

创新会展·关注篇

多地发布年度目标 会展复苏趋好

■ 本报记者 兰馨

1月28日(节后上班首日)以来,深圳、南昌、长沙、成都等城市纷纷公布2023年度会展活动举办计划。从东部到中部再到西部,会展恢复趋势向好。

深圳全力以展促销促产

1月29日,在深圳市高质量发展大会上,深圳市商务局党组书记、局长张非梦表示,2023年,深圳市商务局围绕商贸领域高质量发展的目标任务开展工作。

据了解,深圳将充分利用好国际、国内两个市场、两种资源,增强消费对经济发展的基础性作用,高质量建设具有全球重要影响力的消费中心。

张非梦表示,为打造会展之都,深圳将加快提升高交会、文博会、海博会的国际影响力,以展促销促产,举办好国际新能源汽车产业展、国际消费电子展、国际高性能医疗器械展、全球数字能源展等面向全球市场的世界级展会。

此外,深圳积极打造时尚之城,吸引时尚国潮、老字号及国际品牌来深圳开设首店,举办新品首发,实施“品牌瞪羚计划”,培育壮大本土时尚品牌,联动国内外名牌、名店、名人,高水平办好深圳时尚季,不断提升“深圳时装周”国际影响力。

南昌借会展带动产业发展

“预计全年举办规模以上展会80多场。”南昌市会展办主任胡星表示,今年,南昌市将围绕“带动产业发展、拉动消费升级”主线,推动会展经济迈上新台阶,力争展览面积达到180万平方米。

据悉,依托“4+4+X”产业体系,南昌还将打造一批产业展。南昌将着重引进一批高质量的国际展、大型企业年会项目,如第20届中国国际检验检疫医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、第81届全国教育装备展示会、第29届中国乳制品工业协会年会暨中国(国际)乳业技术博览会等。

据了解,南昌将扩大南昌飞行大会、中国绿色食品博览会、中国米粉节等一批产业品牌影响力,培育好中国南昌氢能储能博览会、中国中部工业博览会等一批新的产业展,利用好“五一”“十一”国际汽车展、华夏家博会、美容美发展、宠物展等大众消费类展会,扩大绿色食品、家装、宠物等领域的消费。

胡星在接受媒体采访时表示,南昌在引进培育新的会展公司及项目方面,将重点支持新培育的市场化运作展会,大力引进全国知名会展公司在南昌开设分公司,引进大型企业年会和供应商、经销商大会,对大型全国流动展引进单位给予奖励。

长沙会展助力经济高质量发展

去年12月30日长沙市第十六届人民代表大会第二次会议通过的《政府工作报告》提出,加快打造国际会展名城,办好博鳌亚洲论坛经年会第二届大会、2023长沙国际

工程机械展等重大展会。这是长沙工程机械展连续五年被写进长沙市政府工作报告。

记者了解到,2023长沙国际工程机械展(CICEE)将于5月举办,规划展览面积达30万平方米,目标参展企业1500家。

长沙市会展工作管理办公室主任李舜在接受媒体采访时表示,长沙打造国际会展名城,有利于发挥会展“加速器”作用,助力湖南更好融入双循环格局、促进对外贸易、拉动消费增长、扩大国际交流,服务湖南“三高两新一基地”建设和全省经济高质量发展。

在李舜看来,会展业是人流、物流、信息流和资金流高度交互的平台,其在推动产业结构调整、加快转变经济发展方式中的重要作用不可替代。湖南会展业“十四五”规划明确提出了“打造千亿会展产业”的发展目标。

近年来,中非经贸博览会、长沙

国际工程机械展、博鳌亚洲论坛全球经济发展与安全论坛、北斗规模应用国际峰会、世界计算大会、中国国际食品餐饮博览会等一批产业特色明显的国际性、全国性展会活动在长沙连续举办,会展市场主体不断壮大,会展经济指标保持中部第一,排名全国省会城市会展综合竞争力指数第一,走出了一条具有湖湘特色的会展高质量发展之路。

成都形成“2+4+N”会展新格局

“2023年,成都将举办重大展会活动1000场,预计展出总面积达900万平方米,会展业总收入850亿元。”记者日前从成都市博览局了解到,成都今年将充分发挥会展平台经济功能作用,全面提升会展产业竞争力和经济发展动力。

成都市博览局相关负责人表示,今年成都将筹办第108届全国糖酒会、第19届中国西部国际博览会、第14届亚洲营养大会、2023成

都工业博览会等重大展会活动,放大溢出效应,并重点引进英国励展博览集团、巴塞罗那会展中心等会展企业,支持每个重点产业链引育1个高标识度的品牌展会,形成系列具有城市特色、城市符号的主场外交活动或标志性顶级盛会。

据介绍,成都将形成“2+4+N”会展业发展新格局。如以四川天府新区和成都高新区为“双核”,聚焦航空枢纽、运动赛事、会奖旅游、特色农业四大特色,依托全域会展资源和重点产业链。同时,聚焦重点产业链,推动“会展+先进制造业”“会展+现代服务业”等深度融合,鼓励支持本土会展龙头企业组建大型会展集团,冲刺全球会展50强和国内会展30强。此外,将推动智慧会展平台和智慧场馆建设。

数据显示,2022年成都会展业总收入620.8亿元,会展业总收入711.3亿元,促成签约投资项目715个,协议投资金额5510.1亿元。



山西特色专业镇中国(晋中·太谷)玛钢铸造产业投资交易博览会日前开幕,主题为“推进两个转型,实现太谷玛钢专业镇高质量发展”。展会设产品展示交易、高质量发展论坛等六大主题活动。(单依)

德国线下展回归 国际化涨幅明显

■ 本报记者 兰馨

2023年法兰克福国际家用及商用纺织品展览会(Heimtextil,简称法兰克福家纺展)日前在法兰克福闭幕。记者从法兰克福家纺展组委会了解到,与2020年相比,本届法兰克福家纺展在国际化程度上出现大幅上涨。其中,国际参展商涨幅达94%,国际专业观众涨幅达82%。

数据显示,本届法兰克福家纺展参展商超过2400家,专业观众超过44000名,来自129个国家和地区。组委会相关负责人表示,此次法兰克福家纺展的强劲回归线

下举办,彰显了展会的国际商贸活力,也为2023年贸易展会奠定良好的开局。

据介绍,与疫情前相比,今年以来土耳其及巴基斯坦的参展商涨幅明显,来自意大利、土耳其及西班牙的买家数量也有所增多,尤其是希腊买家数量增幅明显。

根据组委会调查显示,80%的参展商在第二天就已经达成了此次参展的目标。观众对于展会的满意度也很高,其中72%的受访者是高层决策者。除来自亚洲地区参展商展示优质批量产品外,欧洲具有设

计感和零售量生产的精品也受到高度关注,专业观众满意度被推至新高,92%的买家表示已达成采购目标。

该负责人表示,法兰克福家纺展的高度国际化程度证明,作为全球家纺行业重要的产业风向标和信息枢纽,此次展会在集接洽新业务、探寻市场机遇、重新定义供应链、克服生产瓶颈上,为业界开启了重要合作为一体的全能型专业平台。

展会期间,组委会通过研讨会、导览、讲座及商务互动等活动,让专业买家在法兰克福家纺展上进一步了解到循环利用、证书认

证、纺织材料的最新应用等资讯,从而对多元化的可持续发展进程有了更深体会。

除法兰克福外,汉诺威举办的专业展会也呈现国际化涨幅。据记者从2023年汉诺威国际地面铺装展览会(DOMOTEX,简称汉诺威地面铺装展)组委会了解到,1月中旬闭幕的2023年汉诺威地面铺装展参展企业超过730家,共有74家中国企业参展,国际专业观众达69%。组委会有关人士介绍说,此次展会上的专业观众质量非常高,决策者比例高达80%。根据FKM

审计的一项观众调查显示,大约一半的决策者在展会期间向参展商下了订单。

据记者了解,2023年汉诺威地面铺装的主题是“地铺,源于自然”,论坛和会议关注“连接市场”“有意识的生活”“多彩的自然”焦点议题。

此外,将于4月中旬举办的2023年德国汉诺威工业博览会已引发各界关注。截至1月底,中国参展面积约9000平方米,报名参展企业约500家。据悉,今年汉诺威工业博览会报名截止时间为2月底左右。

会展大咖说

会展推动我国服务贸易更高质量发展

■ 刘松萍



作者简介
广东会展展业协会会长
广东省会展业标准化技术委员会主任委员
广州大学教授

纵观世界经济格局,全球已进入服务经济时代。数据显示,服务业占全球生产总值的65%,发展中国家2/3的就业和发达国家4/5的就业均来自服务业。当前,我国人均GDP已突破1万美元,消费形态正由实物消费为主加快向服务消费为主转变。但是,我国服务业发

展仍不充分,2021年服务业增加值约占GDP的53.31%,全球排名第106位。进一步扩大服务业开放,激发国内服务业市场主体的内生动力、创新活力、增长潜力,是当务之急。

国务院近日批复同意在沈阳市、南京市、杭州市、武汉市、广州市、成都市开展服务业扩大开放综合试点,试点期为自批复之日起3年。这是自2015年北京率先实施服务业扩大开放综合试点以来,该项重磅试点首次在副省级城市落地。

广州的加入,为试点工作首次注入来自粤港澳大湾区的力量。粤港澳大湾区经济实力雄厚,创新要素集中,服务贸易优势突出,不仅具有劳动密集型的服务业,高附加值的知识密集型、资本密集型的服务业更占有相对优势。广州的服务业扩大开放综合试点将立足港澳、协同世界,在推动我国服务贸易高质量发展上发挥重要作用。如广东省的专业服务、技术服务、金融服务、电子商务和信息服务业以及知识产权服务等知识密集型领域,日益成

为服务贸易发展的新引擎。香港发达的金融业和高端科研实力,可带动区域制度和行业与国际标准接轨,提升整体服务水平。澳门作为连接中国与葡语国家的典范,长期以来凭借“一国两制”制度优势和语言文化的独特魅力,充分发挥对接葡语国家的窗口作用,在推动粤港澳大湾区服务贸易发展方面取得了一定成效。

会展业既是我国现代服务业的重要组成部分,也是关联所有产业的前导型和平台型产业,在促进生产、扩大出口、提振消费、推动技术进步等经济领域所发挥的作用具有独特性和不可替代性。在未来的我国服务业扩大开放综合试点中,特别是在促进服务贸易高质量发展上,会展业必将同过去几十年在我国制造业对外开放和国际贸易发展所发挥的不可替代作用一样,继续展现其独特的作用和强大的爆发力。可以预见,在未来一段时期,以扩大服务业对外开放为牵引,以推动中国经济高质量发展和满足人民美好生活向往为目标的服务业题材

展会将大量涌现,从而使会展在促进我国服务贸易高质量发展方面的作用体现得淋漓尽致。

当前,我国在商品贸易、服务贸易、对外开放、扩大消费四大领域共打造了广交会、服贸会、进博会、消博会四大国家级会展平台。不同于实物产品,服务产品“看不见、摸不着”,更加注重体验与交流。因此,服务贸易交易更加需要线下会展场景推广。如服贸会自创办以来,已成为各国企业展示和传播服务贸易发展新业态、新模式、新理念的一个重要平台。在大数据、互联网、人工智能、元宇宙等领域发布了一批新技术、新应用、新成果、新方案。2022年服贸会有上百家企业和机构进行成果发布,为服务贸易的发展注入新的动力和活力。此外,我国还在进博会专门设立服务贸易展区,同时举办上交会、服博会、数交会等一系列重要展会,加快推动服务贸易发展。

粤港澳大湾区服务贸易发展基础雄厚,以会展促进服务贸易发展近年来更是迈出了坚实步伐,开启

了在区域层面举办服贸会的先河。2022年12月下旬,2022粤港澳大湾区服务贸易大会(简称服贸大会)以“一会展两地”模式举办,与服贸会形成“一南一北”发展格局。本次服贸大会是粤港澳大湾区首次以服务贸易为主题的大型综合性展会活动,主会场设在珠海,会展业高峰论坛——“粤港澳大湾区会展高质量发展论坛”在澳门举行。其中服贸大会设有2.5万平方米的展览展示区域,通过“展示+互动”“线上+线下”的方式,聚焦粤港澳大湾区在数字贸易、会展服务、品质生活服务等领域发展特色。服贸大会期间,举办1场主论坛及7场分论坛、33场产品发布及推介路演活动、55场商务洽谈会,为推动粤港澳大湾区服务贸易高质量发展搭建了高品质服务平台。从北京服贸会到粤港澳大湾区服贸会,我们看到了中国会展业的一个新增长点正在形成。

(文章仅为作者观点,并不代表本报立场。本栏目署名文章涉及版权,转载请沟通白名单。)

展现世界 展示精彩

中国国际贸易展览中心 集团公司
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CORPORATION

会展传真

杭州时隔11年 重启烟花大会

本报讯 杭州市日前召开的2023年春节烟花大会工作部署会议透露,由杭州官方组织的新年烟花秀于2月5日举行。烟花秀由亚运会杭州市运行保障指挥部部署、杭州市商旅集团承办,于元宵节当天在钱塘江南岸奥体中心区域推出,以“政府放、群众看”的方式传递新春祝福,烟花燃放时间约30分钟。(余航)

第37届中国·秦淮灯会 实施预约准入

本报讯 第37届中国·秦淮灯会将于2月3日至5日在南京夫子庙、老门东等景区举办。一年一度的秦淮灯会是南京市春节、元宵节期间最聚人气、最有年味的特大型节庆活动。

今年春节期间,景区日均客流超30万人次,已恢复至疫情前客流量。南京市公安局发布的信息显示,针对今年灯会的特点,当地紧密围绕“守住烟火气、拧紧安全阀、体现人情味”的工作理念,按照“预约准入、单向通行、远趋近疏、分级管控”的总体策略,制定了周密的安保工作方案和应对措施,确保灯会平安有序进行。

据了解,根据总体策略,2月3日至5日,每天10时至22时,南京夫子庙、老门东景区实施预约准入,游客凭预约码入园。预约不需要支付费用,广大市民如在该时间段前往景区,须提前扫描二维码预约。(宗赫)

首届湖南旅发大会 带来引擎效应

本报讯 首届湖南旅发大会日前闭幕。大会带来的引擎效应、眼球效应、窗口效应、民生效应在假日期间得到集中释放,湖南文旅市场强势回暖。

统计显示,大会期间,湖南共接待游客1567.58万人次,同口径比2022年春节假期增长71.33%,高于全国增幅48.2个百分点;全省实现旅游综合收入159.88亿元,同口径比2022年春节增长66.45%,增幅高于全国36.4个百分点。其中,张家界武陵源核心景区和天门山景区分别接待游客19.75、16.33万人次,岳麓山—橘子洲景区接待游客60.53万人次,实现旅游收入701.39万元,东江湖景区接待游客21.18万人次,实现旅游收入5491万元。

据了解,湖南省将办好第二届全省旅发大会,实施湖南文旅省外客源地、新媒体矩阵、“四站一场”、视觉创意、文旅融合提质等五大推广传播(引流)工程,开展全省文旅消费促进系列活动。(柳燕)

APS科隆亚太采购会 时隔四年回归

本报讯 2023科隆亚太采购交易会时隔4年后将在德国科隆展览中心线下举办,具体时间是2月28日至3月2日。本届展会以促进亚太制造欧洲贸易推广为主旨,产品范围涉及五金工具与DIY产品、园林及休闲产品、家居消费品以及今年新扩充的汽配和建材卫浴产品。预计将有500家亚洲制造商参展,其中来自中国内地的参展商为400家。

科隆亚太采购会是欧洲地区专注于远东地区源制造的贸易采购展,每两年举办一次,依托科隆国际五金博览会品牌与买家数据开展推广活动,是五金、DIY、家居、家电、园艺和休闲领域亚太地区制造商与欧洲及北美地区采购商沟通交流及订购平台。(臧志谱)