

创新会展·关注篇

出境参展：保明年外贸订单进行时

■ 本报记者 兰馨

12月4日上午7点多，浙江嘉兴AFF参展团乘机从杭州萧山国际机场出发，飞赴日本东京。几乎同一时间，在上海浦东机场，一支由浙江省商务厅等省级部门相关负责人组成的展团从上海飞往欧洲，开启为期6天的欧洲商务行。

近期以来，浙江多个城市相继启用企业包机出境参展抢订单模式。记者从嘉兴商务局方面了解到，此次嘉兴50家企业包机赴日本参加AFF O&O 2022 WINTER（纺织行业专业展，简称AFF），共计96人。据悉，这是今年以来国内外贸参展包机展团企业数量最多的一个。

记者了解到，此次浙江省商务厅欧洲展团将参加欧洲食品配料展，还将带队企业拜访德国和法国的商务部门、商协会，助力外贸企业拓展市场，推动投资合作。事实上，不仅浙江开启了出境参展展团模式，福建也通过组团出境参展提升企业稳外贸信心。

启动“双抢”模式

嘉兴商务局的公开信息显示，12月，嘉兴将组织6个团组出境，包

括3个团组赴日本参展并招商、1个团组赴德国、法国参展并招商、1个团组赴阿联酋迪拜参展、1个团组赴新加坡招商，将有100余家企业随团出境抢订单。

自11月以来，嘉兴启动抢客商、抢订单“双抢”竞赛。目前，嘉兴有超过80多批出境参展和招商团组，2000余人（次）商务出境。按照稳外贸计划，嘉兴商务部门组团带队走出去，并利用展会、活动等在国外进行拓市场和招商引资活动，在稳外贸的同时，助力企业实现“今年赢、开门红、新年稳”。据介绍，此次赴日本参加将于12月7日开幕的AFF纺织行业专业展，嘉兴线下实体展规模是其历年来最大、展位最多的一次。根据嘉兴最新稳外贸政策，今年三季度以来，企业赴境外参展或委托代参展，展位费全额补贴。同时，将商务包机政策红利最大化。

嘉兴方面表示，组织企业包机“抢单”是集参展、客户拜访、实地考察、招商为一体的经贸活动模式。目前，嘉兴外贸连续4个月实现高速增长。根据统计数据，今年1至10月，嘉兴进出口3639.8亿

元，同比增长19.7%，高于浙江全省3.7个百分点。其中，出口2663.9亿元，同比增长18.8%，高于浙江全省平均增速；进口975.9亿元，同比增长22.3%，高于浙江全省10.6个百分点。

自发起“稳外贸”攻坚战以来，嘉兴在浙江省排名由第9位提升至第5位。其中，10月出口增长8.5%，高于浙江省10个百分点，位列浙江省第4位。

提升企业抢订单信心

记者近日从福建省商务厅了解到，11月底，福建省商务厅启动系列活动的第三站欧洲行，组织福建59家外贸企业（共计87人）赴慕尼黑参加德国慕尼黑体育用品和运动时尚国际博览会（ISPO Munich 2022）。

参展取得较好效果。展会现场调研和问卷调查结果显示，福建参展企业现场累计接待专业采购商超3800人次，达成意向成交额超3亿美元，86%的企业为疫情后首次出境参展，92%的企业认为达到或超过预期参展效果，参展满意度为100%。

据介绍，此次参展是多数企业疫情发生以来首次赴德国慕尼黑参加线下实体展，锐力体育就是其中一家企业。该公司参展面积为48平方米，现场接待100多名专业采购商，拜访了以色列和欧洲的老客户，还开发了一些新客户。一位客户现场下单2000套运动服装，给锐力体育未来接更多订单以很大信心。

企业普遍认为，参加线下实体展会与线上参展不同，能够与客户面对面沟通交流，订单成交的可能性更大。今年下半年以来，福建省商务厅先后组织了“福品销全球”香港行、RCEP行活动。此次组织企业赴慕尼黑参展，进一步提升了外贸企业出境参展抢订单的信心。

据了解，“福品销全球”欧洲行将为外贸企业出境参展的提供支持。同时，福建省商务厅提供跟团参展靠前服务支持。福建省商务厅还将启动2023年“福品销全球”系列活动，拓展组团参展线路，为外贸企业出境参展提供服务支撑。

15个出国经贸展试点获审批

中国贸促会日前发布，目前完

成首批15个出国经贸展览项目试点审批，包括13个参展项目和2个自办展项目，分布在美国等8个国家，涉及纺织、汽配、体育用品、电子、消费品等领域。下一步，中国贸促会将根据首批试点项目实施情况和企业意见建议，适时启动后续项目的征集、遴选和审批工作。

据了解，除推进全国出国经贸展览审批管理工作，中国贸促会自今年8月底开始正式受理全国出国经贸展览组展单位以“参加国外线上展览会”“代参展”“远程线下办展”等创新形式在国外办展项目申请。目前，已完成第一批2022年底前的22项创新形式办展计划批复。

越来越多的企业和机构正在走出去。记者从中国工程机械工业协会了解到，该协会将组织其会展企业参加2023—2024年境外机械行业展会，进一步拓展国际市场，提高我国工程机械产品国际市场占有率。

对此，米奥兰特国际展览有限公司董事长潘建军表示，长期以来，出境参展已成为外贸企业走出去拓展国际市场的有效通路，并成为我国企业提升国际竞争力的重要手段。

6家联合体入围北京大兴机场临空区会展消费片区设计

■ 本报记者 毛雯

记者日前从北京大兴机场临空区国际会展消费片区城市设计国际方案征集项目情况介绍会上获悉，6家应征团队入围，包括“中规院+Gensler+北京建院+Darrenn 联合体”“深建总院+ISA+TEKUMA+中航院联合体”“深规院+欧博设计+RSHP联合体”“清华院+凯达环球+艾奕康联合体”“北规院+筑境+伍兹贝格联合体”“中国院+同济+Fuksas+北京市政院”。

据了解，自北京大兴机场临空区会展消费片区城市设计国际方案征集活动“征集令”10月26日面向全球发布以来，全球各地知名设计机构积极响应，共有55家机构组成的19个联合体提交了报名材料。

北京大兴机场临空区会展消费功能区位于北京大兴国际机场临空经济区礼贤片区，距离北京大兴机场航站楼约5公里，占地面积约7.8平方公里。此次城市设计征集活动是上半年大兴国际会展消费功能区全球创意征集活动的延续，将从整体管控层面城市设计和重点片区实施层面城市设计两个层面进行设计研究。在充分吸收创意征集经验的基础上，北京大兴机场临空区会展消费功能区将通过城市设计，擘画会展消费片区发展蓝图，优化空间功能，统筹空间要素，提升空间品质，精细空间管理。

作为赛事阶段的首场活动，本次介绍会重点介绍了城市征集设计任务要求、赛制设置情况，同时进行户外踏勘及公开答疑。本次项目介绍会后，征集活动正式进入赛事阶段，赛事持续约97天，将组织两次阶段性交流活动，并在提交成果后组织专家评审，评选出3个优胜方案。



中展展团在德国慕尼黑受关注

11月28日至30日，慕尼黑国际体育用品博览会（ISPO Munich 2022）在德国慕尼黑展览中心举办。作为全球运动时尚领域的风向标，本届展会吸引了来自50多个国家和地区的1530家企业参展。值得一提的是，中国展商参展数量仅次于德国、意大利与法国。

这是新冠肺炎疫情发生以来，中展集团成为我国首个经批准组织出国参展超过1000平方米的展览机构。此次参展也是中国国

际经贸展览试点审批项目中首个实施项目。北京中展海华国际展览有限公司（以下简称中展海华）组织了50余家国内企业参展，线上实体展览面积达到1080平方米，受到业内广泛关注。

慕尼黑国际体育用品博览会再次恢复线下举办，吸引了业界广泛关注。为严格落实疫情防控，此次展会开幕前，中展海华为国内展商提供了具有针对性的整体解决方案，消除了企业的后顾之忧，为企业出境安全参展

提供了防控保障。在展会现场，“中国红”和“中展蓝”十分亮眼。

本届展会聚焦“体育运动新视角”，展出面积达10万平方米，覆盖10个主场馆，国际展商比例达89%。中展展团展品涵盖户外运动、滑雪运动、健身设备、运动时尚、面料辅料、OEM等，汇聚百余种中国制造的优质品牌展品，呈现了诸多亮点。值得一提的是，此次参展为我国企业走出去、获取外贸订单提供了有力支撑。（中展集团）

会展新说

以进化姿态应对会展行业的规划变化

■ 李伯文

新冠肺炎疫情这三年，是会展行业日子最难过的三年，也是行业近二十年来思考最多的三年。记得一位会展行业的“老人”说过，中国会展业过去几十年的快速发展，得益于中国改革开放的前进脚步。这一点毋庸置疑。无论是上世纪八九十年代还是2001年加入WTO后，内外贸易和技术交流、快速融入全球市场均为会展业发展提供了强劲动力。就像所有事物的发展都有自身周期一样，会展行业也应该在高点时就想到来驱动这一问题的。令人遗憾的是，这一层面的思考直到疫情发生才被唤起。

从互联网到电子商务和移动互联网，再到数字化等强劲对手介入，这些“对手”极大地扩大了会展行业的“蛋糕”。一路走来，我们错以

为会展行业“顶住了”。直到翻看优秀展商的营销预算，我们才发现，人家的营销在顺应技术发展，不停地革新、适应市场，迭代了一次又一次，而会展行业却始终跟不上步调，最终成为展商首批选择放弃的营销渠道。会展似乎“被客户的发展所打败”。

因此可以这么说，会展企业在疫情下之所以很难生存，一方面是线下活动受限，断绝了主要收入来源；另一方面是会展行业在数字技术和观念上落后得太多，需要补的“作业”太多，导致会展行业转型困难。

令人欣慰的是，会展业也开始了变革之路。过去三年来，行业不断探索线上会展、论坛直播，尝试进入垂直行业，积极学习数字化、新媒体营

销，试图采取新的商业模式、获得数字化收入。这些线上的尝试，有的在疫情之前就已经有了，现在重新思考时需要考虑这样一个问题：同原来的线下相比，能否做出使效果更好、客户体验更好、参展效果产出更好的东西？任何事情不会一蹴而就，立马奏效，需要坚持和创新。

刚刚过去的11月，会展行业的萧条景象让世界更加迷茫。在笔者看来，有三点需要会展行业努力尝试。

首先，会展行业需要开放。互联网、电商、线上线下、元宇宙新的科技元素不断涌现，在每一次新科技出现时，业界都会讨论其对会展的影响利弊，但根本没有意识到这是大势所趋，或者说没有实质上的接受，这导致会展在每次科技出现迭代时总是落后至少一个周期来印

证市场的趋势。其中，一部分人因担心资源外流而更加封闭。另一部分人尽管已经开始琢磨这个技术如何通过颠覆场景来创造新收入，但是因为创新格局和创新方法的不当，所产生的结果也是两头来回拉锯，因举棋不定而一次次错过。外界市场发展显然快过会展，这自然将会展淹没在市场高速增长之下。

其次，会展行业需要进化。不管是咨询界大咖刘润的“进化的力量”，还是B2B营销未强的“超级物种”，都呼吁在这不确定的时代找到新定位、挖掘新需求、创造新服务。业务要有韧性、柔性和延展性，不满足于单一展览收入，注重长效与客户产生业务互动和关联，和客户服务场景可以串联在全年多个节点。比如，有围绕营销的，有围绕数字转

型的，有围绕战略研究的，有围绕行业促进的，形式也不拘泥于一种，有工作坊、论坛、沙龙、社群等。

最后，会展行业需要走出自己的路。中国会展的发展趋势沿用了欧美主流资源聚集的效能模型。然而，当传统展会已经达到足够体量，甚至超过欧美同类展会时，我们不禁要问：我们应该学谁？显然，中国应该走出自己的路。

（作者系北京雪行文化传播有限公司CEO）

李伯文

（本栏目文章涉及版权，转载请注明出处）

会展传真

《郑州市会展业促进条例》实施

本报讯（记者 毛雯）《郑州市会展业促进条例》12月1日正式实施。

《条例》共29条，包含促进、服务和规范3个部分，分别对统筹场馆规划建设、提升政府服务水平、加强会展政策扶持、人才培养和引进等作了全面系统的规定，形成了会展业政策的制度集成，将为郑州市会展业的产业能级提升注入新的强劲动力，为打造国际会展名城提供了有力的法治保障。

按照《条例》要求，郑州将探索多样化会展活动模式，提升政务服务水平；推动会展业与产业融合发展，加强会展政策扶持；打造全域会展新场景布局，统筹场馆规划建设。相关部门将研究制定相关配套规定，保证条例可操作、可执行，真正把《条例》的各项规定落到实处，为郑州建设国际会展名城助力。

中非经贸博览会推动百亿项目落地

本报讯 中非经贸博览会正在推动项目落地。据湖南日报报道，索马里联邦政府渔业海洋资源部官网日前发布消息，索马里渔业海洋资源部与中国超粮控股（集团）有限公司在索马里首都摩加迪沙签约6个项目，涵盖远洋捕捞、深海养殖、渔码头建设、冷链配套、加工厂等领域，预计年总产值达100亿元，打造索马里渔业资源全产业链。该项目是在中非经贸博览会上获得的成果。

据介绍，超粮控股采用购买或租赁的方式，与国内外渔业业合作捕捞，自主投资建设渔业基地，目前已投资建设码头、加工厂、冷链运输等配套设施。项目所收渔获将全部运回中国，公司将在上海、广州、长沙建设冷链基地。

据了解，为保证当地海洋资源生态健康可持续发展，超粮集团将在索马里启动深海养殖项目。索马里拥有非洲大陆最长的海岸线，渔业资源丰富。超粮控股在非投资了农、林、牧、渔全产业链。2021年9月，超粮集团坦桑尼亚公司在坦桑尼亚落地，是中国在非规模最大的农业项目，是中非经贸博览会一大重要合作成果。（宗赫）

上海汽配展深圳特展宣布延期

本报讯 第17届上海国际汽车零部件、维修检测诊断设备及服务用品展览会深圳特展（Automechanika Shanghai）组委会日前宣布，原定于12月20日至23日在深圳国际会展中心（宝安新馆）举办的深圳特展延期举办，最新展期稍后公布。

据悉，该展会数字化平台AMS Live将开放至2023年1月10日。（唯伊）

第三十二届哈洽会再延期

本报讯 第三十二届哈尔滨国际经济贸易洽谈会组委会日前宣布，受新一轮疫情影响，原定于12月22日至26日举办的展会延期至2023年6月15日至19日。展会地点在哈尔滨国际会展体育中心，同期举办“一带一路”工商领袖峰会暨“一带一路”工商协会联盟（BRICA）哈尔滨会议。此次是第三十二届哈洽会第二次宣布延期。（毛雯）

2023数博会年度主题公开征集

本报讯 2023中国国际大数据产业博览会筹备工作已启动，大会主题延续“数据创造价值 创新驱动未来”。根据“贵阳发布”消息，为全方位展现本届数博会国际性、权威性平台形象，2023数博会现面向全社会公开征集年度主题，所有个人和机构均可参加。

征集时间自发布公告之日起至2022年12月20日。要求主题紧贴数字时代脉搏，聚焦全球数字经济前沿热点，力求既有理论高度，能引领世界前沿话题，又通俗易懂，群众接受度高。主题应当紧扣国家战略，符合行业趋势，贴近前沿技术。（贺甜）