

创新会展·项目篇

中国阿联酋贸易展：企业包机出境抢单

■ 本报记者 兰馨

2022卡塔尔世界杯足球赛掀起了“中国制造”热。公开信息显示，中国多家上市企业参与其中。大到比赛场馆建设，小到官方纪念品，从水电保障到交通通讯，“中国制造”服务卡塔尔世界杯诸多方面。

赛事之外，中国“制造”及“智造”正在通过展会平台进入阿联酋。近期，阿联酋的多场展会成为中国企业在足球之外的另一个赛场。

“中国阿联酋贸易展是疫情以来出展规模最大的项目。”米奥兰特国际展览有限公司(以下简称米奥兰特)董事长潘建军日前在接受《中国贸易报》记者采访时透露，第十三届中国(阿联酋)贸易博览会(以下简称中国阿联酋贸易展)将租用迪

拜世贸中心7个展馆(3万平方米)，本届展会规模恢复到疫情前2019年展会规模的70%左右。

据介绍，第十三届中国阿联酋贸易展将于12月19日至21日在迪拜世贸中心举办，目前有来自国内10多个省(区市)的近1000家企业参展，展位近1500个，预计会是2022年出境展单个展览项目规模最大的一个展会。与疫情前相比，本届展会的参展企业主要来自外贸发达省市。随着外贸发达地区政府的“包机”政策出台，本届展会带动了国内多个省区市的包机团组，预计有超过500人包机赴迪拜参展。

据记者了解，本届中国阿联酋贸易展是米奥兰特在阿联酋迪拜举

办的第3场线下展会、在全球的第20场线下展会。

中国阿联酋贸易展已连续举办12年，从创办初期的3000平方米到2019年的5万平方米，成为中东地区规模最大的中国贸易展览平台，被当地客商誉为“中东的广交会”。

潘建军表示，本届中国阿联酋贸易展档期和卡塔尔世界杯首尾相连，又处在迪拜每年一度的“迪拜国际购物节”期间，在世界杯热点和迪拜国际购物节的加持下，迪拜酒店已经被预定一空。预定酒店和往返迪拜的机票已成为商务人士关注的话题。

现阶段，阿联酋成为全球商务人士差旅目的地之一。这与迪拜打

造的全球转口中心的“迪拜模式”密不可分，作为整个中东、非洲的商品集散中心，“迪拜模式”的效应显现。

“本届中国阿联酋贸易展是米奥兰特2022年举办的最后一个项目，却是最大规模的出境自办展。”潘建军介绍说，为促进外贸企业提前对接明年订单，米奥兰特今年11月和12月在美洲的墨西哥和巴西、非洲的南非、欧洲的波兰、亚洲的印度和日本、阿联酋连续举办7场展会，总办展规模超过10万平方米，参展企业近4000家。

潘建军表示，米奥兰特利用出境展项目为明年外贸提供平台和服务这一模式，得到了杭州、宁波、温州、台州、绍兴、苏州、广东等外贸发

达省市政府的支持，他们一起为明年企业外贸订单努力。

潘建军预测，2023年，境外疫情管控将基本放开，航空客运、签证等商旅服务会恢复，出境展业务将全面恢复，在这样的背景下，中国企业出境参展将快速恢复。由于国内疫情管控依然存在，出境商旅成本虽有大幅降低但依然高过疫前的正常商旅支出，因此，除了有些企业直接出境参展，仍然会有相当一部分企业采取“双线双展”模式，即“境内线上对口谈，境外线下商品展”的形式，以及“代参展”的模式参与境外展会。

可以预见，2023年将是出境展的恢复年，也是多种参展形式并存的一年。

世界科技与发展论坛发挥对地方经济带动作用

■ 陈晨

以延续“开放、信任、合作”主题的第四届世界科技与发展论坛日前在成都举行，来自20余个国家和地区，包括7位诺贝尔奖获得者、60余位国内外院士在内的300多名顶级专家学者，国际国别组织代表、企业家，共同探讨基础科学、气候变化、数字经济、绿色创新等重要领域的科技创新与可持续发展，提出应对时代挑战的科技创新解决方案。

本届论坛设置主论坛、世界数字经济论坛以及16场平行论坛，围绕世界向同、数字向实、发展向好、科技向善、未来向上5大板块开展活动。其中，“世界向同”板块为主论坛开闭幕式；“数字向实”板块涵盖世界数字经济论坛、数字前沿与新兴产业论坛两项活动，与会嘉宾将围绕变革与机遇、科技与赋能、发展与治理、转型与创新4大议题进行讨论；“发展向好”板块设5场平行论坛，聚焦生物材料与工程前沿、绿色工厂发展与创新、基础设施网络电磁安全、双碳驱动新型能源创新与发展、下一代航空科技装备5项议题；“科技向善”板块聚焦开放科学与开源创新、灾害科学与灾害治理、种质创新与粮食安全、气候变化与环境可持续性、中医药与人类健康、科学与产业变革等议题设置6场平行论坛；“未来向上”板块则围绕女科学家、青年前沿科技、全球挑战与可持续发展、两院院士与跨国公司合作等议题设置4场平行论坛。

本届论坛聚焦数学、物理、天文、地理等基础研究领域，邀请国内外基础学科知名科学家，围绕基础学科促进2030可持续发展目标实现进行现场互动交流，推动基础研究国际合作。为响应联合国基础科学促进可持续发展国际年有关部署，论坛主办单位将联合全球知名科技组织在闭幕式上发布“基础科学促进可持续发展倡议和学科发展报告”，呼吁全球科技界潜心基础科学研究、深化务实合作、推动科学普及、促进可持续发展，共同推动基础科学为实现可持续发展目标作出贡献。本届论坛还将梳理提出“年度人类社会十大科学问题”，并发布“年度化学领域十大新兴技术”等成果。

本届论坛发挥对地方经济社会发展的带动作用，聚焦四川科技和产业特色，面向不同参会群体举办“绿色地球，数字脉动”世界数字经济论坛应用场景展，以及种业考察、地方产业推介及聘任、签约仪式等多种特色活动。

本届世界科技与发展论坛由中国科协、中国科学院、中国工程院和四川省政府联合主办。经过连续三届举办，该论坛积极搭建连接全球科技界的桥梁，已成为一个更好地倡导和推动国际科技共同体合作的开放平台。



11月27日至29日，“世界城市日”主题活动之一的2022上海国际城市与建筑博览会在上海展览中心举行。展会主题为“行动，从地方走向全球——城市更新，绿色智慧”，展出面积1.5万平方米，聚焦城市建设与城市更新、绿色建筑与双碳目标、智慧城市与精细化管理等，凸显上海在推动城市转型与可持续发展的实践成果。

(毛雯)

2022建发厦门马拉松赛升级全程赛事服务

■ 本报记者 兰馨

11月27日，一年一度的建发厦门马拉松赛开跑。疫情防控压力犹存，却挡不住跑者对体育的热忱。

据主办方介绍，本届厦门马拉松赛参赛规模为2.8万人，仅设置全程马拉松(赛道全程42.195公里)。今年，厦门马拉松赛是国内唯一一场马拉松锦标赛，男女前五名选手将获得2023年布达佩斯世界田径锦标赛的参赛资格，比赛竞争激烈促使关注度提高。

据介绍，本届厦门马拉松适逢20周年，主办方升级“体育+音乐”模式，全新设置了“音乐赛道”，人们用舞蹈、陶笛、古筝、琵琶等精彩表演为每一位跑者加油助威，这也成为赛道上一道别样的风景。

据记者了解，2022建发厦门马拉松赛裁判396人、补给站17个、志愿者5400人。医疗方面，赛事全程设置15个医疗点，投入医疗保障人员440人、AED骑行医疗组30组、急救跑者114人，还配备15辆救护车。

此次马拉松赛筹备期间，组委会会对为赛事服务的所有工作人员做了核酸检测，所有参赛选手在领取物资时也都做了核酸检测，健康参赛得以保障。

此外，赛事组委会组建疫情防控指挥小组。从参赛通知到选手抵厦后领物、参赛、赛后等各环节，小组都制定了详细方案。他们运用疫情防控新方式，采用“会展码”优化领物流程，在入场领物前快速便捷高效地收集、筛查参赛人员的健康信息，科学制定、严格落实各项防疫措施，确保赛事科学、有序、安全举办。今年厦门马拉松赛优化创新跑者服务，设置近万平方米赛后服务区。

厦门马拉松赛事已建立“红绿蓝”三色公益体系，以及国内首个由马拉松赛事独立设立的公益基金会——“厦门马拉松公益基金会”。记者了解到，厦门方面曾创造了多个“第一”。其中，2003年，厦门马

拉松首个实现央视全城直播盛况及市场化办赛模式，促进了中国马拉松运动的普及与发展；2005年，以马拉松为主题的99尊群雕亮相厦门环岛路，其中两尊雕塑落户奥林匹克博物馆，为世界首例；2009年，厦门首创全球国际马拉松城市市长论坛；2015年，厦门诞生迄今中国境内马拉松赛事最好成绩；2016年，厦门创办马拉松博览会，开拓融合发展新模式；2018年，厦门获中国唯一“马拉松城市”称号；2019年，厦门率先加入联合国环境署“清洁海洋”计划，并成为亚洲唯一获全球“绿色环保奖”的马拉松赛事；2020年，厦门率先设立独立的马拉松公益基金会，引领体育公益事业新风尚。

今年，主办方围绕“全民厦马、全城厦马”的主题，在全国范围内开展“厦门马拉松欢乐购”，发放百万专属红包，共庆厦门马拉松20年。

会展新说

“一米高度”视角之下场景化的缺口与机遇

■ 刘志良

在商业市场中，日益细分赛道的各行业已进入“无儿童，不商业”的商业模式。当下，儿童是网红经济之外另一个最具有人气流量的关键词。现阶段中国家庭结构大致可以呈现为“1+2+4”：一个孩子就是父母、爷爷奶奶、外公外婆的关注中心与消费中心点。正所谓“一个孩子拥有六个钱包”，孩子消费在家庭支出中所占比例很大。给孩子做配套商业消费，就给沉浸式场景化的内容带来了无限商机与可规模化的边界基础。

“我眼中的‘儿童友好’，是成年人透过少年儿童，尽力将人世间的美好延伸到无尽的未来，是短暂人生的不懈努力。”《城市观察》副社长刘朝华如是说。“一米视角”之下儿童如何去看世界、看未来？在细分领域的未来社区中，现行的产品商业模式与交互规则真的“儿童友好”

吗？在各城市提出建设儿童友好城市，场景化的内容是真的从“一米高度”来打造的吗？“科学普及与科技创新同等重要”的教育场景，元宇宙的场景如何能够与“儿童友好”场景互相结合与赋能？

如此，不妨来进行一场儿童元宇宙空间场景介入未来社区探索。“元宇宙+社区”，在未来社区“一小”场景打造上围绕元宇宙+社区服务/教育产业，将“元宇宙+社区”的未来社区应用场景，以数字技术赋能未来社区治理与运营服务提升，加强未来社区服务功能，为居民幸福“加码”。让“元宇宙”技术扎根社区，服务居民，为社区数字化改造提升，社区微创业和社区就业探索新路径。

七彩文化科技集团执行总裁韩霖认为，在后疫情时代的关健时期，元宇宙作为社区创新创业的主战场将吸引更多的关注，有助于通过元

宇宙关键技术的硬核支持，赋能未来社区“一小”场景的升级迭代。在未来社区中，元宇宙并不只是一个虚拟的空间，而是与现实世界映射与交互的虚拟世界。儿童元宇宙沉浸式场景就是最好的一个科普内容的空间场所，最为关键的还是内容。

笔者注意到一个细节性问题：大多数的儿童艺术展的空间场景中，不管是从展览的策划到执行布展落地，每一个展览作品的高度都是在一米之上的世界，小孩子自身的视角与高度就看不见展览作品，必须要通过家长的帮助才能实现。于是，笔者时常在想，这个展览是为了孩子而作还是为了家长而作？儿童展览本身需要回到为儿童而展本身。

毋庸置疑，展览是一个很好的方式，既能够兼顾教育与娱乐的场景空间，又能够通过科技交互的手段来改善展览的环境与交互的细节

是重中之重，让家长在沉浸式的环境中给孩子讲故事，孩子能够在一个轻松愉快的环境中获得知识，两者并不矛盾。

近期，拼格小魔方进入浙江省的试点幼儿园，进行了一个数字化的体适能的尝试，与课程互相结合，“交互式运动的融入对于教育领域极具颠覆性。人与人的互动、人与环境的互动、人与机械的互动能够创设更丰富、有趣的运动情境，数字化不应成为束缚幼儿的手段，未来应朝着数字化与教育内容结合的方向发展。”国家体育总局幼儿体育高级别专家组专家王健教授体验后如是说。在数字交互程序的设计上，拼格着重将小朋友不同的身高与运动的能力进行科学化的设计，也不忘提升孩子对于运动自信心。

相信在未来众多的使用场景(儿童医院、儿童餐厅、配套儿童公

园场景等)都会有诸多类似产品出现，但是不能忘记从“一米高度”看世界是儿童友好场景的初衷。闻道有先后，术业有专攻，商业组织一定要找到匹配自己产品市场的定位。“儿童友好”也是一样，一定是从小朋友的角度去看待内容，而不是家长“觉得好”。纵然“一万个家长，有一万个哈姆雷特”，若是能够找到一个普惠小朋友成长与认知的点，城市场景应用多一点对于儿童友好的事物，世界就会因此发生改变。

(作者系2050自愿者、中国美术学院拼格创意媒体奖学金发起人、拼格创始人)

刘志良

(本栏目文章涉及版权，转载请注明出处)

中国展商ISPO Munich 2022数量排名第四

本报讯 记者日前从慕尼黑展览(上海)有限公司了解到，2022慕尼黑国际体育用品博览会(ISPO Munich 2022)于11月28日至30日在德国慕尼黑展览中心举办，本届展会以新品牌、新展区、新主题、新特色为亮点。

据介绍，ISPO Munich 2022启用慕尼黑展览中心的10个场馆，聚焦“体育运动新视角”，共吸引来自50个国家和地区的1530家参展商，国际参展商比例达89%。

值得一提的是，ISPO Munich 2022中国展商数量排名第四位，仅次于德国、意大利与法国。近300家中国企业在展会现场展示具有中国特色的产品及服务，成为一道靓丽的风景线。

据悉，Outdoor by ISPO 2023将于2023年6月4日至6日在慕尼黑会展与采购中心举办，目前已进入招商阶段。

(伊宇)