市与斯维尔德洛夫斯克州经贸合作论坛等系列活动。在首届中俄地方合作论坛上,重庆市聚焦“深化地方交流合作、共享区域发展机遇”主题,介绍了重庆经济发展成就、重庆与俄罗斯州市合作交流情况,倡议双方继续拓展物流通道、推动商贸合作、加强产业对接、促进人文交流。

据悉,中俄博览会是中俄两国间层级最高、规模最大的综合性展会。本届中俄博览会,中方和俄方各设一个主宾省(市),俄方主宾州为斯维尔德洛夫斯克州。重庆市南岸区、巴南区、长寿区、合川区、綦江区、垫江县等区县和零壹空间、力帆集团、渝新欧(重庆)物流、京东方、云丛科技等18家企业参展。重庆市通过视频、实物、现场讲解等多种方式,既凸显了大数据、人工智能等战略性新兴产业集群,又展示了“山水之城、美丽之地”的自然风景;既反映了两江新区、中国(重庆)自由贸易试验区等开发开放平台的比较优势,又推介了新能源汽车、生物医药等重点领域的合作机遇。

在重庆市与斯维尔德洛夫斯克州经贸合作论坛系列活动上,重庆主要推介了在拓展开放通道、完善开放口岸、构建开放平台、壮大开放主体、优化开放环境等开放发展方面的探索与实践,并向参会嘉宾发出了参加中国国际智能产业博览会的邀请。

据了解,13个签约项目包括2个政府签约项目和11个企业签约项目,涉及领域包括深化现代物流发展合作、推动工农产品贸易合作、推动木材贸易和森林资源开发合作、加强会展业发展合作、加强开放平台合作等,行业涵盖物流、农业、食品、金融、汽车、摩托车、农机、燃气新能源、工业贸易、齿轮建材、医疗器械、服装服饰、木材加工等,极为丰富。

“签约方既有力帆汽车、长安汽车等一批已经在俄罗斯投资建厂、希望继续扩大投资的企业,也有一些能为双方合作保驾护航、提供支持的企业和机构。另外,重庆市与斯维尔德洛夫斯克州承诺共同推动投资贸易、互联互通、自贸试验区交流、人员互访等领域的全面合作。”重庆市商务委员会主任张智奎称,以此次经贸合作论坛为起点,重庆市与斯维尔德洛夫斯克州的友谊、合作必将进一步深化,定能取得新成果,实现新跨越。(杨艺)

多地啤酒节比拼城市文化和营销

■ 本报记者 谢雷鸣

第28届青岛国际啤酒节即将在青岛西海岸新区举办,持续至8月26日。与往届相比,本届啤酒节的举办时间延长至38天,引入了上合组织国家系列品牌啤酒。与此同时,大连启动第19届中国国际啤酒节博览会筹备工作,力求打造一场激情四射的啤酒盛会。

随着酷暑的降临,越来越多的城市举办或筹办啤酒节,给躁动难熬的盛夏带来一抹清凉。约上几位好友,品饮各地的啤酒,开怀畅饮之余,人们不禁要问,啤酒节能带来什么?哪类城市举办啤酒节最为适宜?许多城市筹办啤酒节,应注意哪些事项以便取得最佳效果?

节庆搭台、经贸唱戏

“啤酒节对聚集人气、活跃区域

经济作用明显,正所谓‘节庆搭台、经贸唱戏’。”北京外国语大学文化产业研究中心研究员刘思敏接受《中国贸易报》记者采访时表示,啤酒节作为一种旅游节庆活动,对餐饮业、旅游业、住宿业带来促进作用,可活跃城市经济、促进商贸流通以及提升人们生活品质。

刘思敏认为,啤酒节之所以会被用来“造节”,与自身特点有很大关联。“啤酒价格低廉,参与度又非常高,特别是夏天,冰镇啤酒对很多人来说是一种享受。啤酒这种舶来品在国内十分流行,与白酒分庭抗礼,无论是酒吧还是赛场,都能看到它的影子。”

门槛不高是啤酒节的一大特征。啤酒的成本不高,比较炎热的城市更适宜举办。近年来,许多地方兴起了举办啤酒节的热潮。比如,湖南

永州举办了永州啤酒节“789狂欢季”,第四届黄果树国际啤酒节将于7月27日在黄果树旅游区举办,新疆塔城也将在下月举办赛石园林·2018新疆塔城乌苏啤酒节。

打“文化牌”,走营销路

刘思敏表示,尽管谁都可以尝试,但要搞好啤酒节并不容易,国内还缺乏相应品牌,知名的啤酒节寥寥无几。办好啤酒节既要同城市特色文化结合,又要注重营销手段。

“比如青岛啤酒节就跟当地特色文化结合较好,又有青岛啤酒厂参与,因此比较成功,已经成为青岛一张重要名片,设有啤酒节的永久会址。”刘思敏说,青岛啤酒节与青岛的建城史、啤酒在中国的历史、旅游城市的特点以及市民习性结合得

比较完美,规模比较大,且延续多年,具备品牌价值,是目前国内知名度最高的啤酒节之一。

刘思敏认为,啤酒节有大有小,举办方的实力也不一样,在营销方面的差异导致影响力的不同,节庆活动的谋划布局要立足长远。

记者了解到,近日,在第27届燕京国际啤酒文化节大型活动期间,北京市旅游委组织的座谈会也提出,主办方长远的战略眼光和包容的精神格局是塑造节庆品牌的点睛之笔。

另外,有一些啤酒节注重展现多姿多彩的啤酒文化。第19届中国国际啤酒节博览会作为大连市购物节的主要内容和大连夏日旅游度假的主要活动,特邀德国、荷兰、西班牙等国的啤酒品牌参展,场地全

部搭建展示大篷或啤酒花园,配套设置特色小吃活动。

刘思敏表示,这类活动应当打好“文化牌”,尽可能多地展现啤酒文化,只有汇聚国际各类啤酒,才能使观众的体验具备价值。另外,对于青岛这样具有良好基础的城市,既可以举办荟萃型的啤酒节,也可以以青岛啤酒,而其他城市应更多地考虑以啤酒嘉年华的方式来体现啤酒文化。

他还强调,国内啤酒节主办方要借鉴国外先进做法,不应也不必设置园区、景区性质的啤酒节,啤酒节应该渗透到城市生活的方方面面。“比如大名鼎鼎的慕尼黑啤酒节就没有主会场和固定会址,慕尼黑即是啤酒之城,节日氛围浓烈,这种方式更奏效。”刘思敏说。