

创新会展·企业篇

励展投资布新局 深耕中国市场

■ 本报记者 兰馨

励展博览集团(以下简称励展)近日宣布,未来将以励展(中国)投资有限公司(以下简称励展投资)身份深耕中国市场。

在业界看来,励展进入中国市场四十多年,先后在华设有全资子公司,并与中国多个行业专业展会合作,成立国药励展、励展华博、励展华群、励展华百、励扩展览、励进展览等合资企业,已在市场资源方面具有竞争力,未来将是其提升励展在华市场品牌影响力的时机。

“2023年,励展将与中国合作伙伴拓展在华业务版图。”励展博

集团大中华区总裁郑智生表示,继续利用展会平台为客户创造商业价值,促进行业快速发展。

对励展方面来说,2023年,中国加大经济发展,特别是中国政府及各地方政府相继出台举措促进国内线下展会恢复,支持企业出境参展。在此背景下,励展描绘新的会展业务蓝图,将用一系列“组合拳”服务市场,并将在多个行业开展战略布局。

据记者了解,随着疫后全球范围市场的逐步升温,励展大中华区计划在2023年推出多个新展览项

目,除2023印尼雅加达汽车工程智造论坛、马来西亚吉隆坡举办的东南亚包装工业博览会外,励展今年将在中国推出三个新展览项目——昆明国际花卉园艺展、华南日用百货商品展、深圳智能网联和新能源汽车技术展。

励展方面表示,随着中国市场升温,国际参展商和专业买家将重返励展在中国举办的线下实体展会,励展将利用其全球网络助力企业进入海外市场。今年7月,励展将恢复举办中国国际瓦楞展,预计有30多个国家和地区的100多家企

业参展,超过110个国家和地区的海外观众与会,满足过去三年积压的采购需求。

记者注意到,在恢复中国线下实体展外,励展在展会数字化上也投入了力度。其中,“励展通”以线上线下结合的混合方案服务国内外客户,礼品线上采购平台“礼贸通”为客户全年推广产品、商务配对、获取线索和达成交易提供服务。

励展博览集团是国际展览业协会(UFI)净零碳排放宣言的创始伙伴,与母公司励讯集团(RELX)共同制定到2040年实现净零碳排

的路线图,在中国发布“Go Green 绿色低碳”计划,从意识、办公及展会多维度倡导节能环保,促进绿色转型。

励展在中国推出S-Future可持续未来跨界交流平台,联合PCHi推动可持续美妆理念及产品开发实践在中国的落地,双方出品可持续美妆系列专题片《一碳究竟》。7月中旬,励展将推出上海国际发泡材料及胶粘带展,将发泡材料和胶粘制品上下游企业带入全新的应用市场和国际市场,推动全产业链可持续发展。

雄鹰京宠展 首设跨境电商区域

■ 仲信

由北京雄鹰国际展览有限公司主办的北京国际宠物用品展览会(以下简称雄鹰京宠展)日前在北京中国国际展览中心(顺义馆)闭幕。

据了解,这是宠物行业举办的2023年开年的第一场大型专业展,规模12万平方米,约有1200余家展商参展,万余个品牌集中亮相。

雄鹰京宠展创办于2014年,经过十年发展,已经成为宠物行业内极具规模与影响力的行业盛会之一,也是行业品牌推广、新品发布、市场开拓、商务贸易、数据发布的专业服务平台。

雄鹰京宠展是一场大型新品展示会。本届展会设六大展区,展品涵盖宠物衣食住行,以及美容洗护、医疗、训教等与宠物行业相关的各类产品。在新设的跨境电商、德国、新西兰、加拿大、韩国及宠物文创市集展区,海外品牌类别丰富,多个国际知名品牌呈现百花齐放的景象。

本届雄鹰京宠展期间还举办了第三届中国宠物产业发展大会(PIDC)、宠物新品孵化营、世界宠物医疗学术论坛、中国宠物行业渠道峰会暨第四届预防医学(赋能)论坛、中国宠物行业跨境电商论坛、萌宠大讲堂等近70场活动。



谢雷鸣摄



多方协力 中展集团助2023年开年首展举办

第35届北京图书订货会(以下简称图书订货会)日前在北京中国国际展览中心(朝阳馆)拉开帷幕。本次展会是北京中国国际展览中心2023年开年首展,也是一年多来北京中国国际展览中心(朝阳馆)首次开门迎客。

作为北京中国国际展览中心(朝阳馆)在防疫政策调整后首展亮相的北京图书订货会,历经三十余年风雨,仍以勃勃生机给予出版行

业及会展业界信心与动力。

自图书订货会展期确定起,中展集团各业务板块互通互助,大家齐心协力,推动首展顺利举办。随着图书订货会开幕,中国国际展览中心(朝阳馆)的门禁系统在时隔一年多后再次开启,迎接全国各地的参展商、观众,重现昔日展会繁忙景象。

在图书订货会开幕前一周,北京中展信合数据服务有限公司(简

称中展信合)项目组多次围绕培训、应急方案、线上系统等内容进行布置与测试,同时在中国国际展览中心公众号开通注册通道,并利用多个公众号开展预热宣传。

面对图书订货会参展商、观众,中国国际展览中心集团有限公司充分发挥全产业链优势,管理、工程、运输、广告等协同配合,确保本届图书订货会在运输、搭建、广告、通讯、安保,以及进场货车规划

疏导、展台设施施工维护、应急通信车沟通协调、进场布线通信工程等方面顺畅。

值得一提的是,北京中国国际展览中心(朝阳馆)的餐饮不再只有盒饭一种选择,便利店、咖啡馆成为观众逛展“补充能量”和小憩的场所。展馆内停车、会议室也进行了升级维护,崭新的“国展”形象出现在广大观众的面前。

(中展信合 供文)

北京图书订货会规模创新高

■ 仲信

会之最。

本届北京图书订货会设置14个展区,涵盖社科、科技、少儿、经济、法律、文教、古籍、美术、数字出版、馆配馆和相关产业等。众多名家、专家学者在展会现场分享新书故事、探讨产业发展。本届北京图书订货会还通过知名博主推介、直播间带货等形式拉近出版业与读者间的距离。

展会同期还举办形式多样的文化活动,如

北京图书订货会论坛、中国出版发展报告会等重磅论坛、大家读好书、新闻发布厅、“红沙发”系列访谈、全国馆社高层论坛等。

首次开通“社长荐书”直播间,邀请各大出版社的社长、总编、骨干人员走进订货会直播间参与多种活动。展会利用出版专业网络平台优势,联合行业及主流媒体,通过社长荐书和图书现场展示为读者带来丰富的文化体验。

会展新说

后疫情时代国际峰会竞标的国际新常态

■ 胡中华

2月16日,法国驻华大使馆发文宣布调整中国来客入境政策,取消对来自中国的旅客实施的疫情限制。同日,2023年欧盟主席国瑞典宣布将从2月18日开始取消本国针对自中国入境者的临时限制措施,并表示申根区成员国已经同意即日起逐步取消针对自中国出发旅客的入境防疫要求。

可以说,中国市场的回归,象征着国际会展跨国出行正式开始全方位恢复。国际核心会展大国和地区因较早开放而赢得的、大致一年的国际峰会竞标的时间优势即将走入尾声。事实上,自中国宣布新冠病毒感染由“乙类甲管”调整为“乙类乙管”以来,英国、日本等一系列国际峰会竞标大国骤然活跃起来。一个例子是新加坡会展局驻欧洲办事处为增大落户我司旗下的国际峰会的可能性,特意带上新加坡航空和相应的目的地管理公司,从比利时布鲁塞尔办公室前往法国里昂,通过商务午餐深化合作关系。

不可否认,三年疫情给国际会展行业带来了巨大冲击,其中一个变化便是在国际峰会竞标中,国际核心会展大国出现政府补贴的情况。补贴计算中,除了包含我们较好理解的,以恢复本地航空旅行业为目的的考量指标,还融入了以国际

峰会对地方产业发展和供应链重组的拉动作用的考量因素。换句话讲,“一事一议”的国际峰会补贴策略已经不再是中国特色的竞标“杀手锏”。笔者基于过去几年收到的国际标书的观察,发现部分国家的峰会政府资金补贴力度在加大,不少项目与我国疫情前一线城市政府补贴不相上下,有少部分甚至超过我们,连目的地的会展局的同行也承认这在过去并不常见。

众所周知,国际会展大国在过去的国际峰会竞标过程中一直以全面且到位的会展局服务著称,基本坚守“零补贴”的行规。然而,新冠疫情发生后,各国会展、旅游、餐饮和酒店业迎来几乎毁灭性的打击,疫情危机对国际供应链的冲击也加快了全球生产体系的调整,回流乃至重构的步伐。鉴于经济结构的重塑无法一蹴而就,为加快切实提升产业供应链的韧性和安全水平,国际会展大国不约而同地发力国际峰会。在这方面,传统欧洲老牌会展强国英、法、德的转型最为突出。

去年底,英国会展局同行向笔者详细介绍了今年英国国家级的“商务会展发展方案”的情况及其补贴政策。目前,国家层面的专项国际峰会投标补贴相对少见,绝大多数情况补贴来自地方政府。

然而,英国不但设置专门的国家级补贴,还明确表示不排斥同一国际峰会项目获得国家级和目的地的政府级别的双重补贴,这使得英国在国际峰会竞标中脱颖而出。此外,英国会展局在国际峰会竞标领域格外活跃,一旦峰会题材与英国时下国家经济发展息息相关,他们就会主动联系地方行业领先企业和产业园,进一步扩大竞标补贴资金。上述措施连同英国较好的会展配套设施,密集的国际航班,使英国成为国际峰会竞标国的耀眼明星。

法国方面最为知名的是其疫情防控解封初期公布的“1亿欧元的会展救市计划”。该计划对国际竞争中法国战略性行业的核心展会予以资金补贴,并设专门份额用于招徕国际买家。法国也是会展局与地方政府商务局有机联动的最佳范例,在制药、基础研究和科技三大领域格外明显。其中,代表范例当数法国旅游大区卢瓦尔河大区。该大区把国际峰会竞标与地方经济建设直接融为一体,设立一个统一的机构“Solution & co(解决方案与合作部)”。

法国与德国一直是国际峰会竞标不设政府补贴的典型代表。核心竞争对手纷纷调整策略,德国自然不甘落入下风。变化体现得

最为突出的便是首都柏林。笔者去年在德国国家会展局同行引荐下,与柏林会展局相关负责人取得联系,详细了解了柏林国际峰会竞标资金补贴的最新态势。德国国家会展局同行也向笔者引荐了慕尼黑会展局。慕尼黑会展局同行介绍说,“我们一直都有专门的资金补贴,只是不对外公布。只要跟慕尼黑产业相关,就会全力投标。”慕尼黑会展局也是受地方政府商务局分管而不与旅游局挂钩的德国机构代表。

像慕尼黑这种“一事一议”的补贴政策在亚太地区也能看到,体现得最为活跃的国家便是新加坡。据新加坡国家旅游局同行反馈,他们的资金补贴由两部分组成:一部分是与会展项目自身规模直接相关的,如人数规模、天数、对应国家、项目结构等,它们有专门的计算公司,输入数据后可得到第一个参考数值;另一部分是与国际峰会的主题相关的,若题材与新加坡经济发展紧密相关,他们会对补贴资金进行调整修订,以大幅度提高新加坡中标的概率。在亚太国际峰会竞标竞争中同样活跃且大力投入的是中国香港,这得益于香港相对成熟的国际会展生态,包括香港贸易发展局的积极有为以及地方企业在投标时的大力配合。

亚太方面,政府国际会展补贴此前相对保守的代表是日本。日本国家旅游局同行今年年初向笔者介绍说,日本也推出了国际峰会的资金补贴政策,代表城市为东京和第二大城市大阪。鉴于日本国土面积较小且国际航班相对集中,东京与大阪两地就此成为国际峰会竞标的老对手。这导致东京的补贴政策中出现一条有趣的条文——“东京必须是日本国际峰会目的地竞标的唯一城市”。

西亚方面的国际峰会目的地当属以色列。以色列除了在峰会竞标上特别踊跃,还曾直接通过政府补贴的方式向欧洲相关行业协会提出打造专题国际峰会,并使其永久落户以色列。南半球的活跃目的地当数澳大利亚,该国早在2021年便设立了5600万澳元的专项会展救市政府资金,其旅游局的国际峰会资金补贴力度也较大,这让下手较晚的邻居新西兰懊恼不已。

最后,笔者也观察到,三年疫情以来,国际会展大国的会展局在行政结构上逐步与旅游局分离,并往地方政府商务口靠拢甚至融合。在一线权威国际会议的竞标上,项目对目的地产业和经济因素拉动作用的考量开始大于过去的、经典的旅游拉动贡献指标,例如房晚的数量。国际峰会竞标团队构

成中,政府商务部门乃至市长、省长办公室开始挂帅,会展局退居配合的角色。

较之于中国,传统的会展大国本就具备行业起步早、发展成熟的产业优势,在国际峰会竞标领域实战经验丰富且活跃度高,现在又主动采纳、推行我国“弯道超车”的国际峰会竞标战术——政府资金补贴,这就使国际竞争进一步加剧。如果说国际展览是商品流动的加速器,那么,国际峰会就是产业结构改革的催化剂。核心国际会展目的地大多是世界主要经济体,其国际峰会竞标“一反常态”的表现也在一定程度上反映了其产业重组的决心。我国正处于产业体系升级发展的关键时期,国际峰会对于实现在重点领域提前布局、全面提升产业体系现代化水平的作用格外明显。在国际峰会竞标新常态下,我们需要知己知彼,根据实际情况及时作出调整,尽快迎头赶上。

(作者系法国智奥会展国际部项目经理)

李华

(本栏目文章涉及版权,转载请注明出处)



会展传真

上海发出会展业回暖强音

本报讯 上海近日举行的全市商务工作会议透露,今年开年以来,上海市、区两级行业主管部门持续优化扶持政策,全力创造良好的市场营商环境,为上海全面建成国际会展之都保驾护航。

1月20日,上海市政府印发《上海市提信心扩需求稳增长促发展行动方案》,支持会展行业恢复重振。上海支持各类展会加快复展,对2023年在沪举办的对外经济技术展览会给予补贴;支持会展行业提升能级,对引进具有全球影响力的权威机构认证的展览项目给予补助。

1月30日,上海市浦东新区商务委、上海市浦东新区贸促会围绕吸引品牌集聚、强化服务保障、提升便利化服务方面发布十项举措,支持会展业高质量发展。具体包括“十四五”期间,对新落户的跨国会展公司地区总部、大企业总部、营运总部、区域性总部,根据考核评定企业、个人对浦东新区的综合贡献及权益贡献,可在五年内每年获得一定奖励;对开展国际性、专业性会展项目的会展企业,经认定或复核,根据企业对浦东新区的综合贡献,可在五年内每年获得一定奖励;用好浦东新区“1+1+N”人才政策,加大会展人才引进等。

2月11日,《青浦区提信心扩需求稳增长促发展行动方案》发布,支持会展行业重振。上海青浦区鼓励企业组团参加国外大型知名展会、博览会等经贸会展活动,对企业组展实际发生费用给予资金资助,最高100万元;对虹桥国际会展产业园建设初期涉及到的租赁、装修等费用予以补贴,最高300万元;对新引进通过全球展览业协会(UFI)认证的会展企业及其投资的子公司(占股超过50%),给予500万元的一次性奖励。(伊宇)

众多游艇商确认参展消博会游艇展

本报讯 记者日前从海口国际投资促进局获悉,第三届中国国际消费品博览会游艇展暨中国(海口)国际船艇及生活方式展将于4月在海口举办,阿兹慕、巴伐利亚、蒙特利等知名游艇商已确认携新品参展。(李华)