《中国展览经济发展报告2023》在南昌发布

中国展览业国际化发展获更多机遇

■ 本报记者 胡心媛

制图 高志霞

中国贸促会近日在江西南昌举办的第十九届中国会展经济国际合作论坛（CEFCO2024）期间发布了《中国展览经济发展报告2023》（以下简称《报告》）。

记者从《报告》中了解到，2023年，中国展览业发展呈现五大特征：中国经贸类展会全面恢复至疫情前水平，展览业经营主体经营情况不断恢复向好，企业重启出国参办展，加大市场开拓力度，国家级展会成为引领展览业复苏排头兵，展览馆实际运营数量和利用率大幅提升。

展览业正在全面恢复

《报告》显示，展览业呈现全面恢复态势。从区域分布来看，展会分布呈现明显的区域集聚特征，中国东部地区举办的经贸类展览项目数量和面积均领跑全国，京津冀地区、长三角地区、珠三角地区仍是热门展览区域。从行业分布来看，工业与科技类展会在数量和面积上均居各行业展览首位。

随着线下展览市场需求的回暖、展览业的逐渐恢复，展览业相关市场主体的经营情况不断向好。中国展览企业2023年营业收入与利润不断恢复，中国多个展览业上市公司实现扭亏为盈或利润大幅增长。

国际会展市场向好

随着国际交往的逐渐恢复、经济形势不断复苏向好，中国国内企业纷纷重启出国参展办展，加大力度开拓国外市场。

数据显示，2023年，中国贸促会共审批计划出国展览项目1240项，实际执行900项。其中，出国参展822项，出国办展78项，涉及71家组展单位和55个国家或地区，亚洲、西欧仍是出国展览主要市场，出国办展项目质量有所提升。

“疫情证实了面对面活动的重要性，线上会议不会取代线下会议。我们需要面对面交流、互动。展会中越来越多企业运用人工智能进行分享，人工智能成为会展业发展中的变革性元素，要注重人工智能对会展业的影响。”国际展览业协会首席运营官阿德琳·万考韦勒特表示，会展业发展要关注客户不断变化的期望和需求，不断学习新技能，打造多样化的行业生态系统，找准定位提高认知度。会展业还要加强行业整合，以应对更加复杂的全球情况。

亚洲展览会议协会联合会主席拿督林烨成表示，如今整个亚洲会展行业焕发了新活力，特别是去年8月份以来，整个行业展会参加人数大幅提升。“中国在展馆数量和面积上具有极大优势，越来越多世界顶级展会来华举办，这给很多亚洲国家带来了新启发。亚洲国家会展行业之间可以加强沟通合作。”他说。

“企业对线下展会需求加速释放，各类展会积极展示新产品、新服务、新技术、新模式，持续发挥畅通经济循环、撬动产业升级、推动区域经济发展的助推器作用，为经济复苏继续贡献力量。”中国贸促会展览管理部部长邬胜荣表示，2024年，中国展览业国际化发展面临更多新机遇。随着我国加快培育外贸新动能、扩大高水平对外开放，中国将持续培育更多国际知名展会，吸引更多国际知名展览企业在国内落户，推动中国展览业国际化水平和国际影响力持续提升。

广告
展现世界 展示精彩
CIEC 中国国际展览中心集团公司
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CORPORATION

信息集结号

约500家品牌将亮相北京摩托车展

本报讯（记者 马晓玥）2024北京国际摩托车展将于5月17日至5月20日在北京中国国际展览中心（顺义馆）开幕。开幕当天正是中国摩托车爱好者的节日——“5.17 我要骑”。

北京摩托车展设置9万平方米、6大展厅，约500家国内外摩托车产业相关品牌参展。展会期间将举办2024中国摩托车产业发展论坛、行业会议、俱乐部集结、安全驾驶培训等各类活动。

作为中国影响力较大的国际大型摩托车专业展会，北京摩托车展创办以来就吸引了全球众多摩托车整车、新能源二三轮交通工具、骑士装备、零配件等品牌参展。该展会搭建了中国摩托车文化互通世界的桥梁。

首届“怀乡怀品”农展会即将开幕

本报讯 1月19日至22日，湖南省怀化市将举办首届“怀乡怀品”农产品展销会。展会旨在促进农产品销售，打造“怀乡怀品”农产品区域公用品牌，助推区域消费中心城市建设。届时，怀化13个县市区的优质农产品将组团亮相。

本次展会以“游福地怀化 购怀乡怀品”为主题，旨在全力打造“怀乡怀品”农产品区域公用品牌，打响怀化农产品本土展会品牌，为本地农产品销售提供新平台。“尝怀品饱口福、看非遗饱眼福、福地有福迎龙年”，展销会期间好“戏”连台，为观众设置了非遗表演、现场游戏抽奖等活动。（牛涞）

新疆新春年货博览会上演新春欢乐购

本报讯 记者日前从乌鲁木齐市商务局获悉，为满足个性化、多样化消费需求，2024（第十六届）新疆新春年货博览会将于1月21日至2月6日在新疆国际会展中心举行。

本届年货博览会展览规模达2.5万平方米，集“中华老字号”及名优品牌产品、农产品、进口商品、绿色休闲食品、酒类乳饮、冷冻食品、水产海鲜、纺织服装、美食餐饮、时尚生活用品、非遗年庆产品于一体。现场划分12个主题展区、800个国际标准展位。届时，有上万种来自全国各地的“宝藏”年货、持续17天的传统年俗展演与观众见面。展会将营造“消费新理念、新春欢乐购”的节日氛围，实现2024年兴会展、促消费的新疆展会“开门红”。（何华）

2024北方糖酒会设置八大展区

本报讯 2024北方糖酒及食品展览会（以下简称北方糖酒会）将于5月9日至11日在国家会展中心（天津）举办。本次展会由中国食品工业协会经销商工作委员会、天津市食品工业协会、天津市调味品工业协会联合主办。

据悉，展会规模预计超过3万平方米，设置酒类、食品、饮料、乳制品、调味品、咖啡与茶、烘焙及肉制品、包装及加工机械8大主题展区，同期将举办10余场论坛，以及中国北方名优酒文化节、中国北方经销商大会、全国省市食品协会联盟会等活动。（李琪）

『澳大利亚服务』借服贸会贴近消费者

■ 本报记者 谢雷鸣

记者日前从在京举办的“永不落幕服贸会”专题活动暨中澳商业论坛上获悉，中国消费者对澳大利亚安全、清洁、绿色的产品和高质量的服务需求较强，中国和澳大利亚的企业在许多行业特别是服务业具有广泛的合作机会。双方企业对合作前景持乐观态度。服贸会作为我国扩大开放、深化合作、引领创新的重要平台，可为双方企业达成更多务实合作提供助力。

“永不落幕服贸会”专题活动暨中澳商业论坛以“共聚商业力量，赋能经济发展”为主题，由澳洲会计师公会、北京境外非政府组织发展服务中心主办。澳大利亚贸易投资委员会大中华区总经理唐睿博（Rob Donelly）在论坛上表示，中国和澳大利亚凭借紧密的经济互补性建立了牢固的经济纽带，澳大利亚企业在中国市场拥有巨大的发展机遇。

据了解，服务业已经成为澳大利亚经济中最大的部门，服务贸易在澳大利亚对外贸易中的比重越来越大。该国的服务出口部门主要集中在旅游业、交通运输业、金融服务业，能为中国快速增长的城市人口在教育、金融理财、建筑设计、绿色科技和旅游服务等方面提供较为成熟的服务。澳大利亚一直积极参加服贸会。

在不久前的2024年服贸会海外推介会澳大利亚悉尼站，唐睿博就表示，澳大利亚自2012年起积极参加京交会（服贸会前身）和服贸会有关活动，服贸会为澳方企业和机构提供了良好的展示平台。新南威尔士州政府投促局联席董事达明表示，服贸会是服务贸易领域的展会平台，新南威尔士州一直积极参加服贸会，期待通过服贸会推动新南威尔士州与中国在商务服务、教育服务、旅游服务等领域的交流合作。

北京市国际服务贸易事务中心副主任周玲在本次论坛上向澳大利亚各类机构、企业发出了邀约。她说，澳大利亚机构、企业可以在2024年服贸会上推介自身优势、发布新技术和新成果、开展推介洽商活动。服贸会将在场地安排、现场接待、贸易对接、宣传推广等方面提供优质服务。

周玲还透露，2024年服贸会将突出国际化、专业化、市场化，更加注重交易功能，广泛邀请境外国家、国际组织设展办会，深化展商联合会作用，继续组建中央企业交易团、中央金融企业交易团和省区市交易团，多渠道、大力度邀请专业观众到会采购，组织“投资中国年”和境外国家专题活动。

佳木斯百场活动温暖“东极之冬”

本报讯（记者 马晓玥）白山黑水，冰雪消费，乐趣非凡。在黑龙江省佳木斯市，人们正在感受冰雪带来的快乐。第二十一届佳木斯“东极之冬”三江泼雪节在这里举办。

作为“大力发展冰雪经济”的生动实践，佳木斯市通过举办“东极之冬”三江泼雪节活动，打造绚丽浪漫的冰雪盛宴，使广大游客感受佳木斯的冰雪之美、民俗之美。活动现场设置冰雕雪雕展示、音乐表演、冰雪游戏、情景演出、非遗文创产品鉴赏等多个板块。

中国旅游研究院发布的《中国冰雪旅游发展报告（2023）》预计，2024年至2025年冰雪季，我国冰雪休闲旅游人数有望达到5.2亿，冰雪休闲旅游收入将达到7200亿元。佳木斯就在抢抓机遇。近年来，佳木斯打造了冰雪文化圈，形成了佳木斯冰雪大世界、卧佛山滑雪场、抚远（黑瞎子岛）新年冰雪嘉年华等一批冰雪文化产业的“标志符号”。

不久前，佳木斯以冰雪为媒，邀请蒙古国、俄罗斯的嘉宾探讨国际冰雪文化产业高质量发展。佳木斯市委书记丛丽在佳木斯首届中俄蒙国际冰雪文化产业高质量发展大会上表示，佳木斯是中蒙俄经济走廊的重要节点、东北亚经济圈的地理中心，将与各界朋友加强交流与合作，进一步拉近彼此的距离，不断推动在经济、贸易、教育、医疗等多领域“开花结果”。

站在东极，望向北方。佳木斯在冬季文旅活动的基础上，进一步拓展延伸，整合体育、教育、商贸等领域，推出“东极跨年夜”、首届佳木斯赫哲族伊玛堪文化节等100场活动，促进冬季文旅、商贸消费增长。

营销手段增多 图书市场再旺

■ 本报记者 钱嘉 文/图

1月11日至13日，由中国出版协会和中国书刊发行业协会主办的2024北京图书订货会在北京中国国际展览中心举办。本届订货会集中展示图书40余万种，展览面积超过5万平方米，展商数量达720余家，馆配采购码洋9660万元人民币，入场观众超过10万人次。

北京图书订货会有“中国出版行业风向标”之称。记者了解到，各省出版机构正在充分挖掘所在地区的文化特色，推出了一批品类丰富的区域特色图书；文创产品及融媒体产品正在成为出版市场的“新宠”，深受读者欢迎；童书出版依旧火热，营销阵势远超以往。

区域特色图书有看点

区域特色图书令人眼花缭乱。

中州大地，古色古香。中州古籍出版社近年致力于中国古代小品文的整理出版，打造“半日闲”品牌。该出版社着重展示了新书“明清小品丛书”，包括《归有光小品》《汤显祖小品》《张岱小品》《金圣叹小品》等。这些小品文从雅致的生活情调中透射出传统文化的精神内核。中州古籍出版社还推出了《玄奘全集》（53册、约1900万字）。该书总策划、中原出版传媒集团总编辑耿相新说，这是玄奘作品首次全面、系统的点校整理。

塞上江南，黄河奔涌。黄河出版传媒集团组织旗下宁夏人民出版社、阳光出版社等6家出版和发行单位参展。《黄河的礼物》《贺兰山东麓》等图书颇具特色。该展区推介了许多脱贫攻坚成果的出版物，如《诗在远方——“闽宁经验”纪事》《出路》《百万大移民》《山河深处》《脱贫与振兴——闽宁镇25年影像纪实》等。

古都北京，文化璀璨。北京出版集团携图书、期刊、文创及融媒体产品参展，共计2000余种产品。现场精品图书展示区重点陈列了“北京文化书系”、《我爱北京》姊妹篇等主题出版物，《穿越北京中轴线》《爱上北京博物馆》等重点新书。《北京史地风物书录全编》、“北京古籍丛书”“北京舆图丛书”等图书帮助读者了解北京的“前世今生”。2024年将上市的“艺文北京丛书”，在传统古诗文中挖掘北京文化内涵。

天府四川，人杰地灵。四川出版展厅采用场景复刻的方式，让读者沉浸式感受蜀道的文化魅力。6000余种川版图书包罗万象，展现着四川出版界的实力：《苏东坡新传》《三苏年谱丛刊》《论苏轼词》《品味东坡》等“三苏文化”图书引人注目；“蜀道文化出版工程”首批成果《蜀道山水关隘文献集成》《蜀道游记文献集成》等厚重宏大；热门图书《熊猫花花》《典籍里的中国》《有人自林中坠落》令读者爱不释手。

童书营销造势阵容强

童书一直是图书市场的重要门类和出版机构的重点板块。接力出版社、湖南少年儿童出版社、和平出版社等出版机构以最强阵容为新书造势，在营销方面不遗余力。

湖南少年儿童出版社的青年编辑尚同乐、唐嘉琪走上前台，为新书代言。“中国文明”新书《中国——我们的文明从哪里来》、“中国建筑”新书《中国民居建筑绘本》、“中国非遗”新书《中国非遗（第二辑）》为小读者打开新世界大门。《火城1938》《笨狼不笨》《我的童年是游戏》《土拨鼠给闪电写信》《矮妈妈和高个子女儿》等一大批新书，集中展示当代童书作家的创作力。《青蛙弗洛格的成长故事》《拯救小熊波莉》《月亮的四等份》等图书是中国出版界吸收世界文化精华的成果。

中国和平出版社社长林云道在接受媒体采访时坦言，当前少儿出版市场竞争激烈，渠道发生巨大变化，需要守正创新，出版有温度的童书，陪伴有气质的童年。

新疆青少年出版社有限公司董事长徐江介绍说，他们此次参展参会，目地有三个：一是借助全国规模最大的图书订货会展示新疆青少年出版社的最新产品；二是与业内人士交流，相互借鉴学习，谋求合作可能；三是接洽客户，征询未来的业务意见。

现场，各参展商纷纷通过线上直播等方式吸引观众和读者。如，宁夏展区首次设立黄河出版直播间和VR体验区，文创展区展示了黄河出版传媒集团打造的“宁遇四季”文创产品，力求“圈粉”年轻观众。北京展区运用AR、VR技术打造的京版好书天幕、文化书墙和融媒体交互终端等新鲜的视听设备，为读者带来沉浸式阅读体验。