

中国会展业：“十四五”锚定“质变”

2021年的这个春天,正值“十四五”开局起步之时。承前启后,谋划大局,各行业都在关键时刻锚定方向。记者注意到,《政府工作报告》在“2021年重点工作”中明确提到,“加强贸易促进服务,办好进博会、广交会、服贸会等重大展会”。

与往年不同的是,今年“两会”期间,多位代表委员的议案、提案提出,“十四五”期间加快会展业的规划与规范发展建设。这意味着,会展业不仅被多地政府纳入“十四五”期间重要的战略,也将向高质量发展迈进。

开启新征程

“十四五”时期是我国开启全面建设社会主义现代化国家新征程的第一个五年。高质量发展、新基建、新消费,数字技术产业化,制造业、服务业数字化,这些赋予中国会展无限空间和发展机遇。“中国会展经济研究会常务副会长储祥银接受记者专访时如是说。

储祥银分析认为,“十四五”时期,中国会展业将呈以下趋势:一是从规模扩张向质量提升转变,会展专业化、品牌化、市场化进程加快;二是展览服务模式将发生深刻变革,会展与新技术深度融合,“互联网+”、新技术广泛应用,将在会展形式、内容设定、观展方式、观展体验、信息获取、营销场景、营销方式、服务模式、社交场景等方面发生深刻变革;三是会展与国家战略、地方产业结构调整升级深度融合,与实体经济粘附度更高,产业会展成为补齐和延展产业链的重要平台;四是绿色会展、生态会展加速推进,引领会展产业升级;五是以国内“大循环”为主体,在国内国际“双循环”下相互促进的新发展格局将深刻影响和主导我国会展业发展,在今后一段时期,以国内市场为主要对象的展会将成为“主角”,以出口为导向,吸引海外参展商和采购商参与的国际展会成为会展服务模式创新的新课题;六是会展行业竞争、城市竞争加剧,建设大型会展综合体、打造会展名城,培育会展品牌成为提升城市竞争力的重要手段。

品牌建设提速

“在‘双循环’新发展格局中,会展将发挥更大的作用,并提升国际话语权。”广东会展展业协会会长,广州大学中法旅游学院教授刘松涛博士认为,会展业将迎来高质量发展时期。

与此同时,“双线会展”迎来发展机遇。一是政府大力支持。2020年4月13日,商务部印发了《关于创新展会服务模式,培育展览业发展新动能有关工作的通知》(以下简称《通知》)。《通知》要求,“积极打造线上展会新平台,促进线上线下办展融合发展”。举办线上展成为会展业发展的新机遇,2020年春季广交会官方宣布改为网上举办,成为线上展的标志。随后,多地政府出台了扶持政策,针对性地支持线上展发展,为线上展提供了良好的政策环境。二是市场快速反应,包括腾讯、阿里等互联网巨头跨界进入会展业,为线上展提供强大的技术支撑,一批主动创新型会展主办方积极应变,并在2020年春季广交会举办之前试水线上展,并结合线上直播、“云展示”“云对接”“云洽谈”“云签约”等形式,取得了成效。不可否认,疫情对线上展带来了巨大挑战,也迫使主办方、参展商、观众等参与并做出了变革,线上展的进程被提速,“线上+线下”的“双线会展”模式将逐步普及。

此外,区域合作加强。疫情下,全国会展资源的合理配置,共融共享、区域合作将是“十四五”的一大发展趋势。

另外,营商环境将持续优化。2019年,国家层面先后发布《国务院关于取消和下放一批行政许可事项的决定》《商务部办公厅 海关总署办公厅关于做好境内举办涉外经济技术展览会备案管理工作的通知》等政策文件,不断优化展览业发展环境,持续深化展览业“放管服”改革。

形成新业态

“会展业要把握发展契机,除了将展会打造成为服务国内‘大循环’的枢纽平台,更要走向国际市场,打造国际国内互动的桥头堡。”浙江米兰特商务会展股份有限公司董事长潘建军表示,《政府工作报告》中提出“稳中求进,高质量发展”,表明中国经济已从追求速度向追求质量转变。因此,会展业提升高质量发展是应对挑战的有效策略。

潘建军认为,我国已经明确2022年北京冬奥会、冬残奥会将如期举办。这表明,我国对疫情有效防控的信心,也显示中国在积极推进全球经济和社会生活恢复中主动作为,带头推进国际间的正常交往。这预示着国内在本土会展恢复的基础上,国际会展板块也即将恢复。随着中国的积极推进,中国会展的国际板块将随着国际赛事的恢复同步恢复。

潘建军强调说,随着数字经济在我国的逐步推进,会展的双线融合办展将成为发展趋势。“双循环”新发展格局在带来对外开放需求的同时,也给中国会展国际化带来重新定义,即不再是本土展会展商和观众的国际化,而是向办展目的地的国际化演变。

此外,资本洼地的中国会展业将经历一轮“补涨”,民族资本的出现令会展的资本从财务投资向战略投资转变,赋能将成为中国会展业选择资本的主要依据。另外,数字经济催生在线展览向数字展览升级,推动部分会展数字化探索者和先行者从生产要素和创行体系,即从业态结构到组织形态,从发展理念到商业模式产生全方位变革和突破。(中 贾)

首届中国跨境电商交易会3月18日在福建福州开幕,聚焦“链接跨境全流域,共建电商新生态”为主题,以“一展买全国,一站通全球”为目标,为传统外贸和跨境电商间打造一座产销相通、共赢合作的桥梁,实现内外双循环的更好互促,疏解疫情影响下跨境贸易的堵点和痛点,推动传统外贸数字化转型。

此次展会展出规模72000平方米,设置四大展区:跨境电商综合平台展区、跨境电商服务商展区、跨境电商供货商家展区、跨境电商品牌宣传展区,共吸引了全球33个跨境电商平台,35个全国出口型产业带,200+家跨境电商服务企业、2000+家外贸供货企业参展,预计有逾25000名来自全国各地的专业客商到会。

在数字化经济新时代,中国跨境电商交易会选择落户福建福州,得到了外贸、跨境电商业界的高度关注。业内人士表示,通过引进中国跨境电商交易会,积极

响应国家大力发展跨境电商新业态的要求,以及福建省打造国家数字经济创新发展试验区、福州建设中国数字应用第一城的定位,推动数字经济在外贸领域的实际应用,把全国跨境电商资源导入福州,助力数字福建建设。

在跨境电商综合平台展区,亚马逊全球开店、eBay、阿里巴巴国际站、新蛋等国际知名跨境电商平台和欧美、非洲、东南亚各区域特色平台参会,很多平台还将召开2021年首场招商推介会;在跨境电商供货商家展区,集中展示了数码电子、家居装饰、餐厨日用、玩具母婴、鞋服箱包、园艺户外、汽摩配件、宠物用品等跨境电商热

已成为国内皮革企业走向国际市场、国际产品进入中国的窗口

中国国际皮革展将于8月开启

本报讯(记者 史晓菲)记者日前从中国皮革协会获悉,历经二十余年的发展,由中国皮革协会与亚太区皮革展有限公司联合主办的中国国际皮革展(ACLE),将于2021年8月31日至9月2日在上海新国际博览中心如期举办。

中国国际皮革展每年参展企业达1200多家,吸引了来自美国、巴田、意大利、德国、西班牙、韩国、土耳其等30多个国家和地区的展商参展。如今,此展已成为中国规模最大、影响力最广的国

际性皮革行业盛会,更成为了国内皮革企业走向国际市场、国际产品进入中国、上下游企业进行商贸洽谈的重要贸易平台和不可替代的交流窗口。

主办方介绍,中国国际皮革展是国际级展会,是全球皮革行业引人注目的焦点。自成立以来,皮革展每年吸引了成千上万的买家,主要来自中国皮革制造和鞋类及皮革制品生产的主要省份。

目前,中国的皮革工业是世界关注的焦点,中国是世界成品革产量最高的

国家,对生皮、皮革化工、皮革机械的需求巨大。以鞋类为例,数字显示,从鞋类地区产量来看,中国依旧是世界上鞋类生产和出口的第一大国。2019年中国鞋类产量占全球的55.5%,为全球鞋类产量占比最大的国家。另外,中国是世界第一汽车生产国,占全球总量的30%,对汽车皮革和汽车内饰的需求巨大。

据悉,中国国际皮革展是寻找生皮、半成品革、皮革化工原料、皮革机械

的最佳选择。国内皮革厂家利用这个平台进行商务洽谈,进口原材料,完成加工,出口或供应成品皮革给国内厂家做成品。海外知名制革厂也将向国内制鞋和汽车皮革进口商介绍其优质皮革和鞋材。2021年展会期间,除常规前来参观的2万余名专业观众外,主办方还将组织多个国内、国外专业买家现场洽谈;并组织举办鞋包革、服装革、沙发革制品名企设计师、采购负责人对接沙龙,以及多场专业论坛与新品现场发布会。

明确“设计引领、内外循环、全链协同”定位

中国(广州)国际家博会带动行业稳中提质创新求变

3月18日,第47届中国(广州)国际家具博览会在广州开展。据了解,本届家博会于3月18日—21日、28日—31日分两期举办,覆盖民用家具、饰品家纺、户外家居、办公商用及酒店家具、家具生产设备及配件辅料等大家居全产业链全题材。

展会精准施策,创新发展,以不断提升品质、效果和服务全力为行业提振信心,为“后疫情时期”家居企业的发展蓄势赋能。

中国对外贸易中心副主任徐兵介绍,为落实商务部提出的“家居等传统消费要升级”要求,服务构建新发展格局,满足企业和行业的新诉求新期待,本届家博会以“促进家居行业传统消费升级、服务构建新发展格局”为主题,在中国对外贸易中心(集团)的全力推动和支持下,在集思广益、深入调研、系统研判的基础上,基于行业形势和展会实际情况,紧扣行业和企业

当下和未来最为关注的重点和热点,重塑展会“设计引领、内外循环、全链协同”的新定位,在新定位的引领下稳中提质、创新求变。

展会增强了设计引领功能,设计展区大牌云集,高峰论坛同台竞技;“CIFF设计之春”当代中国家具设计展“集结中国最具影响力的原创设计家具品牌齐聚家博会,为业界呈现全新的设计理念与潮流;“2030+未来办公方式展”等系列顶尖主题展各擅胜场,精彩纷呈。

增强了内外循环功能,内销民用家具板块的规模和质量进一步提升,并聚焦设计师、经销商观众群体精心打造“设交圈”“经英圈”,外销深化“全球合作伙伴计划”及“跨境电商开发计划”,持续擦亮传统金字招牌。

增强了全产业链功能,民用家具展、

办公环境展及设备配料展覆盖设计端、制造端及消费端,全产业链全题材特色鲜明,更与上下游房产、家装等行业跨界延伸、相互赋能。

完善了数字化服务,升级打造“云看家博会”和系列云服务,推进线上线下一体化发展,为广大展商和观众带来更好的与会体验和更多的价值创造机会。

记者在现场看到,展会不仅吸引到各大顶级设计品牌展现家居设计新风采,还有喜临门、雅兰、慕思等多个行业知名企业优选其内销展精品亮相,以畅通国内大循环,构建共融共生新格局。为更贴心、更专业地为展商服务,主办方持续深化数字化渠道招商,利用家博会微信、官网、小程序、抖音等自媒体平台及全球1100多家合作媒体渠道精准传播品牌亮点,与行业组织、企业共同举办高峰论坛

进行案例分享,同时启动“CIFF全球合作伙伴”计划,重点邀约在华国际采购商到会;深化“跨境电商开发计划”,广泛邀约家具家居跨境电商卖家到会选品看品,并在现场举办跨境电商选品大会,为跨境电商卖家与品牌提供交流和对接的平台。据悉,展会现场还将举办国际采购商与展商对接会,并借力线上平台邀约更多国际采购商在展会期间发布采购需求与展商对接。

据了解,家博会是全球唯一以全产业链、全题材为特色的大家居博览会,不仅以设计端、制造端和消费端的全覆盖为行业呈现丰富亮点,更进一步相互促进、彼此融合、跨界延伸,已在3月和9月两大全球展会黄金时段、珠三角和长三角两大最具活力经济圈形成了春华秋实、双城魅力的发展格局。(封梅康)

今春广交会继续网上举办

据中国商务部近日消息,第129届中国进出口商品交易会(广交会)将于4月15-24日在网上举办。这是该展会连续第三次采用线上形式。

商务部称,当前形势下,继续在网

上举办广交会有利于巩固疫情防控和经济社会发展成果,维护外贸产业链、供应链畅通运转。

本届广交会展览题材与上届保持基本一致,出口展按16大类商品设50个展

区,进口展设6大题材,所有展区自开幕之日起同时上线。继续设立展商展品展示、供采对接、跨境电商等板块,提供信息展示、即时沟通、预约洽谈、贸易配对、直播营销等服务。此外还将专设“乡村振兴”专

区,设置专区;在消费展区设置体育用品及赛事专区、美妆及日化用品专区和绿色智能家电及家居专区;在医疗器械及医疗保健展区设置生物医药专区。后续,招展工作还将按照“成熟一个,设置一个”的原则,设置其它专区。

进博会技术装备展区节能环保专区,为我国能源与环保企业搭建一个国际交流合作平台。

第四届进博会公布首批参展商名单

均为世界500强和行业龙头

今年11月5日至10日,第四届进博会将在上海如期举办,企业商业展规划总面积约36万平方米,截至目前,报名、签约面积已超过规划面积的60%。它将继续秉承“综合展,专业办”的办展方向,技术装备展区除设置能源低碳及环保技术专区之外,还在筹划集成电路专区、数字工业专区和工程机械专区。

此外,还要在汽车展区设置智慧

绿色复苏”为主题,聚集全球优势资源,为我国能源与环保企业搭建一个国际交流合作平台,助力中国如期实现2030年前碳达峰、2060年前碳中和的目标。

目前,能源低碳及环保技术专区已经设有超1.1万平方米的展览面积,吸纳近50家知名参展企业,后续将继续扩大规模,并优化专区结构。

(人 民)

疏解跨境贸易堵点和痛点 推动传统外贸数字化升级

首届中国跨境电商交易会在福州举办

地,去年福州自贸片区响应国家“六稳”“六保”部署,帮助企业纾解接单难的问题,举办“出口跨境电商政策宣讲会”“外贸企业转型跨境电商高峰论坛”等多场跨境电商活动,助力企业抗疫渡难关,出海找市场,积极推动传统外贸转型和数字化升级。

福州自贸片区管委会副主任梁勇表示,中国正致力于发展跨境电商等新业态新模式,支持企业开拓多元化市场,制定跨境服务贸易负面清单等。同时,数字中国建设峰会已连续三届在福州成功举办,推动了数字福州建设跨越式发展,数字经济呈现出快速发展、集聚发展的良好态

势,作为外贸领域践行数字化战略的具体行动,首届中国跨境电商交易会在福州举办具有特殊的意义。

梁勇表示,中国跨境电商交易会 will 搭建国内国际双循环的部署和全球跨境电商持续大阔步发展的风口,借助国家对行业高度重视和全方位创新扶持的利好,以及去年RCEP签署为跨境电商打开新的增量市场,充分发挥福建省的跨境电商发展底子好韧性足的优势。

首届中国跨境电商交易会组委会代表邓海表示,2020年,受疫情影响,国内外贸易行业发展受到巨大冲击,许多传统外贸企业面临着转型升级,跨境电商因其政策

首届消博会吉祥物亮相



3月18日,中国国际消费品博览会倒计时50天暨吉祥物发布会在海口举办,以海南长臂猿形象为原型设计的展会吉祥物“元宵”正式亮相。

图为首届中国国际消费品博览会吉祥物“元宵”。

郭程/摄

利好,前景广阔成为对外贸易的一种新业态、新模式,也成为福建推动外贸出口转型升级的强劲动力。中国跨境电商交易会备受关注,展会面积由原定的42000平方米扩展到72000平方米,吸引了跨境电商领域主流平台、服务商企业、全国各地展商、实力产业带,采购商报名人数日渐攀升,成为备受重视的国内跨境电商专业展会。

此次展会期间还将举办2021年“丝路电商”国际合作论坛、中国跨境电商金融资本高峰论坛、中国跨境电商出口电商行业指数发布仪式暨福建跨境电商产业对接会、跨境DTC品牌增长论坛、跨境电商海外仓专场高峰论坛、中国跨境电商科技大会、跨境电商人才培养高峰论坛等数十场行业活动。首届中国跨境电商交易会是由商务部外贸发展事务局、福建省进出口商会、福建茶源国际展览有限公司主办。(龙 敏)