

创新会展·城市篇

编者按：一座持续创新的城市，总是善于将不同时期的元素整合并形成新的资源，赋能城市经济发展。20世纪20年代的杭州，因在国内率先举办博览会而闻名。当时的西湖博览会设立了八馆二所三陈列，八馆包括丝绸馆、工业馆、教育馆、艺术馆等。跨越九十多年，杭州制氧厂老厂区举办了2021年西博会、休博会、丝博会、电博会、美食节等，上演了一场工业文明与新经济跨界融合的时空对话，再次展示了杭州引领创新的思潮。百年或许很短，创新的路却很长。杭州是一座勇于尝试的城市，其会展业正在这场创新中发力。杭州为传统会展的老瓶装入新酒，打造新经济时代的新会展。

数智生活·休闲天堂

2021休博会 西博会：整合资源打造产业会展新样板



被誉为“人间天堂”的杭州，作为长三角地区的中心城市之一，已成为数字城市的代名词。在上述展会现场，不同年龄段的观众都被沉浸式场景吸引，寻找各自的兴趣点。一位“60后”“老杭州”表示，杭氧厂是新中国首套国产工业制氧机诞生地，因发展规模不断扩大，杭氧厂于2009年搬到临安区制造基地。杭氧厂已成为亚洲最大的空分设备设计和制造基地。

据了解，2009年，杭州市政府明确把杭氧厂的保护利用项目作为杭州尊重历史发展、承载城市记忆、推进城市有机更新的重要项目。该项目以原杭氧老厂区为核心，保护面积达4.373万平方米，成为杭州现存保护面积最大、集聚度最高的工业遗产。2011年，杭氧老厂房建筑群成为杭州市第六批历史保护建筑。

据有关方面负责人表示，项目保护不只是简单的修旧如旧，最重要的是要在躯壳中注入血液和灵魂。城市是一个不断有机更新的生命体，希望在保留老的印记的基础上，让一些新的细胞也能进入其中。近几年，通过空间重塑、功能再造，杭氧厂成为杭州工业遗产保护的典范项目和杭州城市有机更新的标杆。

促进会展业新发展格局

在有关方面看来，本届休博会、西博会依托强有力的会展文化赋能，令杭氧厂这一工业遗产重新焕发生机。

“此次，通过休博会、西博会的模式创新，赋能杭州城市产业升级。”杭州市国际会展博览集团有限公司（简称杭州会展集团）董事长、总经理李健在接受本报记者采访时

表示，本届休博会、西博会、丝博会等作为杭州会展集团成立后的首个以集团化身份运营的大展会项目，在作好传承与创新的同时，以会展带动新消费，再反哺赋能产业，提升消费能级，为杭州会展创新转型升级新模式揭开了新的篇章。

休博会、西博会作为杭州的会展“金名片”，是杭州城市“休闲”品性、产业会展一体化的代名词。据了解，作为杭州会展业主力军，杭州市商贸旅游集团下属的杭州会展集团，积极探索“产业会展”新模式，引领杭州会展业驶向国际化发展的新赛道。

根据杭州会展业“十四五”规划，“十四五”期间，杭州将以“数智杭州·宜居天堂”为导向，以市场化为主导，不断完善市场运行机制，持续壮大培育市场主体，积极促进会议、展览联动发展，壮大杭州特色会展产业集群。

规划提出，未来五年，持续优化会展产业空间格局。比如，以社会公共设施定位展览场馆，发挥场馆吸引知名展览会和展览主办公司的作用，新建、提升一批场馆会展园区，加快形成“双心驱动、多极联动、全域协同”的杭州会展业发展新格局。

在杭州市东新路旁的杭州制氧厂旧址，一场以“数智生活·休闲天堂”为主题的第五届世界休闲博览会（简称休博会）、第二十三届中国杭州西湖国际博览会（简称西博会）首次移师此处举办。

同期举办的还有丝鹿东方·2021中国国际丝绸博览会、电商中国·第八届中国（杭州）国际电子商务博览会、第二十二届中国（杭州）美食节/知味中国·第三届中国（杭州）国际美食博览会。

作为杭州工业遗存，改造后的杭氧厂已变身武林之星博览中心，可满足沉浸式场景的新会展需求，为杭州特性产业的融合提供更大的空间。

杭州市副市长胡伟表示，面对国内国际双循环相互促进的新发展格局，杭州将致力于培育丝博会、休博会等具有中国特色、杭州韵味的会展品牌，进一步推动丝绸产业持续、健康、快速发展，为高质量发展建设共同富裕示范区城市范例注入强大的文化力量。

打造产业会展新模式

根据最新的相关调研显示，未来，杭州将与西部城市成都、重庆一道迎来经济大爆发。



丝博会：聚焦产业 展现文化自信

丝绸已成为杭州一张独特的城市文化“名片”。本届丝鹿东方·2021中国国际丝绸博览会（简称丝博会），用现代视角解读丝绸文化和非遗文化，向世界生动诠释中华文明的宽广厚重。

“丝博会市场化运作，呈现全新景象，为企业合作拓展了更多可能。”杭州喜得宝集团有限公司（以下简称喜得宝）董事长赵之毅表示，丝博会通过市场化运作，加入文创元素，更有中国文化内涵。

记者在展会现场看到，喜得宝、万事利、凯喜雅等丝绸品牌展现传统非遗技艺，呈现“丝绸+科技”的全新概念设计，用丝绸诠释中华文明的独特魅力。

提升国际竞争优势

“此次展会将丝绸融入国潮文化，是难得的创新举措。”中国贸促会原副会长、国际展览局中国首席代表王锦珍表示，此次丝博会通过市场化运营，外延融合文创品牌，促进了文化与商贸的协同发展，将为其其他专业类展会带来很大启发。

记者在《玉楼春》展区看到，电视剧《延禧攻略》服饰、簪花设计师、非遗“绒花制作技艺”代表性传承人赵树宪展位前挤满了穿着汉服的年轻群体。她们对簪花设计和头饰文化有很浓的兴趣。

“丝博会不只传承非遗文化，增强文化自信，还将加快打造新时代

文化高地，引领丝绸产业高质量发展。”杭州休闲博览会有限公司国风事业部总经理、总经理助理贝楚楚作为“丝鹿东方·中国国际丝绸博览会”主理人，此次以汉服装扮亮相，在现场穿梭间引起大家注意。

杭州中国丝绸城也在丝博会现场打造了一场沉浸式丝绸文化体验。该展位负责人表示，观众不仅可以了解丝绸文化的前世今生，还能观看宋韵国风表演，亲自体验盘扣制作、扇面字画书写等传统技艺，在领略丝绸之美的同时，进一步感知丝绸的文化内涵。

王锦珍表示，此次丝博会加入文化元素，引发如此大的效应，不难看出丝绸产业具有极大发展潜力。未来应利用国内完整的产业体系，提升国际竞争新优势。

国潮文化热促产业创新

“汉服是一种生活品质。”宁波鹿泽苍生商贸有限公司掌柜裘天晟告诉记者，自己之所以从事汉服这项事业，是因为在市场上找不到合适的汉服，于是决定自己设计汉服，为其品牌取名为“道定”。

此次丝博会期间，道定官方微博被热搜。很多无法到现场的“道定粉”，通过官方微博发布的新款汉服和国潮时装周发布图片来获得视觉满足。

“期待更多的跨界合作。”裘天晟表示，尽管道定品牌在线上的销

售非常满意，但希望渗入更多文化元素，进行更多的外延扩展，让汉服得到更多得以展示的机会。据透露，道定汉服目前的消费群体不仅有年轻人，中老年人也对汉服给予更多的热爱，很多人选择以汉服装扮亮相重要场合。这表明，小众爱好走入大众视野，随着国风文化的回归，汉服正在迎来更大的市场。

裘天晟坦陈，希望汉服走出去，走上更大的国际舞台，让更多的国际群体了解汉服，体验中华文明的魅力。

业内人士表示，如今国潮已经迈入3.0时代，中国文化、中国科技全面崛起。作为国潮主力的年轻一代，越来越认可彰显传统文化的汉服，汉服市场或将迎来爆发期。

市场销售呈快速增长

“预计今年的销售将超出预期。”杭州广盾贸易公司商务总监薛灿灿表示，其公司品牌西子问在线上平台销售一直非常理想，此次参加丝博会，希望扩展更多的合作，而不局限于单纯的线上销售。

据了解，西子问的掌柜是一名“80后”海归，非常热爱民族传统文化。正是凭借这种热爱，这位掌柜一直致力于为孩子们设计汉服，并得到儿童市场认可和喜爱。

薛灿灿介绍，2019年西子问线上销售出现大幅增长，今年销售状况会更好，市场向好也激发了更多的创新。

上述业内人士表示，2019年是汉服圈关键的一年。相关数据显示，这一年，汉服销售规模达到45.2亿元，同比增长318.5%。2020年虽受疫情影响增速放缓，销售规模为63.6亿元，但市场依然具有较大空间。事实上，在2017—2018年，汉服圈已经有逐渐火热的迹象，到2019年，在流量和资本的加持下，汉服产业明显迎来了爆发。汉服破圈生长的背后是传统文化复兴浪潮奔涌而来，抓住了年轻人眼球的汉服正拥抱越来越宽广的发展空间。

据艾媒咨询的数据显示，2015—2020年，中国汉服市场规模由1.9亿元大幅上升到63.6亿元，预计2021年汉服爱好者数量规模预计达689.4万人，中国汉服销售规模将突破100亿元。

为聚焦业态多元化，本届丝博会期间还举办了“中国现代丝绸与时尚发展高峰论坛、数字经济下国风行业发展高峰论坛、IP时代国风跨界论坛”，邀请知名专家开设专题讲座，旨在打造非遗品牌文化，用数字经济、跨界融合等全新概念，赋能丝绸文化创新发展。

『产业协同，实现串联生态化』

“借助数字化的手段，加快展会模式创新，赋能城市产业升级。”杭州会展集团董事长、总经理李健日前在接受本报记者采访时，杭州会展集团根据杭州产业环境，通过展会这一入口，形成资源汇聚的产业平台，反过来赋能产业升级。

“本届丝博会以跨界融合、沉浸式模式举办，吸引了周边企业参展，符合‘Z世代’群体的需求。”李健介绍，本届丝博会联手欢娱影视共同打造近1000平方米的实景互动沉浸展区，将电视剧《玉楼春》的原版服化道搬到了展会现场，锦绣风华·华服live秀演、国风星势力模特比赛、少儿服饰秀相继登场，让传统服饰发出时尚光芒。

李健表示，新消费下如此融合，不仅提升了欢娱影视IP的影响，也令其在展会期间成为打卡地，引发“Z世代”群体对国风文化的关注，掀起国风文化热潮。尤其是传统服装、头饰等周边参展，让与会者通过体验，感受到传统文化的魅力。在这种景象的背后，支撑传统服装、服饰产业的快速增长。

李健认为，会展转型升级，不仅仅是展会举办形式的创新，而是站在产业体系建设的层面，考虑展会模式创新，其根源是服务产业升级，并在一定程度上促进产业实现协同。

鉴于这一层面的创新，需要会展主办方将会展活动与数字经济、新制造、新消费、文化创意、旅游休闲等产业紧密串联起来，以此策划专业会展活动模式，也就是说，通过展会的平台，促进产业间、行业间联动协同发展。

李健表示，未来，会展创新的竞争，不只是资源的竞争，也是运营产业生态链接、协同能力的竞争。

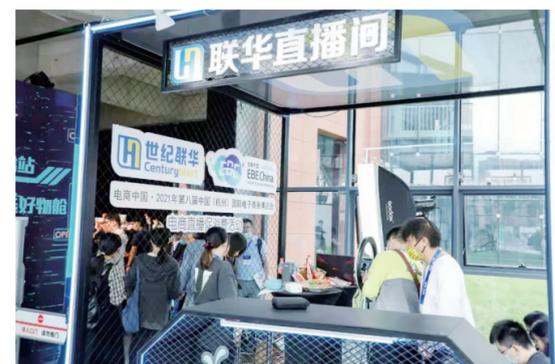
“从工业时代进入新经济时代，展会已从传统专业化模式转型新会展的跨界与融合。”李健认为，新会展的服务已经发生翻天覆地的变化，要求会展企业、展会主办方具备链接运营的能力。

在李健看来，数字化会展是基于新经济时代背景下，数字化成为会展创新的参照。智慧会展则是以“人”为服务标准，通过智能化的手段，实现更多可能的跨界链接。

“未来，会展企业将成为数字资产的运营商。”李健表示，新经济时代，会展的底层逻辑是实现资产运营。

电博会：

关注数字赋能，主张新消费



如果说，杭州的一面是古典清新，沉淀着中华文化之美，那么另一面就是灵动活力，洋溢着现代数字文明之美。

电商中国·2021年第八届中国（杭州）国际电子商务博览会，以“新机遇·新发展·新格局”为主题，遵循“看趋势、找服务、选产品”的基本原则，涵盖会议、展览、活动三大板块，主张把握“数字消费新征程”的时代契机，聚焦新零售、直播电商、跨境电商、农村电商，构建全产业链电商生态圈，赋能全新美好生活。

据了解，本届电博会采用“1+5+N”的整体构架，举办1场展览、5场论坛，同时配套N场小型对接会、宣讲会、沙龙等精准型、高端型活动，吸引了来自山西、辽宁、山东、湖北、四川等多地商务局代表、电子商务协会代表、进出口公司、商贸公司及智能家居公司负责人参展，意在从电博会上学杭州经验，促成合作交流。

来自湖北恩施的上善田园康养有限公司此次携带了多种罐头装的土特产前来参展。“杭州电商氛围浓厚，直播电商产业链比较成熟。”企业负责人罗永庆告诉记者，希望通过此次参展打开新的销售渠道，让更多湖北大山里的优质农产品“飞”到长三角地区。

本届电博会期间，北京大学国家发展研究院院长姚洋发表了以《中国经济做增长新周期和电商的机遇》为主题的主旨演讲。