

江西展会密集 这个冬天不觉冷

■ 本报记者 胡心媛



第19届中国国际检验医学暨输血仪器试剂博览会10月26日至28日在江西南昌举办。记者从展会主办方处了解到,展会规模达12万平方米,共有1430家企业参展,3位院士、300余位专家参加专业会议论坛。江西省商务厅相关负责人表示,此次展会的举办,标志着江西会展业全面复苏。

记者从江西省政府官网了解到,受新冠肺炎疫情影响,江西省会展业今年有效办展时间缩短,展会

数量和规模缩减。省会南昌是江西举办展会的主要城市,这里集中了全省展会的主力。面对当前形势,南昌以“聚焦全国展、主攻产业展、紧盯消费展”为抓手,大力发展会展经济,取得一定成效。

入冬前后档期密集 考验展馆承载能力

南昌绿地国际博览中心是南昌重要的会展场馆。记者从该中心官网了解到,11月和12月,该中心计

划举办的展会至少有16场。这些展会包括中国国际通信电子产业大会暨消费电子博览会、第81届中国教育装备展示会等。这两个月,该中心档期基本排满,多个展会将密集举办,展览面积达100万平方米。

记者注意到,在南昌绿地国际博览中心11月举办的多场规模以上的展会中,第81届中国教育装备展示会受疫情影响而延期。该展会由中国教育装备行业协会主办、江西省教育厅和南昌市政府承办,旨

在全面展示教育行业的新产品、新技术、新成果。该展会原定于4月举办,延期至本月。

在11月举办的其他展会中,2022中国华夏家博会(南昌)、第二届中国米粉节、2022中国(江西)国际氢能大会暨新能源产业博览会以及2022中国(南昌)国际大健康产业大会暨博览会四个展会将于11月25日至27日开展。

如此多的展会聚在一起举办,场馆是否有能力承载呢?记者调查发现,南昌绿地国际博览中心总面积达19.5万平方米,室内净展览面积达14万平方米,以上四场展会的展览总面积约10.5万平方米(华夏家博会1万平方米、中国米粉节2.5万平方米、国际氢能大会3万平方米、国际大健康产业大会4万平方米),由此可见,博览中心完全有能力承载这些展会。

会展有力拉动经济 扶持政策灵活快捷

会展业的发展离不开政策支持。记者了解到,为鼓励会展业发展,南昌市委办积极制定政策、争取资金。这几年,南昌市陆续出台《关于进一步促进会展产业健康发展实施意见》《南昌市委办会展发展专项资金使用管理办法》等,市财政每年安排不少于3000万元资金扶持会展经济发展。

展会是链接国内外经贸对接合作不可或缺的服务平台,展会密集举办,会展经济效应凸显。南昌市委办办主任胡星表示,举办一场展会不仅能带来项目的落地,提升参展企业、产品的知名度和影响力,而且能拉动餐饮、住宿、旅游、购物等服务业,对提升产业竞争力、优化产业结构产生带动作用。

在江西,省、市、区三级扶持政策体系已经形成。江西省商务厅每年投入近1000万元省级商务发展资金支持会展业。与此同时,在申办引进全国展方面,南昌结合展会特性与产业发展相匹配,采取“一事一议”的灵活政策,特别是在补贴资金兑现方面,程序简捷、高效,七成补贴资金在开展前一周就拨付到位,剩余三成在展会结束后兑现。

江西省商务厅相关负责人表示,在疫情防控常态化下,江西简化会展企业办展程序,主动协调公安、消防等职能部门,及时兑现会展扶持资金政策,帮助品牌展会主办方解决落地办展实施层面的困难。除了中国国际检验检疫学暨输血仪器试剂博览会、中国国际测绘地理信息技术装备展览会、全国教育装备展示会等一大批重大、重点会展项目保留延期在赣举办,当地还引进了中国(江西)国际氢能大会暨新能源产业博览会、中国(江西)国际宠物展等新媒体展会。

信息集结号

国际绿博会和大米节 11月10日开幕

本报讯(记者 谢雷鸣) 2022中国(黑龙江)国际绿色食品产业博览会和黑龙江大米节将于11月10日至14日举办。

记者了解到,国际绿博会和大米节的展区以龙江绿博会十年回顾展区为入口,采用环形布局方式,黑土优品居中,主宾国泰王国、主宾省安徽省、主题市哈尔滨市、创意设计展区环绕四周,寓意服务龙江。观展动线明确清晰,参展企业延动线单侧排放,展示位置清晰、突出。

据悉,龙江绿博会十年回顾展以黑龙环绕为主造型,从黑龙江地区特有的新艺术运动风格建筑元素及农业种植温室中提取灵感,打造代表龙江农业发展的十年回顾展厅。黑土优品展区以夸张的“萌芽”造型为背景,象征龙江农产品行业茁壮成长。主宾省安徽省展区的设计以“休闲”为主要切入点,打造由徽派建筑元素提炼而成的现代中式休闲庭院,与泰国展区形成鲜明对比,突出地方产品特色。

第7届世界石油天然气装备博览会落户海南

本报讯 由中国机电产品进出口商会、全国工商联石油业商会、海南省工业和信息化厅等机构联合主办的第7届世界石油天然气装备博览会(WOGE)将于11月8日至10日在海南国际会展中心举办。本次博览会分为“一展两会”,同期举办世界石油天然气大会和买家见面会。

本届博览会立足海南自贸港,辐射中亚、俄罗斯、中东欧市场,将邀请全国各地的企业参展,涵盖油气勘探、开采技术装备,石油与化工行业成套及配套技术设备,油气、化工管道、管道工程技术和设备,流体机械技术与设备(管道/泵/阀)等领域。

据悉,组委会正在全面开展专业观众的邀约工作,邀请全国各地的跨国石油公司、油气田业主单位、油服公司、炼油厂、大型化工厂、原油及成品油储备库等全产业链的企业参与。

组委会相关负责人表示,本届博览会之所以决定在海南举办,既是考虑到“一带一路”利好政策下海南的“窗口”功能,也是考虑到海口具备优美的生态环境、丰富的旅游资源,举办世界级会议的经验等因素。(王子遥)

上海国际艺术品交易月 改为交易周

本报讯 11月10日至11月14日,第四届上海国际艺术品交易周即将举办,包括5场线上线下艺博会、26场拍卖会、50场画廊展览及30项重点美术展览,参与交易主体150多家,参与展示和交易的艺术品货值近120亿元。

2019年,上海开始举办上海国际艺术品交易月,以三年探索基本确立全球艺场的“上海时间”。为将疫情风险降到最低,在有效时间段内集中全球优质资源、艺术活动、买家,今年起“交易月”调整为“交易周”,确保“全程精品突出、亮点纷呈、热度持续、风险最低”。(贺晋水)

中国图书亮相 沙特利雅得国际书展

本报讯 2022年沙特阿拉伯利雅得国际书展日前闭幕。书展以“文化的季节”为主题,共有32个国家和地区的1200多家出版社参加。中国图书成为此次展会的一大亮点。

据悉,中国展品包括五洲传播出版社、外文出版社、外语教学与研究出版社、北京语言大学出版社等十余家出版机构的图书,全面展现中国人民为实现中国梦而努力奋斗的成果。(黄敬惟)

瓷博会搬入「新家」

本报讯(记者 谢雷鸣)2022中国景德镇国际陶瓷博览会(以下简称瓷博会)将于11月8日至12日在新建成的景德镇国际陶瓷博览交易中心举办。在江西省政府新闻办、景德镇市政府近日联合举办的新闻发布会上,景德镇市副市长高晓云介绍说,今年的瓷博会做了新的探索,更加注重常态化、国际化、专业化和市场化。

“往年的瓷博会受限于场馆条件,会与展难以有效融合。我们去年10月启动了新场馆建设,已经全面完工并交付使用。新馆设施齐全、配套完善,总面积达9万平方米,展览面积为28400平方米,分三个展厅。1号厅、2号厅为常年展厅,可满足会展向常年展转变的物理条件。”高晓云说,今年参加“常年展”的企业已超过300家,较去年增长44%。

“瓷博会实现了会议向会展经济转变。”高晓云介绍,策展布展和采购组织日趋专业化,今年引进专业的会展设计团队对展馆进行统一设计和布展,主视觉设计、展区布置、氛围营造等方面更加专业。为办好线下直采会,主办方通过信基集团、中国饭店协会、中国烹饪协会导入商协会、大型企业、采购团等资源,并通过中国贸促会邀请近30家跨境电商头部企业、近60家境外采购商来现场对接采购。瓷博会同步推出“云上瓷博会”平台,实现线上贸易采购,并挖掘直播带货潜力。

“瓷博会的开幕式、招商招展、场馆运营,均做到了市场化。”高晓云说,开幕式通过公开招标,引进一流团队策划执行,体现了市场化的办会思路。招商招展工作由国控集团采取市场化方式开展,改变了以往政府主导的模式。截至目前,工作团队已对接参展商780家,预定展位超过1500个,基本实现收支平衡。除作为市场化持续运营的1号厅、2号厅外,主办方正在加快建设交易中心、保税物流中心以及仓储、运输、商业、酒店等配套设施,打造“买全球、卖全球”的标杆性陶瓷大市场。

记者了解到,法国柏图、丹麦皇家哥本哈根、英国威基伍德、意大利布得格、德国梅森和唯宝、俄罗斯皇家陶瓷、日本香兰社、韩国朴陶廊、泰国皇家陶瓷等40家知名品牌确定参展,较去年增幅达500%。100家境外采购商(团)将现场到会洽谈、采购。

江西省贸促会是瓷博会的重要承办单位。江西省贸促会副会长赵向阳透露,江西省贸促会充分发挥连接政企、衔接内外、对接供需的独特优势,着力提升瓷博会国际化水平,在加大品牌宣传、搭建数字平台、促进采购洽谈三个方面持续发力。

一是组织全球宣传推广活动,将瓷博会相关活动申请列入中国贸促会2022年跨境电商计划,通过中国贸促会将瓷博会推荐给驻华使领馆、商协会、国内外企业等,在全球范围扩大景德镇陶瓷品牌影响力。

二是响应全省数字经济“一号发展工程”,策应跨境电商综试区产业布局,举办中国陶瓷产业贸易数字化大会。该大会以“‘数’说瓷贸向未来”为主题,邀请专家学者作主旨演讲,组织知名跨境电商平台和亿级大卖家现场洽谈,推动一批贸易项目签约落地,实现数字化赋能陶瓷产业。

三是在上年成功举办景德镇陶瓷国际直采会的基础上,再次与景德镇市政府合作,共同举办双线国际直采对接会,助力陶瓷企业开拓海外市场。



刘潺 摄

三峡药博会:资源优势化为产业优势

■ 宗赫

2022·第三届三峡道地中药材交易博览会(以下简称三峡药博会)日前在重庆市开州区举办。作为开州“金秋时节·汉丰湖畔”系列活动之一,本届三峡药博会以“三峡中药材·根植原生态·助力大健康”为主题,通过线上线下结合的方式吸引观众参会、观展。

据了解,本届三峡药博会设置了成果展区、三峡秦巴康养馆、企业展区、综合体验区四大展区,集中展示历届药博会成果、大三峡秦巴地区优势药材和衍生产品、国内外知名中医药企业产品及文化,并开展特色体验活动。

中国工程院院士张伯礼在视频致辞中说,举办此次中药材交易博览会,对推动三峡医药产业的发展有着重要意义。希望用好

三峡道地中药材交易博览会平台,推动三峡地区中药资源的开发利用,把资源优势转化为产业优势,培育出更多的大品种,形成更多优势品牌,既维护三峡的健康生态,也推动产业的健康、可持续发展。

开州区委书记蒲彬彬在开幕式上介绍说,近年来,开州坚持传承、创新、发展并举,产业、企业、事业并重,一产、二产、三产并进,发挥特色优势、推动融合发展,重庆生物医药产业园加快建设,签约和引进北京同仁堂、太极集团、国药控股等中医药企业近百家,发展中药材30余万亩、年产量11万吨、综合产值超10亿元,中药材产业集群加快构建,中医药特色优势日益彰显。

据悉,开州围绕中医药大健康产业搭建了木香价格指数、重庆市三峡中医药研究院、开州生物医药产业园,三峡中药材网等“产、学、研、推”创新平台。同时,引进伊诺生物、中鑫东泰、上药集团等企业,基本形成了医药龙头企业和关键环节带动全产业链整体发展,供应链、产业链和价值链协同共进的新格局。

本届三峡药博会期间举行了数字“三峡药博会”云发布、“中国道地药材美食之乡”授牌、第一届三峡药膳大赛颁奖仪式、北京同仁堂健康有机中药材药源基地揭牌及颁证仪式、《共建“万达成”道地中药材产业示范带合作协议》签订仪式、中医药大健康产业招商项目签约仪式。

晋江企业花样参展境外抢单

■ 蔡明宣

“因为不能走出去参展,所以,我们通过选择代参展,以此打开了法国和意大利市场。”福建晋江市佳缘针织服装有限公司7月份通过代参展参加德国柏林亚洲服装及配饰博览会尝到了甜头,该公司负责人吴先生表示,明年他们会继续参展。

面对复杂的全球经济形势,为应对订单下滑、业务萎缩的危机,晋江外贸企业不断创新形式,通过“云展会”、代参展等方式积极抢单,多渠道拓展国际市场。

多种形式参展找机遇

“我们报名参加明年2月份美国拉斯维加斯纺织服装展,正在准备面料新品。”晋江市滨浪制衣织造有限公司陈德勇表示,此行的目的很明确,即获取新订单、拜访老客

户,及时获取市场信息。

晋江市滨浪制衣织造有限公司是一家以外贸出口为主的制衣企业,主要客户在欧美。“公司的订单主要来自展会,每年参展频率是一至两次。2020年以来,我们再没有参加海外展会,增量订单受到影响。”陈德勇说,针对明年2月的拉斯维加斯展,他们开发了一系列面料新品,准备了不少运动服装的新样品。

这个月,晋江有29家企业报名参加7个境外展。其中,12家企业参加德国慕尼黑国际体育用品展。

泉州市键坤进出口贸易有限公司是一家一站式鞋服设备及辅料出口商,产品行销中东、南美、南亚、非洲和欧洲。新冠肺炎疫情影响下,键坤的订单不降反增,主要得益于创新的参展方式。为拓展新市场,

键坤利用遍布全球的老客户资源,将营销网点布局到市场一线。“我们已把要参展的样品寄到土耳其,准备参加土耳其国际皮革、鞋材及机械展。”该公司总经理吴地梅说。

让吴地梅欣慰的是,5月以来,原有订单不断回归,海外客户释放投资欲望,让他们看到了海外市场“触底反弹”的巨大商机。

除了走出去参展、推动海外营销网点落地,代参展模式也是晋江外贸企业抢单的有力抓手。不少企业反映,代参展非常及时地为企业提供了维护老客户和挖掘新客户的方法,让企业在困难时期找到新的突破。

截至目前,晋江已有12家企业通过代参展模式参加今年7月份的德国柏林亚洲服装及配饰博览会,

以及8月份的美国拉斯维加斯国际服装、服饰、面料及鞋类博览会。

政策和举措给予支持

企业外出抢单的背后,是政府的支持。泉州市出台了《海外抢单专项行动方案》《2022年推动企业开拓国际市场若干措施》等支持举措,对企业展位费用给予70%补助,对赴境外走访客户的企业人员往返机票费用给予80%补助,对组团承办单位给予10万—20万元分档补助。

晋江市商务局与航空公司协调,保证企业的往返舱位,力求避免因航班熔断导致企业工作人员滞留境外的局面发生,还与晋江市公安局出入境管理大队建立联动服务机制,开设“抢订单、拓市场”商务专窗,为外贸企业提供一站式高效便

捷服务。

当前,晋江企业出海抢单队伍仍在持续扩增。晋江市商务局将根据后续国际专业展会的举办档期,及时摸排企业参展需求、参展动向,落实兑现鼓励扶持政策措施,增强企业开拓国际市场的信心。

除了政策引导支持企业外出抢单,晋江还从加强重点外贸企业服务保障、支持举办外贸供采对接会、畅通外贸物流通道及加大出口信保支持力度四大方面全面助力晋江企业外出抢订单。

值得一提的是,晋江通过引导外贸企业抱团对接Amazon、阿里国际站等跨境电商开展线上业务培训、产销对接活动,支持中小微企业以“境内线上对口谈、境外线下商品展”等方式参加境外展会,并帮扶企业拓展直播业务。