

●会展关注

广交会绿色发展奉献“中国智慧”

■ 毛雯

9月12日,由中国对外贸易中心主办的2019年会展业可持续发展座谈会,在广交会展馆举办,主题为“会展业可持续发展:方向与路径”。座谈会围绕广交会绿色发展经验和成效、绿色发展破解方式等问题,进行了多维度分析和深入解读。期间还发布了《广交会绿色发展计划综合效果评估报告》。

我国已成为会展大国。在国内加快经济转型升级实现可持续发展的背景下,被誉为“中国第一展”的中国进出口商品交易会(即广交会),正在积极推动会展业高质量发展,为全球会展业奉献“中国智慧”。

践行可持续发展理念

“中国会展业积极贯彻绿色发展战略,但由于会展业标准化建设起步相对较晚,推广不足,规范指引相对滞后,行业发展仍存在诸多问题,如展览项目低端重复、无序竞争;场馆建设规划、定位不科学,供需失衡;会展服务专业水平不高,良

莠不齐,特别是‘垃圾围城’的现象日益严重,特装材料使用过度,现场作业污染重,安全风险高等突出问题难以解决。”中国对外贸易中心副主任任庄洪说,绿色发展成为广交会响应国家战略和转型升级的重大选择。

据介绍,广交会和中国对外贸易中心践行绿色可持续发展理念,2014年实施《广交会绿色发展计划》,开创业内先河,2016年如期实现绿色展位普及率100%的核心目标。2017年以来,扎实推进《广交会绿色发展2.0计划》,持续提升广交会绿色发展质量。

为进一步发挥示范和带头作用,中国对外贸易中心积极申报国家标准,着眼于全产业链,规范引导行业的可持续发展。今年7月,《绿色展台评价指南》获得国家标准化管理委员会正式立项。

构建绿色展览国际化标准

庄洪强调,在经济全球化的背景下,标准竞争已成为更高层次

的竞争形式,标准决定质量,中国对外贸易中心下一步将配合全国会展业标准化技术委员会的战略规划,积极推进绿色展览项目的国际化标准工作。

为加快绿色发展成果转化,中国对外贸易中心下属中国对外贸易广州展览总公司将于明年8月主办广州(国际)空间展示及会展产业展览会,提供会展展示整体解决方案,满足观众对美观、设计、安全、成本、环保等方面不同需求,推动行业发展。

中国对外贸易中心综合管理部总经理徐健生在主题演讲中,从出台背景、主要内容、成功经验等方面,分享了实施广交会绿色发展计划的经验和体会。据透露,绿色发展计

划实施成效显著,广交会树立绿色展会标杆,引领行业可持续发展。

据介绍,广交会展馆获得美国绿色建筑LEED认证,是国内首个获此认证的展馆类建筑。为赢得更高层次的竞争优势,中国对外贸易中心总结实践经验,申报编制《绿色展台评价指南》和《展览场馆安全管理基本要求》国家标准,参与国际绿色标准制定,探索建立科学合理的绿色展会指标体系,为规范行业发展提供可供遵循的范本。

为全球会展业奉献“中国智慧”

中山大学旅游学院副院长罗秋菊表示,广交会首开绿色发展先河,在中国对外贸易中心的统筹规划和各方的贯彻执行下,取得了明显成

效,以前瞻性和首创性树立了行业标杆。主要表现是展览固体废物大幅减少,展馆空气质量明显改善,特装搭建成本明显下降,安全风险明显降低,撤换效率极大提升,绿色发展理念深入人心。

罗秋菊认为,未来广交会绿色发展须坚持环境效益、经济效益、社会效益三底线原则和全产业链管控,做好精细管理、流程管理、结构优化、示范效应等工作,为会展业可持续发展指明可供借鉴的路径。

广东省标准化研究院院长、党委书记张定康表示,今后会展业要加强基础研究和标准化体系建设,在国际标准舞台上发出更多“中国声音”,特别是在粤港澳大湾区平台上加强合作。



2019年网络安全博览会日前在天津梅江会展中心举办,百余家网络安全和互联网企业参展,持续至20日。(张道正)

地标美食助力扶贫 第二届中国美食节将在南昌举办

本报讯(记者 兰馨)日前,记者从中国饭店协会获悉,以“好食材、大美食、新生活”为主题的第二届中国美食节将于11月1日至3日在江西南昌绿地国际博览中心举办,同期举办第二届赣菜美食文化节。

据了解,本次活动由中国饭店协会、江西省商务厅、南昌市政府联合主办,包含论发展、惠民生、金鼎奖等六大板块,旨在通过美食节促消费活动带动美食全产业链的品质化发展,促进消费升级。

本届美食节有五大亮点。为献礼新中国成立70周年,专设红色旅游美食展区,将邀请瑞金、延安、遵义等地的行业协会代表和品牌饭店

餐饮企业呈现红色主题名菜、名点、小吃、名宴,推动革命老区美食产品和优质食材“出村进城上餐桌”进程。美食节期间还将举办首届国际米粉美食节。

据介绍,由于餐饮业所需食材多数为初级农副加工品,能从源头助力贫困地区脱贫,与此同时,餐饮业还能吸引大量就业。此次美食节上有来自贫困地区的特色食材、食品 and 美食产品,还将设贫困地区特色食材展和采购订货会。国家级贫困地区,尤其是深度贫困的“三区三州”集中推荐的特色食材、食品可免费参展。

美食节期间还将举办以“品质美食、地标先行”为主题的美食品质

大会,邀请全国餐饮知名品牌企业、餐饮美食街、餐饮便利店、餐饮夜经济、餐饮节令食品等企业,深度探研2019餐饮美食升级、2020餐饮业发展趋势等,将发布《2019中国新餐饮调研报告》《2019中国餐饮好案例Top100》等六大行业报告和榜单,向行业推广品质发展的新模式、新做法、新产品。此次美食节规模超过3万平方米,有5000多名专业采购商、超过2万名专业观众到场洽谈。

就整个餐饮行业而言,美食外延逐步扩大,“大美食”成发展趋势,餐饮企业发力食品加工业务的趋势日益明显。此次美食节也将传递这一行业新动向。

“新疆是个好地方”



特色林果推介及商贸洽谈等。一系列精彩纷呈的活动围绕主题次第展开,将“新疆日”填充得满满当当。

在“新疆日”开幕式上,观众可以看到极具特色的新疆文艺演出,在美食品鉴会上,观众更可以大快朵颐,充分感受新疆美食的魅力。

“新疆日”期间还将举行特色林果推介暨企业对接洽谈会和新疆文化旅游专题推介会,就新疆特色林果产业政策及项目、新疆文化旅游资源、旅游文创产品等方面进行专场推介。

“新疆日”给了各地州市展示自我的平台。9月17日至18日,将依次举行伊犁哈萨克自治州、乌鲁木齐、和田地区专场推介。

此前,阿克苏地区、昌吉回族自治州、吐鲁番市等地州市已经在北京世园会上进行了专场推介活动,取得了良好效果。

新疆园结合北京世园会主题与新疆特色,将新疆独特自然、丰富人文资源以及特色的产业相结合,打造独具特色新疆展园景观。展园结合“一带一路”,在着重体现新疆特色的同时,展现新疆与时俱进、发展、现代的风貌。

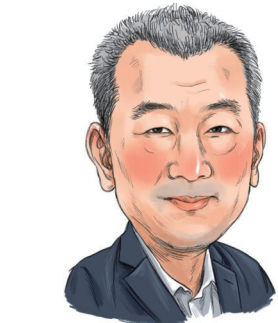
(宗贺)

“我们新疆好地方,天山南北好牧场。”9月16日,北京世园会迎来为期3天的“新疆日”主题活动。在新疆展区、劝业剧场等多个地点,欢腾的歌舞和飘香的瓜果引来众多游客驻足。形式多样、内容丰富的“新疆日”活动,是新疆向中华人民共和国70岁生日献上的一份礼物。

“新疆日”活动主题为“新疆是个好地方”,主要内容是开展新疆生态产品推介、旅游宣传推介、

车展的成都场景和“V”体验

■ 李益



●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

在去成都中国西部博览城的路上,笔者一直在问“智汇蓉城,乐驾V来”中“V”的含义。这是第二十二届成都国际汽车展览会(简称成都车展)的主题。德、美、法、日、韩系以及合资、自主等130多个汽车品牌齐聚本次车展,展出1600多种车辆,赶场“金九银十”。

“V”代表车市“未来”吗?根据统计数据,今年1-7月汽车销量同比下滑11.4%,预计8月的数据仍不乐观。除一般性数据下降外,还有三个方面特别值得关注:一是汽车企业的利润在下降、库存存在增加;二是从整个汽车产业链来看,有的经销商已经出现严重资金问题;三是新能源汽车的增长面临较大挑战。可以看出,下降、压力、严冬、寒流,正成为汽车行业的关键词。

笔者认为,任何一个行业在迎接“严冬”时,最好的“防寒服”就是专注——专注产品、技术创新和核心领域,聚焦和做强自己的核心业务。

中国汽车产业目前所经历的调整,可能不仅是个拐点,更是一个新起点,在新一轮科技革命和产业变革的推动下,历经100多年的汽车产业正在焕发新生机、扩展新内涵、创造新技术、构建新生态、建立新格局。电动化、智能化正在并将进一步深刻改变传统的产品形态和技术架构、制造过程和服务方式、产业链和价值链、消费和使用模式。

会展业应该适配这样的发展新阶段,专注于行业的专注,构建汽车品牌传播和产品营销的拐点和起点。

有分析显示,去年以来,国内汽车市场进入下滑通道,但是中高端豪华车销量却逆市上升,且增速较快。相关数据显示,今年上半年,豪华汽车在华整体销量同比增长7.2%。因此,成都车展上豪华品牌“大咖”尤为积极、显眼,宝马以超3000平方米的展位位列本届车展展位榜首;奔驰、奥迪展位也近3000平方米;雷克萨斯、沃尔沃、凯迪拉克等品牌带来多款车型和创新技术;除了玛莎拉蒂、保时捷、迈凯伦、兰博基尼、阿斯顿·马丁、宾利、劳斯莱斯外,还有英国品牌Lotus(莲花)和美国的Karma首次亮相成都车展。

与豪华车的成都“图谋”相比,车展重磅活动之一的2019中国汽车先锋(成都)论坛则是跨界政府、行业组织、企业、学界以及跨界时尚达人、设计大家等领袖、精英们的思

想碰撞和激荡:从宏观和微观层面分别深度剖析经济大势和产业发展痛点,聚焦于“新科技、新消费、新潮流”,探索新动能和新方向。论坛的话题颇有意思:“黑科技”加持,能否给汽车品牌升级带来“黑动能”?新的市场环境下,新零售能否有新作为?要实现商业化落地,智能驾驶该如何更进一步?面对日益时尚与年轻的消费大潮,汽车“颜值”如何赋能产品力?

其实,这也是会展行业对于车展这一类别所应汲取和领悟的——汽车正在成为新科技和新时尚有机融合的跨界新品,如何踩准产业演进的节拍,抓住创新的脉搏,深刻领会不断变化的汽车消费内涵……创造跳出传统车展的新形态?!

有意思的是,“智汇蓉城,乐驾V来”的英文翻译“Road to Western China”——虽与中文并不对应,其指向却直指,成都车展无疑是各大汽车品牌开拓中国西部市场的战略前沿之地。

成都作为“一带一路”与长江经济带的战略交汇点,赫然位列新一线城市之首,GDP总量排名全国第八。据《新浪财经》,2019年,西南地区车市已经成为全国最大的汽车市场。公开数据显示,今年1-4月,西南地区万人平均购车量为42辆,而全国平均水平为48辆。中国车市去年出现负增长,但成都车市

销量依然居西部城市榜首。截至今年上半年,成都占据全国汽车市场份额的2.7%。

无论成都车展的最终数据是否再现“金九银十”,能否加持、助力车企在今年最后冲刺阶段实现反弹上升,都为车展类会展活动的商业价值与社交价值创造、会展活动的品牌打造和营销等方面提供了一个“样本”。

成都车展不是国内规模最大的车展。尽管一些知名品牌在成都推出了全新或升级版的车型,但燃油车并不足以撑起全场。相比之下,新能源汽车主题成为最大亮点,单辟的新能源专区集中了蔚来、小鹏、爱驰、塞力斯等“新贵”,威马、前途等品牌惊艳亮相——“造车新势力”集体“对垒”传统车企及其新能源系列和独立新能源汽车品牌。奔驰、奥迪、大众等9家合资车企展示了14款纯电动车型,德、法、美、日、韩系车企共同亮出了进军“纯电”市场的“拳头”。

“会+展+节(庆)”已经成为广泛的趋势,主题和内容亦是成败的关键要点。2019中国汽车先锋(成都)论坛特别聚焦当下汽车市场面临的深刻变革,“黑科技”促使汽车产业快速升级迭代,以及逐渐成为汽车消费主力的新生代对于汽车产品赋予的新内涵,使得时尚、“颜值”成为汽车产品不可或缺的元素和新标配,催生新的汽车消费方式。论

坛前沿、专业和智慧,方可启迪产业解析市场。成都国际车展·易车潮音节不仅是爆燃的狂欢,更是昭示“未来不仅仅与汽车有关,更与生活的品质有关”,“创造力驱动我们不断前行,无论在心中,还是在路上”。

在文化元素、服务升级、智慧会展三方面的“场景+体验”方面,静态展示向互动体验展示升级,显示出会展组织和形态创新的个性与品质:成都车展的汽车文化博物馆集互动性、趣味性、知识性于一体,参观者可在多媒体导览下,通过2019辆珍藏车模领略汽车文化。

展会现场引入AI服务机器人,集人脸识别、语音交互、自主导航于一体,具备智能咨询讲解、展位智能导航、远程监控等功能。

首次开设室外试乘、试驾专区,“赏车、玩车、试车”,既可感受兰博基尼、保时捷、劳斯莱斯、宾利等顶级豪车带来的尊贵典雅,也可乘坐“老爷车”置身于历史缠绵,感触经典。

“V”是一个时态。会展行业不能只是自己研究自己,会展业面对的细分行业变革和需求才是真正的研究重心。英文的be+V+ing,可以用来表达正在进行和将要发生的动作。从成都车展的场景中所体验到的是:提升ing。

Be improving!
(作者系北京逸格天骄国际展览有限公司副总经理)



●会展传真

第二届进博会 进入布展阶段

本报讯 近日,在2019对接进博会上海投资促进交流会上,中国国际进口博览会招商处副处长王浏毅介绍说,当前第二届进博会筹备工作的重心已经转向布展阶段,总体进展顺利。第二届进博会仍然以三部分(国家展、企业商业展和虹桥国际经济论坛)组成,国家展只展示不成交,企业商业展涵盖货物贸易和服务贸易。

国家展目前有60余个国家和地区确认参展,企业商业展的展览面积超过了原定的30万平方米,招展工作已经基本结束,所有参展企业均符合“境外企业”“境外产品”的标准。由于各国企业报名第二届进博会非常踊跃,目前“一展(位)难求”。

上海市商务委员会副主任杨朝透露,预计有3000余家境外企业参展第二届进博会,包括270余家世界500强和行业龙头企业,第二届进博会规模更大、质量更优、创新更强、品质更高、成效更好。

(何进)

济南绿地国际博览城 会展中心正式开工建设

本报讯 在济南新旧动能转换先行区以北,号称“全球规模最大、规模最大的会展中心”——绿地国际博览城会展中心已经正式开工,共分三期建设,总建筑面积达105万平方米,其中,净展览面积51万平方米,项目将被打造成为“世界一流、中国第一”的全球首座“会展+产业”融合发展的经济园区全球综合规模最大的会展中心。

据悉,中建八局二公司承建建筑面积56.8万平方米、净展览面积15万平方米的一期工程,设计灵感来源于“律动黄河”。

“项目建成后将承接很多国际重量级展会,考虑到展品中有可能会出现的各种‘大块头’,为确保地面承重能力,项目在地面基层中设置了一道230毫米刚性板,地面工序多达9道,可以做到1平方米承重12吨,可顺利安放像潍柴、中国重汽等厂商的各类重型机械器材。”项目负责人介绍说,在施工过程中,他们注重应用绿色施工、智慧施工及其他新技术。

(马佳烨)

苏沪共建 保税展示交易平台

本报讯 日前,由上海市贸促会、南京市商务局等联合主办的江苏国际商品博览会在南京举办,这是江苏省内首家落户市区的保税展示交易平台。

据悉,江苏国际商品博览会是落实长三角一体化协同发展的战略部署,放大进博会溢出效应,促进上海与江苏区域协同发展的重要平台,也是首届进博会以来,上海为承接进博会溢出效应,促展品变商品而创设的常年一站式交易服务平台模式首次走出去。它集保税、展示、交易、服务等功能为一体,为全球企业、商品、服务、技术顺利进入江苏市场提供全方位、多模式、多渠道的交易促进服务,也为政府机构、国企、行业协会、实体商贸企业、制造业企业、国际进出口企业、跨境电商等常年采购商品、技术、服务提供了一站式解决方案。

据介绍,首届进博会期间,相关部门就已签订合力在南京建立一站式进口交易服务平台的投资协议。相关负责人透露,这是首届进博会之后,“保税展示交易外借”模式在上海以外地区的首次尝试,江苏国际商品博览会由此成为江苏省内首家落户市区的保税展示交易平台。

(刘华前)