工博会：多项创新技术产品将全球首发

当全球最大的德国汉诺威工博会因疫情而停办，规模仅次于它的中国国际工业博览会却将如期举行。顶过疫情冲击后，本届中国工博会展览面积依然超过24万平方米，参展商超2000家，情况好于预期。

更值得一提的是，之前一批曾明确表示要退展的国际展商，在看到中国疫情防控成效后，参展意愿高涨，并最终重返“工博大家庭”，他们将和许多本土企业一道，借今年中国工博会的舞台，实现多项工业领域创新技术和产品的全球首发。

“巨无霸”如约而至 提振全球信心

在工业界，中国工博会目前已成为全球第二大展会，也是唯一以“中国”冠名的国际性工业展会，此前已连续成功举办21届。据介绍，今年中国工博会将于9月15日至19日在国家会展中心（上海）举行，主题是“智能、互联——赋能产业新发展”。

整个展会将进一步跟踪制造业在数字化、网络化、智能化升级中的新成果、新前沿，并展示我国企业在新产业变革中迈向全球价值链中高端的新进展。

据上海市经济和信息化委员会副主任戎之勤介绍，本届中国工博会的体量依然堪称“巨无霸”，展览面积达24.5万平方米，参展商超过2000家。今年将继续设置九大专业展区，不仅涵盖从基础材料、关键零部件，到先进装备、整体解决方案的智能绿色制造全产业链，还贯穿从技术创新、产品创新、模式创新，再到应用新场景的制造业全创新链。

工业和信息化部装备工业一司副司长石红艳认为，当前，我国工业快速复苏，成为经济稳增长的重要推动力，由此，中国工博会的举办“恰逢其时”，将有助于畅通产业链供应链，推动制造业高质量发展；同时，更将进一步巩固国际工业展览界标杆地位，提振全球工业经济信心。

海外展商“归去来” 参展意愿极大

主办方透露，虽然受疫情影响，一些境外组团的中小企业展团无法成行，但是，在境内有代理和投资的国际品牌厂商热情不减。特别是一些上半年曾表示退展的国际展商，根据当前防疫情况，决定重返中国工博会。总体上，海外展商占比达到20%。

今年海外展商和制造业巨头对中国工博会平台的认可，集中体现在“意大利国家馆”的设立之中。本届工博会将设立总面积超过1200平方米的意大利国家馆，包括玛莎拉蒂、歌诗达邮轮等近50家意大利企业将集体参展，意大利机械技术中国展系列活动也将同期举办，深入推动中意两国制造业领域合作交流和产业务实合作。

今年将参与中国工博会的国内外行业“大咖”仍然不少，包括2011年诺贝尔生理学或医学奖得主朱尔斯·霍夫曼、英国皇家工程院院长吉姆·麦克唐纳、瑞典皇家工程科学院院长图拉·泰瑞，还有逾百位中国工程院院士，他们都将借助线上或线下方式参与并发表精彩演讲。

“风向标”效应依然 首发新品云集

中国工博会向来被视为观察工业发展趋势的风向标。今年，在扛住疫情冲击之后，中国工博会将继续代表行业贡献这一独特价值。主办方透露，一批全球首发的技术和产品将亮相，它们聚焦数字化、网络化、智能化，体现出本轮科技革命和产业变革的关键特征。

据透露，ABB、发那科、思爱普（SAP）、上海电气、新奥动力、东土科技等行业龙头将携全球首发产品亮相。其中，作为全球机器人龙头企业，发那科将展示最新研发的协作机器人；工业4.0的主导企业SAP将带来最新的数字化供应链解决方案；西门子、施耐德、欧姆龙、三菱电机等也将把工业4.0、5G、人工智能、边缘计算、工业大数据、增材制造等领域前沿技术的应用和探索带到现场。

与国际巨头相比，本土参展企业也将呈现许多亮点。美的集团将以近1000平方米的展台，全面展示美的向数字化和智能化战略转型的最新成果。

线下线上共聚人气 防控毫不放松

在展会规模保持强势、内容延续精彩的基础上，本届中国工博会也顺应大势，在办展形式上求新求变，将利用互联网技术平衡“人气”与防控压力。

今年办展形式上最大的变化，就是将采取“线下为主、线上为辅”新模式。通过5G直播、虚拟展厅、3D直播等技术，主办方将首开“线上工博”平台，满足观众远程参会需求；还有各种远程、非接触式参展模式。据悉，首批受邀的约1000家展商目前均已入驻“线上工博”平台。

论坛环节是历届工博会的重要组成部分。今年的论坛坚持“少而精、创品牌”原则，重点聚焦创新与新兴产业发展国际会议（IEID），将采取“1+8”模式（1个主论坛加8个专题会议），围绕集成电路、人工智能、生物医药、智能制造等领域开展高端对话。

（文汇报）

贵州酒博会：推动会展经济与产业经济融合发展

现代会展经济，以其高效性、带动性、综合性、汇聚性、科技性、互动性等多重效应，被经济学者称为“经济发展的加速器和助推器”。近170年的全球会展业发展的实践表明，会展业产业关联度高、集聚效应强，具有“一业带百业”的强大经济衍生效应。

9月10日，在中国（贵州）国际酒类博览会举行期间，国内外会展界的行业代表、专家学者、企业家和新老朋友等百余人闻香而来，参加主题为“创新发展 合作共赢”的第四届“会展经济发展论坛”，共话会展经济发展新现状、新形势、新未来。作为中国（贵州）国际酒类博览会的重要议程，会展经济发展论坛自2017年举办首届以来，其影响力、国际化程度日益上升。

基础牢优势足
贵州会展经济生机勃发

近年来，贵州把握新经济的特点，大力发展会展业并取得明显成效。生态文明贵阳国际论坛、中国（贵州）国际酒类博览会、中国国际大数据产业博览会、国际山地旅游大会、中国—东盟教育交流周等一批知名展会和论坛相继诞生，成为具有贵州风格、中国特色、世界水平的专业展会论坛和国际相关行业交流合作的重要平台。贵州省贸促会（省博览事务局）党组书记、会长（局长）张汉林表示，会展业产业关联度高、集聚效应强，具有“一业带百业”的强大经济衍生效应，能够带来源源不断的商流、物流、人流、资金流、信息流，不仅能够直接创造巨大的经济效益，而且还可以带动交通、旅游、餐饮、住宿、通信、广告、物流等相关行业的发展，促进城市发展和提高城市知名度、美誉度。

作为政府主导型展会，也是贵州大力发展会展经济的实践代表——中国（贵州）国际酒类博览会，自2011年举办以来，用真抓实干敞开大门，吸引世界和中国500强企业以及众多客商纷纷登陆贵州寻找商机，并在贵州赚到了真金白银。

十年来，贵州强力推动酒产业全产业链发展，全省酒产量达到27.4万千升、规上工业增加值1089亿元、利润近600亿元，分别增长了2倍、6.8倍、6.7倍。贵州白酒以全国3.5%的产量，实现了全国42.4%的利润总额，保持全国白酒行业第1位。

方法可预期
贵州会展经济潜力巨大

年年酒博会，今年大不同。今年酒博会在疫情防控常态化背景下举办，虽然在规模和活动设置上相较往届略有削减，但活动更加精致，同时将主题分为线上和线下两大板块，在狠抓疫情防控的同时，活动形式新颖“吸睛”。在特殊情况下，本届酒博会如期举办，也是中国战胜疫情、全面恢复经济的一个生动体现。

早在今年6月，贵州省委、省政府便印发实施《贵州省服务业创新发展十大工程专项行动方案》，由省主要领导担任组长，分管省领导分别牵头一项具体工程，全面推进会展服务等十大工程高质量发展。未来几年，贵州将依托气候、生态、交通等优势，坚持国际化、专业化、市场化、集聚化、产业化导向，围绕“一个目标、八大任务”全力推进会展业发展，优化会展服务发展质态，提升会展经济发展水平。

“贵阳市作为贵州省会，连续4年荣获‘中国最佳表现城市’称号，保持着强劲的发展势头。”贵阳市委常委、副市长孙志明说，近年来，贵阳市以国际化、专业化、市场化、集聚化、产业化为导向，持续打造“夏季会展名城，全年活动胜地”。2019年贵阳市共举办各类会展活动986场（个），参会参展人数突破500万人次，展会活动实现直接经济效益近24亿元，综合经济效益达213亿元。

贵州借助会展经济的蓬勃兴起，讲出了贵州好故事，发出了贵州好声音，树立了贵州好形象，促进了经济社会发展。

（贵州日报）

行业资讯

2020，中国会展业将实现有序突破

9月5日，作为2020中国国际服务贸易交易会专题论坛之一，中国会展业权威信息发布会暨会展业推介会在线上举行，现场发布了《2019年度中国展览数据统计报告》》（紫皮书）和《全国会展产业政策法规白皮书2019》（白皮书）以及《中外会展业动态评估研究报告（2018）》（蓝皮书）。

“统计结果显示，2019年，我国会展业数量和面积有了新的增长。相比之下，今年受新冠疫情的影响，全球会展业停摆了半年时间，据预计将出现大幅下滑。”中国会展经济研究会学术指导委员会常务副主任陈泽炎在会上表示，“由于我国防控疫情的成功，在全球率先重启了实体展会，会展业出现了有序的恢复性增长，很多大中城市下半年的会展安排出现了十分可喜的局面。可以肯定的是，2020年中国会展业在全球行业中的比重和地位将会出现明显的提升。”

展会规模扩大取代数量增加

紫皮书显示，2019年，在宏观经济下行压力持续加大的环境中，中国展览业低速增长，展览总数达11033场，展览总面积达14877.38万平方米，数量、面积同比分别增长0.6%和2%。

据陈泽炎介绍，2019年，中国展览业呈现八大特点：

一是规模扩大取代数量增加，成为增长主要动力。二是专业展增长好于消费展，发展结构趋于优化。三是大型展会稳步成长，上海集中全球最多超大型展会。四是展览城市作用增强，举办地集中度提高。五是一城多馆成为常态，展馆建设大型化。六是中国自办展在“一带一路”国家保持增长，“走出去”发展还须加力。七是市场竞争压力增加，展览企业各有应对。八是政府主管部门减少，高校会展专业教育规模可观。

紫皮书还显示，展览面积前100强的展会项目，其“入门”面积数据比2018年又有提高。其中，政府、国资、协会项目44个，外资项目29个，民营27个。从地域来看，上海以40个项目排名第一，广州（14）、重庆（7）、成都（6）紧接其后，北京、天津并列第五，均为5个。

在全国会展产业政策法规方面，白皮书显示，中央一级发布的涉及会展业的政策有6件，包括《国务院关于全面推进北京市服务业扩大开放综合试点工作方案的批复》等。地方政府发布的会展业政策57件，约占总数的50%。

组展商实力仍待提升

在国际经贸环境和地缘政治不稳定不确定、新冠疫情全球蔓延的大环境下，会展业的格局发生了哪些变化，未来趋势将会是怎样？中国在全球会展业的地位又如何？上海大学学术委员会委员、上海会展研究院执行院长张敏指出，中外会展业呈现“阶梯式格局”，欧洲仍处于全球会展业中心，而中国发展迅速，在单项指标上可与世界会展强国德国、英国相匹敌，然而与欧洲、北美整体比较，实力仍有待提升。

蓝皮书显示，根据上海指数（SMI）会展生产力三要素指标体系综合评估，当前全球会展市场呈四区域五梯度分布，欧洲市场仍处于主导地位。德国继续以绝对优势独占第一梯度，综合排名全球第一。

在亚洲市场，中国表现最为亮眼，展馆指数跃居世界第一，综合指标位居全球第二梯度，上升幅度较大，与德国的差距正在逐渐缩小。但组展商实力不足仍是中国会展业发展中面临的主要挑战。

在世界会展城市分布中，中国有上海、广州、北京、昆明等16个城市入围。在此轮评估中，上海场馆设施和展会项目超越巴黎、法兰克福和汉诺威，但组展商实力相对较弱的情况没有明显改变。

对于未来趋势，张敏认为，会展业进入了创新发展2.0时代，线上线下互相促进，未来将以新技术驱动新业态、新模式、新机制，保障各类经贸活动更好运行，中国会展业将在常态化防控中实现有序化突破。此外，作为加快建设国际会展之都的上海，正在编制会展业发展“十四五”规划，提出下一步将持续放大进博会溢出带动效应，提升会展业配置全球资源的能力，打造国际化城市会展促进体系，到2025年全面建成市场机制更加成熟、会展企业更有活力、品牌会展更加集聚、更具全球影响力的国际会展之都。

（国际商报）

会展平台：成就产业链维护与发展

会展业平台服务产业链维护与发展，有必要针对性发力，从产业链支配因素着眼解决问题。这类因素主要有三类，经济规律、创新逻辑和非经济干预。首先，产业链构建服从效益最大化原则，应当在市场化竞争和多对多选择中，由企业自主和市场机制来决定。其次，产业链的性质特点取决于技术创新的成就。技术创新来自生产力源头，体现人与工具的关系，决定专业分工、中间交易和产业链形态，从根本上推动产业链转型升级。第三，产业链扰动变异来自外部的非经济干预，比如贸易摩擦、新冠疫情，借助霸权力量或超级传染力，对产业链的维护和发展形成了灾害性的外部挑战，迫使各界不得不采取非常措施、集中力量来应对。

产业链是资源优化配置的结果。会展业是资源优化配置的平台。基于市场机制的会展活动，由此成为维护与发展产业链的最有效方式。会展业通过市场调查、专题策划和定向邀请，把有条件有意愿加入产业链的买家企业卖家企业，从世界各地集聚于一个主题化时空，围绕品牌产品形成竞争性展示，在多样化选择和认知性互动中，根据效益最大化追求，促成分散式自主决策，进而通过中间交易把企业和企业关联起来。会展业为维护和发展产业链，提供了低成本、高效率、专题性、精准化的资源要素集聚空间和交往沟通服务平台，为产品创新和品牌营销，提供了同台竞技、同行切磋、优势互补、合作共赢的机会，有利于创新激励、技术推广和学习交流，形成了产业链更新发展、转型升级的市场机制。

全球化条件下，产业链的构建再构建过程表现出水平分工国际化和垂直整合一体化两种倾向，分别由行业协会或跨国企业主导。前者依托国际性展会，主要面向自发要求加入产业链、积极参与展会活动的广大中小企业，通过协会牵头、顾客生成的“多对多模式”实现产业链关联；后者借助跨国企业的供应商大会，主要服务于跨国企业在特定地域围绕核心产品组织形成产业链的目标，通过考察吸引、比较选择的“一对多模式”实现产业链关联。然而两者都要根据市场规律优化资源配置，在有效供给与需求、技术规范与创新、契约约束与自主的框架内，造就中小企业群的链条式体系化合作。

近期长沙、合肥等城市，浙江、江西、山东等省份，为了维护和发展产业链，积极应对外部冲击，着手试行“链长制”，即由省、市主要领导牵头分工负责，利用公共服务的综合协调优势，在更高层面上维护和发展产业链。随着会展业在全国各地复苏，建议相关城市和省份不妨把会展业列入工具箱目录，统筹疫情防控和经济社会发展，协同市场决定和政府作用，策划兴办主要限于专业买家与卖家参与的规模小、收效大的专业类展会，进一步做好产业链维护与发展工作。

（张 敏 上海会展研究院执行院长）

图上看展

光博会“无接触”设备受关注

伴随着空中成像成为未来显示行业的大趋势，“无接触”系列应用也将在智能车载、工程安全、智能家居、终端设备、医疗显示等领域迎来井喷式需求爆发。

9月9日，第22届中国国际光电博览会CIOE在深圳国际会展中心（宝安新馆）开幕，无接触自助终端、无接触电梯按钮终端等多款产品凭借极具科幻色彩的空中成像颠覆了人们长久以来的视觉显示方式，受到了众多现场观众及参展企业的广泛关注。

“数”“智”赋能的中国制造亮相“云上展会”

在9月12日举办的世界制造业大会江淮线上经济论坛上，中国制造加速向数字化智能化转型的新趋势凸显，成为推动我国经济高质量发展的新亮点。

此次论坛通过图文、视频、三维立体模型导航等方式，搭建“云展馆”，将传统的线下展览转变为24小时的线上呈现，展示220多家重点企业及特色产品。

扶贫“大集” 开市大吉

9月12日，山东省暨济南市消费扶贫产品展销周活动在舜耕国际会展中心举行，这次消费扶贫产品展销周以展销会的形式，搭起了消费扶贫产品生产与市场需求的直通车，将农民的“钱袋”和市民的“饭桌”连接在一起，将山东省与中国西部地区的扶贫事业连接在一起，以实际行动帮助贫困地区和贫困人口实现增收脱贫的目标。