

创新会展·企业篇

法兰克福新动作：布局中亚细分市场

■ 本报记者 兰馨

继在中国市场战略布局后，法兰克福展览集团(以下简称法兰克福)在中亚进一步扩张业务版图。记者日前从法兰克福展览(上海)有限公司了解到，今年，法兰克福将在乌兹别克斯坦首都塔什干推出7个品牌展览项目，以提升其中亚地区品牌展览项目的影响力。

根据法兰克福的规划，法兰克福将依托中亚区域的化妆品、纺织品和服装、汽车、物流及运输等产业资源，并利用其已有展览项目的品牌资源，联手区域合作方举办对应的专业展。

“中亚地区是连接亚洲和欧洲的主要枢纽，也是共建‘一带一路’的重要组成部分。”法兰克福展览集团总裁兼首席执行官马赋康表示，

乌兹别克斯坦等国家在连接东西方商贸领域方面发挥着十分重要的作用。尤其是其强大的消费市场、开放的政商环境以及优越的地理位置，使其成为极具吸引力的贸易伙伴和投资目的地。

长期以来，法兰克福关注亚洲市场并持续加大业务布局。在法兰克福全球战略布局中，此次进军中亚市场，特别是进入乌兹别克斯坦这一地处欧亚交汇点的国家，将有助于法兰克福实现全球化的发展目标。

据法兰克福展览集团董事会成员鲍思丰介绍，乌兹别克斯坦作为纺织领域的新兴市场，也是全球较大的棉花出口国，在纺织及服装产业进口及先进技术投资有着较

大潜力。与此同时，其前期市场调研显示，汽车后市场是乌兹别克斯坦制造业的重要支柱之一，但该国欠缺与该领域相关的商贸展会，法兰克福的汽配专业展平台将为乌兹别克斯坦的汽配行业带来新的发展机遇。

根据乌兹别克斯坦区域特点，法兰克福将与 Business Media Central Asia(BMCA)展开合作。后者是哈萨克斯坦(阿斯塔纳)国际汽车零部件、汽车技术及服务展览会，中亚(阿斯塔纳)国际商用车展览会的主办方。双方合作后，将提升这一系列展会在全球的影响力。

今年下半年，法兰克福与BMCA合作举办诸多展会。其中，

乌兹别克斯坦(塔什干)国际汽车零部件、汽车技术及服务展览会，乌兹别克斯坦(塔什干)国际商用车展，兹别克斯坦(塔什干)国际交通运输、基础设施和物流展览会系列展将于10月下旬举办。乌兹别克斯坦国际家用及商用纺织品展览会、乌兹别克斯坦(塔什干)国际面料及辅料展览会、乌兹别克斯坦(塔什干)国际服装及时尚配饰展览会系列展将于11月上旬举办。

法兰克福还将于11月下旬在乌兹别克斯坦举办中亚(乌兹别克斯坦)国际美容美发世界展览会。

对法兰克福来说，乌兹别克斯坦作为中亚最大的消费市场，人口增长、收入增加幅度以及经济和工

业部门的现代化水准持续提升，预计未来乌兹别克斯坦的消费市场还将进一步扩大。

近年来，乌兹别克斯坦寻求经济多样化，正在寻求更多国家和地区的合作。现阶段，乌兹别克斯坦除了大量出口贵金属、纺织品和农产品，还从贸易伙伴国进口机械、设备、运输工具和汽车零部件。通过为海外投资者提供税收优惠、降低进口关税和简化手续等激励措施，乌兹别克斯坦已吸引大量海外投资。

与此同时，全球供应链和贸易模式的变化也为乌兹别克斯坦带来了机遇。作为亚欧之间运输枢纽，乌兹别克斯坦具备地理位置优势，当地政府借此逐步实施投资交通和物流等基础设施规划。

深圳旅游订单 同比增长111%

■ 湛纵

今年春节期间，深圳共举办消费促进活动数量310场次，发放消费券等消费补贴金额5000万元，带动消费金额3亿元。春节假期旅游订单同比增长111%。

调查数据显示，假日期间游客在深圳人均花费为1063.85元，较去年同期高390.86元/人。其中，长途交通、购物、餐饮、住宿的花费占比较高，分别占比21.1%、20.8%、19%、16.7%。

调查数据显示，假日期间，深圳接待外地游客410.31万人，占全市游客的比重为51%，较去年同期高31个百分点。外地游客中，省外游客占全市游客的比重为28%；省内外地游客占全市游客的比重为23%，其中珠三角地区是主要客源地，占全市游客比重达16.7%。携程数据显示，深圳热门客源地前五为广州、北京、东莞、上海、惠州。

春节假期，深圳各大口岸人流如织。为应对客流高峰，边检站工作人员坚守岗位，持续优化边检管理服务，全力以赴保障口岸顺畅通关。

深圳边检总站数据显示，春节假期前7天，深圳边检总站共查验出入境人员506.4万人次，其中出境266.2万人次、入境240.2万人次，较去年春节同期增长689.3%，恢复至2019年春节同期的98%；分别查验出入境交通工具11.5万辆(艘、架、列)次，较去年春节同期增长461.4%。其中，2月12日，深圳总站所辖39个海、陆、空、铁口岸查验出入境人员86.19万人次，创下全面恢复旅检通关以来的单日查验人数最高纪录。



2月17日，第十四届全国冬季运动会开幕式在位于内蒙古呼伦贝尔市海拉尔区的内蒙古冰上运动训练中心举行。本届冬运会是历届全国冬运会中规模最大、项目最多、标准最高的一届。除内蒙古各赛区外，部分比赛项目在北京延庆、河北张家口北京冬奥会场馆举办，共有来自31个省市区、新疆生产建设兵团、港澳地区的35支代表团的3000余名运动员参加竞技体育和群众项目的比赛。选手将在8个大项、16个分项、180个小项上展开角逐。

(毛雯)

天津蓟州区提升区域文旅产业竞争力

■ 本报记者 兰馨

天津蓟州区依托资源优势，激发消费潜能，加快发展冰雪经济。首届京津冀盘山冰雪文化节(以下简称“首届盘山冰雪文化节”)近日

在天津市蓟州区盘山风景名胜区内举办，吸引周边游客近距离感受冰雪文旅。

根据规划，首届盘山冰雪文化

节依托群山林海地貌，开展冰雕雪雕展，融入灯光、电音、雪幕投影、激光投射等现代科技，让游客置身“冰雪王国”，景区还打造梦幻冰滑梯、冰迷宫、冰上碰碰车等多种冰雪娱乐项目。

天津蓟州区文旅部门有关负责人表示，近年来，蓟州区不断丰富冬季乡村旅游新业态，亲子滑冰戏雪、室内戏水等新项目接连落地。这个冬天，蓟州打造“3+6+N”系列冬季旅游目的地。其中，“3”是指3家专业滑雪场，“6”是指6个有特色冰雪项目的景区，“N”是指遍布蓟州区的众多嵌入式的冰雪娱乐场景。

3家专业滑雪场令人瞩目。1月20日，2024年全国冰雪消费季暨“京津冀”欢喜过大年蓟州区冰雪系列活动启动仪式在盘山滑雪场举行。在此期间，盘山

滑雪场依据自身特色，围绕冰雪竞技、戏雪游艺、雪景观光等设置各类优惠促销活动，还在雪具大厅设立“蓟州农品”超市，平价销售盘山冻柿、杂粮、野山珍等特色农产品。

与此同时，蓟州国际滑雪场开启“白+黑”滑雪模式，实现白天和夜晚滑雪的“无缝衔接”。其中，夜场活动持续至2月底，游客们可享受冬日速度与激情、解锁夜滑新体验。

玉龙滑雪场在春节期间继续举办“雪上羊汤节”，进入雪场的游客可以免费品尝羊汤等美食。

6个有特色冰雪项目的景区包括打造冰瀑景观的盘山景区、推出全新升级版冰雪世界的蓟州溶洞景区、包括青少年滑雪等30多种游玩项目的吉姆冒险世界亲子戏雪项目、包含雪地滑索等近

二十项冰雪休闲项目的春山里冰雪嘉年华、推出天空之眼·冰雪传奇活动的车神架景区、推出冰雪项目的悦水梦园度假区。

众多嵌入式的冰雪娱乐场景遍布蓟州区，这就是“N”。休闲采摘园、人民公园冰场、淘跑王国冰雪嘉年华、官庄镇鑫兴家庭农场、下营镇和顺生态园、马伸桥镇草莓基地、穿芳峪镇芳草园、出头岭镇国林合作社基地均为游客提供良好的游玩体验。

上述负责人表示，这个雪季，京津冀冰雪文旅开启梦幻联动。在2023年底启动的京张冰雪文化旅游季上，北京市文化和旅游局推出8条京张冰雪文化旅游季线路，丰富冰雪文化旅游供给，提升冰雪消费体验。依托数字技术，京津冀加快文旅产业要素流通，实现文旅资源共享。

展现世界 展示精彩

CICE 中国国际展览中心 集团公司
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CORPORATION

会展传真

澳门举办 强化会展业软实力培训

本报讯 澳门贸易投资促进局近日举办今年首场以“参与国际专业会展协会的重要性”为主题的在线会展培训，邀请来自中国内地、香港特区、韩国的会展行业资深人士解读实践案例，分享如何利用国际协会的认证机制、人际网络和合作关系，建立企业及品牌形象、拓展业务以及竞投国际会展项目。

据了解，澳门贸易投资促进局自2020年起开展系列会展趋势在线培训。截至目前，已举办13场在线培训，已邀请多名国际会展业界资深人士分享会展业前沿动向以及新技术应用，进一步提升了澳门会展软实力。(伊宇)

今年春节旅游 4.74亿人次创新高

本报讯 文化和旅游部日前公布的数据显示，春节假期出游人次和出游总花费等多项指标创历史新高。8天“超长”假期里，全国国内旅游出游4.74亿人次，同比增长34.3%，按可比口径较2019年同期增长19.0%；国内游客出游总花费6326.87亿元，同比增长47.3%，按可比口径较2019年增长7.7%。

根据商务部大数据，从腊月二十三到大年初七，全国重点商圈客流总量同比增长73%。文化和旅游部推出包含七大板块、25项主体活动的“欢欢喜喜过大年”2024年春节主题文化和旅游活动。

在携程平台，龙年春节灯会搜索量同比翻倍。各地通过举办新春灯会、舞龙表演、庙会市集、非遗秀场丰富群众假日生活。(宗赫)

北京“年味游”收入 比2019年多近三成

本报讯 北京旅游大数据综合监测显示，春节期间，北京接待游客1749.5万人次，按可比口径，同比增长37.4%，比2019年同期增长25.7%；旅游收入286.5亿元，比2019年同期增长27.4%。北京市文化和旅游局方面表示，今年春节旅游市场超预期高涨，全市旅游总人数、旅游总收入等多项指标创新高，颐和园、八达岭长城等景区在春节旅游淡季罕见出现约满的情况，春节假期整体热度超过去年中秋国庆假期。

马蜂窝数据报告显示，“年味儿”十足的北京登上春节假期热门城市榜首，除了故宫、颐和园、环球影城等传统热门景区，地坛庙会、龙潭庙会、厂甸庙会等庙会活动引爆民俗体验游。(伊宇)

文博游成为 成都经济新增长点

本报讯 今年春节期间，成都文博游成为春节消费的新增长点。成都武侯祠成都大庙会、金沙遗址博物馆的“看展+灯会”吸引了大量游客。数据显示，成都全市A级旅游景区共接待游客1103.8万人次，较2023年同比增长13.4%；实现门票收入1.4亿元，较2023年同比增长63.1%。

春节期间，成都文殊坊接待游客超163万人次，最高峰客流超过24万，同比增长309.5%；商家营业额超过2000万元，同比增长204.1%。而天府艺术公园商业街区天府111也同样迎来爆棚人气。数据显示，天府111商业街春节期间日均接待游客超8万人次，营业商户单家日均营业额超100万元，客流、销售均创新高。

旅游过春节、深度体验城市、CITY WALK等正越来越受年轻人和亲子家庭的喜爱，春节新消费模式越来越多元化。(程晓戎)

出境展助力企业破除无效“内卷”

■ 杨耕硕

随着中国品牌从“卖出去”朝“卖得好”转变，中国产业出海已然走过了最初级的阶段。当下，越来越多的中国企业迫切希望“走出去”，以拒绝无效“内卷”。有专家学者认为，在产业转移的“雁阵理论”下，日本、亚洲“四小龙”连续接棒，随后轮到的是中国大陆。

亚马逊全球开店发布的《2023中国出口跨境电商白皮书》显示，中国品牌卖家比非品牌卖家的销售额年复合增长率高出超过50%。可见，品牌出海正在成为时代的新命题。

根据相关估测，2022年总零售额超过千万美元大关的中国出海品牌超过2200个，其中230个头部品牌将超过5000万美元。

有关方面的研究指出，企业在出海过程中存在不少亟待解决的痛点。其中，最大的一个常见问题是渠道，另一个是品牌营销需要转型。尽管不乏为中国品牌转型升级提供平台和工具的海外平台，但不菲的价格不是所有企业都能承受的。这意味着，更多国内企业能在“走出去”过程中迫切需要触达面广、关联性强、有成效的平台，以助力“走出去”企业在最合适的区域实现效益最大化。

有鉴于此，将于3月上旬在新加坡举办的亚洲光电博览会致力于搭建一个光电综合性品牌推广及商贸洽谈平台，汇聚亚洲光电行业最新前沿创新科技及新兴应用市场，促进光电行业上下游的深度

交流及商业合作。笔者认为，亚洲光电博览会作为已举办24届的中国国际光电博览会(简称光电博览会)的首次出境展，将从材料、器件、模块、设备到解决方案覆盖光电全产业链。这一尝试，既助力光电企业“走出去”，也促进光电博览会“品牌”转型升级。这也是中国本土自由会展品牌的“走出去”、实现国际化布局这一发展趋势的体现。

不可否认，光电博览会“走出去”，有赖于过去数十年“中国制造”“走出去”。从代工开始，“中国制造”实现了由弱到强的快速发展，中国品牌由此实现蜕变。同时，中国各产业带集中了中国供应链的优质要素。从规模、分

类和基础设施完善程度来看，中国企业具备“走出去”的实力，中国本土制造业的实力积累和创新能力推动着品牌出海。水到渠成，出海势在必行。

中国企业参与国际分工越来越积极、越来越深入。如今，“中国制造”成为世界经济的重要组成部分。快速发展的中国经济和庞大的工业制造体系，让“中国制造”成为世界上认知度最高的标签之一。无论是服装、礼品，还是电子产品，消费者都能找到“MADE IN CHINA”这一标签。

破除无效“内卷”，逐步实现品牌升级，向全球价值链上游攀升，正在成为“中国制造”当下的新命题。无论是从生产制造品到服务转型，

还是提高生产效率，企业都在抓住新机会，做好品牌建设。这导致更多企业站在外贸的全新起点上。如此看来，展会主办方“走出去”，在为更多中国品牌“走出去”搭建平台的同时，也为自身品牌建设提供新发展机遇。

(作者系深圳贺戎博闻展览有限公司执行总经理)

杨耕硕

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处