

创新会展·项目篇

第三届消博会优化消费供给提振信心

■ 本报记者 兰馨 谢雷鸣

4月10日,第三届中国国际消费品博览会(以下简称消博会)在海南海口开幕。作为“消费提振年”活动的重要组成部分,本届消博会以“共享开放机遇、共创美好生活”为主题,助力消费恢复和升级。本届消博会展览面积较上届增加20%,60多个国家和地区的超过3300个消费精品品牌参展,300多个品牌发布千余种新品。意大利为主宾国。

商务部副部长盛秋平表示,办好本届消博会,有利于进一步优化消费供给、提振消费信心;有利于充分展现海南自贸港建设成果,展示自贸港营商环境和合作机遇;有利于推进高水平对外开放,与世界共享中国大市场机遇,为全球经济复苏提供助力。

消博会组委会有关负责人表示,本届消博会以“提升影响力、线下国际化”为办展目标,展示一系列优质商品,举办一系列丰富多彩的活动,打造一系列沉浸式、体验式场景,营造良好消费氛围,激发消费活力。值得一提的是,本届消博会参

展国别数、品牌数和采购商数等核心指标均有提升。

搭建全球优质产品平台

“一口气在消博会现场参观了8个展馆。”一位北京观众表示,他重点关注全球消费品首发首秀展品,认为他与每个展馆的展品都有合作的可能。

在业界人士看来,消博会已成为推动全球商品和服务对接的桥梁,全球优质产品在此集中展示,中国超大规模市场带来的吸引力可见一斑。

消博会为多国开展合作搭建了平台,各国消费精品进入中国市场获得了展示和交易机会。美国雅诗兰黛、日本资生堂、新加坡OSIM傲胜等已连续三年参展。与前两届相比,本届消博会全球头部企业更加集聚,新增部分细分行业的全球头部企业,如德国雨果博斯集团、德国大众集团。其中,德国大众集团系首次参展,它此次携宾利、兰博基尼、保时捷、杜卡迪亮相,参展面积达816

平方米,与首次参展的英国路特斯、连续参展的意大利玛莎拉蒂形成汽车矩阵。

安永连续第三年参展消博会,此次携多个智慧产品亮相。安永围绕扩大消费、可持续发展、数智化转型和自贸港创新发展等重要课题分享前沿洞察和创新成果,发布了《安永服务海南自贸港建设特别报告》,还联合“得到”App举办“前沿课·海南自贸港”系列课程发布会。

安永中国主席、大中华区首席执行官陈凯表示,消博会的举办,是“中国开放的大门只会越开越大”的生动注脚,对加快建设海南自由贸易港具有促进作用。安永把消博会作为展示自身创新与变革的舞台,彰显安永持续深耕中国、服务海南的决心。

“香港时尚”拓内销市场

“消博会是连接香港与祖国内地以及国际市场的重要平台。”香港贸易发展局(以下简称香港贸发局)华南首席代表黄天伟表示,前两届

消博会,香港贸发局携40多家香港企业参展,拓展内地市场庞大的消费市场。

近年来,香港品牌受内地消费者青睐。本届消博会期间,香港时尚馆内22家香港企业展示了50多个优质品牌展品。黄天伟强调,消博会不仅能促进内地和香港企业的合作,更是港商开拓内销市场的有效平台。

为更好地满足内地市场需求,香港时尚馆既有B2B展区也设置了B2C展区,展品涵盖食品、保健品、个人护理产品、时尚服饰、手表等中、高端产品。让广大消费者感受香港时尚魅力,香港时尚馆在现场设置互动区,举办超过30场活动,涵盖产品介绍环节、有奖互动游戏、寻宝打卡香港时尚馆,与观众现场互动。

法国带来新产品

记者了解到,法国已连续第三年成为参展消博会规模最大的外国国家展团。法国今年展示的15个享有盛誉的品牌涵盖美容、时尚、生

活艺术、食品和葡萄酒烈酒,共计28家展商、336个品牌,品牌数量同比增长50%。法国馆通过举办各种活动让观众感受产品魅力、体验法式生活。

“法国国家馆内设置了B2B商务平台专门展示区。”据法国商务投资署相关负责人介绍,为让中国消费者和专业人士轻松购买和对接优质法国产品,法国政府在化妆品、食品、葡萄酒和烈酒三个领域设立了线上B2B商务平台。

法国驻华大使白玉堂在出席第三届消博会法国国家馆开馆仪式时表示,消费品行业与农业食品行业代表了法国仅次于航空业的第二大出口力量。在中国,尤其是在海南,法国的消费品被广泛传播,受到消费者的欢迎。过去三年,法国对华出口的奢侈品翻了一番。法国连续两年保持中国进口葡萄酒和烈酒第一大供应国。自2021年以来,中国已成为法国化妆品全球出口的主要市场。

第三届消博会将于4月15日结束。

深圳国际会展中心完成智慧化项目体系建设

■ 王乾文

深圳市招华国际会展运营有限公司日前在深圳国际会展中心 CEOC 运营指挥中心召开《深圳国际会展中心智慧化项目》建设成果专家评审会。据介绍,深圳国际会展中心智慧化项目完成了四个方面的体系建设。

一是构建数字创新体系。深圳国际会展中心研制了国内首个全自主可控的智慧会展统一开放平台,完成了国内首个实时动态的超大型会展中心数字孪生;二是管理效能提升。基于数据治理和大数据分析的“展会一张图”,为场馆经营、降本增效、拉通会展产业经济提供支撑;三是服务效能提升。首创对政府、场馆方、主办方、服务商、参展商、观众六大类别对象的智慧化服务和体验需求;四是业主和承建方共同打造“世界一流智慧场馆”,在智慧会展的深度应用方面进行商业价值、降本增效、增值服务和决策支撑等方面的适度优化,在运营阶段持续基于智慧会展统一开放平台进行“敏捷迭代”。

第十八届国际机床展揭示数智创新路径

4月10日,第十八届中国国际机床展览会(CIMT2023,简称机床展)在北京中国国际展览中心(顺义馆)开幕。本届机床展以“融合创新 数智未来”为主题,来自28个国家和地区的1600家制造商参展,美国、日本、韩国、德国、瑞士、西班牙、意大利、英国、法国、印度等13个国家和地区的机床协会和贸促机构组团参展,展位面积达14万平方米。

本届机床展期间举办了2023机床制造业CEO国际论坛、重点领域国产数控机床应用座谈会、NC-Link社区生态大会等丰富多彩的交流活动,以满足不同层面观众的需求,提升观展体验。

创办三十多年以来,在主办方精心培育、全球业界展商热情参与下,在相关合作方与业界同仁的共同努力下,中国国际机床展览会在全球业界的品牌地位和影响力不断提升,在产业链上下游的吸引力和号召力不断加强。2022年,中国机床工具行业生产和消费虽然遭受新冠疫情的冲



击,但全行业经营基本稳定,中国仍然是全球第一大机床生产国和全球最大的机床消费市场。第十八届机床展不仅将成

功搭建机床工具产业与有关各方在世界范围内交流融合的平台,也将为广大学行业企业揭示出数智时代的创新发展

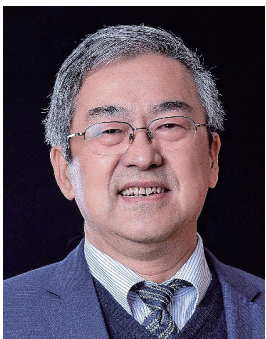
之路。本届机床展将于4月15日闭幕。

(中展集团 供稿)

会展大咖说

2023年一季度中国企业海外参展数据解读

■ 张敏



作者简介
上海会展研究院执行院长
上海大学教授/博导

2023年是中国经济疫后突围的关键一年。当此关头,推动外贸稳规模、优结构,对于全年稳增长、稳增长、稳就业具有支撑作用。年初以来,中国企业纷纷出海参加各类展会,千方百计争取订单、开拓市场。更令人欣慰的是,各地政府主动发力,牵头组织企业出海争取订单,高效提供组团、签证、包机、外联等服务,甚至亲率团队赴海外参展。

今天,中国贸易报发布今年第一季度《中企海外参展数据调研简报》(参见今日8版),对海外参展现象开展了抽样调研,涉及10028家中国企业海外参展相关的44个大行业和646个小行业、包含38个国家与地区的190个海外展会项目,原则上以数量规模排名TOP10为标准,涉及中企参展前10位的展会项目及其举办城市和国别,参展企业数量排

名TOP10的省份、城市以及参展企业的行业归属。本文尝试根据出国参展的竞争指数、目的地指数、行业指数“三把尺子”,对统计数据做扼要解读,希望有助于主管部门针对不同领域的实际问题,不断充实、调整和完善有关政策,实施好稳外贸政策组合拳,继续帮助企业开拓市场、找回订单。

一、是谁在万里奔波找市场

会展是企业间市场,是买家家跨地域集聚的地方。中企产能找需求,海外采购找供给,会展成为成本最低、效率最高的国际市场。之所以如此,是因为会展提供直接沟通的机会,节约了中间费用;提供多样化选择,促成了性价比最优;提供竞争性展示,扩大了产品市场、实现了创新激励。因此,疫情期间政府始终关注会展平台作用,期待线上下线融合、维护发展大循环双循环。所谓竞争指数,取其概念的广义理解,即相关城市参展中企的数量与总量数值对比所形成的相对数,反映的是中国以企业为主体,以省份或城市为单位,在经济复苏过程中如何克服困难赴海外参展的情况。在参展企业数量排名TOP10的省份中,我们看到浙江、广东、江苏三省一马当先,总量占比依次为16.45%、12.11%和7.06%;其余省份(含直辖市)排名次序为山东、上海、福建、河北、北京、天津、河南,依次体现为3.87%、3.66%、2.00%、1.66%、1.61%和两个1.06%。

在参展企业数量排名TOP10的城市中,深圳、宁波、上海居于领先地

位,依次为4.84%、4.11%和3.66%;其余城市包括杭州、台州、广州、北京、青岛、金华、佛山,数量占比分别为2.43%、2.41%、1.90%、1.61%、1.59%、1.49%和1.44%。这中间,台州、金华、佛山三个地级市表现突出,单项指标闯入直辖市、副省级城市的行列。金华的贡献主要来自县级市义乌。与此同时,参展企业排名TOP10的城市,长三角占5个,珠三角3个,京津冀1个,山东半岛1个。这里有必要强调一点,即世界市场需要企业去主动开拓。参加者不一定胜出,但胜出者一定是先参加。海外订单的获取,注定来自竞争。只有参与竞争,才有可能胜出。为此,还须发挥好外贸大省、外贸大市稳外贸的主力军作用,鼓励各地政府因地制宜,出台配套政策,增强政策的协同效应。

二、参展目的地在哪里

由于世界经济复苏乏力,当前外贸领域的主要矛盾是外需走弱、订单下降。中国必须想方设法稳住对发达经济体的出口,同时引导企业深入开拓发展中国家市场,特别是东盟、“一带一路”等区域。一季度数据表明,前往美国、欧盟等发达国家参展的中国企业总量占比为72.38%,前往东盟、“一带一路”参展的中企占比27.62%。

所谓目的地指数,指参展企业选定的展会项目、所在国家和城市三要素及其总量占比所形成的相对数,表达的是展会项目所代表的主题化细分的世界市场情况。就展会选择而言,排名领先、占比居优达两

位数的展会有5个,依次为拉斯维加斯消费电子展、科隆五金家居展、拉斯维加斯五金园艺展、迪拜国际医疗展和法兰克福国际家纺展,总量占比依次为11.49%、4.56%、4.40%、4.29%、4.27%;排名6-10位的展会有5个,依次包括博洛尼亚国际美容展、法兰克福春季消费展、曼谷集约化畜牧展、斯图加特国际紧固件展、吉隆坡国际家具展,总量占比依次为3.85%、3.77%、3.18%、3.16%、2.91%。在展会项目的选择中,我们在消费升级背后看到的是各国人民对美好生活的热烈追求。

参展商数量排名TOP10的知名展会中,德国有4个,其中法兰克福2个,科隆、斯图加特各1个;美国2个,均位于拉斯维加斯;阿联酋、意大利、泰国、马来西亚各1个,分别位于迪拜、博洛尼亚、曼谷和吉隆坡。

在海外出展争取订单这一点上,占比近80%的中小企业、民营企业体制机制更灵活多样、更贴近市场,因而拥有更明显的优势。经济发展有其客观规律,既受实际条件制约,又需要企业家发挥主观能动性。为此,中小企业、民营企业一定要弘扬企业家精神,筚路蓝缕、披荆斩棘,坚定信心再出发,“走遍千山万水、想尽千方百计、说尽千言万语、吃尽千辛万苦”,致力于中国经济再创辉煌。与此同时,外贸不同于内贸,客观上要求政府更好地发挥作用,为企业家走出去保驾护航。

三、立足规模优结构

中国经济正在从外向型经济走

向开放型经济。其根本特征表现为,由供需结构的外部依赖,转向大国经济的内需主导;由两头在外的加工贸易,转向创新开放的价值贸易。这就要求我们自觉践行包容理念,既要稳规模又要优结构,坚持规模基础上的结构优化和优化指导下的数量规模,避免顾此失彼乃至非此即彼走极端。总的方向应该是2022年12月中央经济工作会议的支撑作用。

行业指数是不同行业的参展商数量及其总量占比所形成的相对数,体现的是出口结构。就大行业而言,排名TOP10中数量占优的是4大行业,即建材、五金、机械、电子,总量占比分别为11.29%、8.97%、7.24%、7.22%;排名TOP10中数量略低的是6个行业,即工程机械及配件、电工、医药、食品、照明、家具,总量占比依次为5.30%、4.48%、3.87%、3.60%、3.56%、3.30%。

就小行业而言,排名TOP10中数量占优的是4个行业,即其他电子、紧固件连接件、其他五金、医疗设备,总量占比依次为11.29%、8.97%、2.00%;数量略低的是6个行业,即家用电器、水暖五金、卫浴、其他食品、塑料、装饰家纺,总量占比为1.37%、1.32%、1.31%、1.22%、1.07%、1.04%。

如果对不同城市出国参展的重点行业加以考察,并将其代表性出口限定为5类,那么,在企业参展重点行业数量排名TOP10的城市中,按排名次序是深圳、宁波、上海、杭州、台州、广州、青岛、金华、苏州、厦



会展传真

长三角应急博览会规模进一步扩大

本报讯(记者 兰馨)上海市政府新闻办日前举行新闻发布会,宣布第二届长三角国际应急减灾和救援博览会将于5月8日至10日在国家会展中心(上海)举办。本届博览会将在延续首届线上线下交流、多层次多维度展示、多角度沉浸式体验的基础上,以“推进高水平安全 护航高质量发展”为主题,首次设立主题市、“央企专区”展区。

本届博览会规模将在首届基础上进一步扩大,预计达到10万平方米,参展商超过800家,预计观众突破10万人次。此外,本届博览会将举办1场主旨高峰论坛,还将围绕应急管理、灾害普查、城市安全、智慧消防、应急救援、矿山安全、核应急、综合减灾、安全生产、危化品管理、智慧城市、安全文化等主题,举办二十余场同期专业论坛和研讨。

第三届长沙工程展5月启幕

本报讯 湖南省政府新闻办日前举行的新闻发布会宣布第三届长沙国际工程机械展览会将于5月12日至15日在长沙国际会展中心、长沙国际会议中心举办。

本届展会设立12个室内馆、7个室外展区、23个主题专区,规模达30万平方米。展会同期举办诸多赛事展演、行业论坛。组委会将邀请业内人士解读如何通过运用5G、大数据、工业互联网等前沿技术为行业高质量发展赋能,探讨全球工程机械产业未来发展方向和机械智能化发展趋势。一系列高峰论坛与专题会议将为知识、信息、技术的跨区域、跨行业交流提供便利机会。

据了解,本届展会将进一步注重释放数字化、新能源、电动化、无人化等行业发展趋势,全面展示工程机械领域的新产品、新技术、新理念。

(王迅)

门,参展企业的数量依次为405家、349家、311家、216家、203家、165家、146家、130家、123家、88家。

其中,尤其值得关注的是出口结构。排名第一的城市深圳,参展的5大行业依次是电子、电工、数码及电脑、照明、手机和通讯,5小行业是其他电子、医疗设备、专用灯具、家用电器、电源,一定程度上体现了出口企业的创新追求和展品结构的优化方向。排名第二的城市宁波,参展的5大行业是五金、建材、照明、工程机械及配件、机械,5小行业是其他五金、水暖五金、紧固件连接件、暖通制冷、室内灯饰照明灯具。排名第三的城市上海,参展的5大行业是机械、五金、建材、工程机械及配件、医药,5小行业是医疗设备、紧固件连接件、其他电子、门窗五金、地板。排名第四的城市杭州,参展的5大行业是五金、建材、家纺、医药、纺织,5小行业是装饰家纺、其他纺织、其他五金、床上用品、纺织面料。排名第五的城市台州,参展的5大行业是机械、建材、五金、工程机械及配件、汽车配件及售后,5小行业是阀门、水暖五金、卫浴、泵、暖通制冷。限于篇幅,其他城市不再赘述。

综观上述中企出展的行业归属可以发现,目前阶段,参展中企的所属行业仍然主要为加工制造业,企业要想真正做到出口结构创新优化,还有一段路要走。

(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,转载请开通白名单。)