

山东济南会展业按下“重启键”

今年预计举办各类展会活动120余场

5月20日下午,随着山东国际会展中心疫情防控演练活动的开始,已暂停7个月的济南会展业按下“重启键”。

记者获悉,6月1日至3日,2022第八届中国(济南)绿色建筑与新型建筑工业化展览会、第17届中国(山东)国际装备制造博览会、第47届中国(山东)国际医疗器械博览会三台展会将同步在山东国际会展中心亮相。

本次会展业的重启,标志着山东济南会展经济全面进入复苏状态。济南本次线下展会的恢复举办是一个强烈信号,这不仅意味着会展行业能恢复运转,还代表与会展相关的一系列上下游产业都能全面复苏,将有望带动济南全领域消费的逐渐升温。

5月20日下午,济南市商务局、市公安局、槐荫区疫情防控领导小组、槐荫区商务局、张庄街道办事处、山东国际会展中心及20多家办展单位相关负责人参加了疫情防控演练。济南市商务局会展办相关负责人表示,要严格落实核酸检测阴性结果24小时时间限制,加强展会期间安保力量,成立展会防疫现场督察队,全面监督各环节工作执行。

山东国际会展中心和各组展机构表示,一定严格执行各项防疫规定,坚持“以展促贸、以展引资、以展兴市、以



展扬名”的发展思路,为济南建设黄河流域国家中心城市和强省会建设贡献会展力量。

据悉,5月以来,济南市商务局联合市疾控中心、市卫健委、市公安局、槐荫区有关部门、山东国际会展中心及各组展机构多次召开复工复产工作准备会。按照国家、省、市疫情防控要求,结合各相关单位综合保障能力,严格筛查

参展商来源地,严格落实参展人员核酸检测、健康码查验、测温以及场馆消杀等工作要求,对展会审批、展会疫情防控管理、展会备案等环节进行科学评估,制定复展方案,稳步推进复展工作。此次演练活动正是对前期各项筹备工作的一次综合验收。

为充分发挥会展业经济发展助推器的作用,助力济南经济和民生疫后全

面复苏,积极响应济南市委市政府复工复产要求。济南市商务局、公安局等职能部门以疫情防控为前提,以经营发展为目标,“宽严并济”开展工作,一方面建立严格的疫情常态化防控下展会审核机制,同时建立展会网上申报、审批流程,协调场所码对客流量的限制等事项,为参展商提供更多便利。

在济南文旅集团统一部署下,会展集团也坚持疫情防控和复工复产“两手抓、两手都要硬”的原则,充分做好复展前的准备工作,全力投入展馆安全生产检查、基础设施改造、运行设备养护、服务技能提升等各项保障工作,确保展会安全可控。

据悉,2022年至今济南市已延期、取消展会50余场,面对严峻形势,会展集团不等、不靠,按照文旅集团统一部署,专门召开动员大会,并开展“解放思想大讨论”,开展客户座谈会、会展技能大比武、场馆服务提升月、运营“金点子”征集以及全员营销等活动,深练内功,夯实基础,为复工复产蓄力。复展期间时时关注疫情发展最新动态,力争合理安排展会档期,反复调整不下百次。按现有展会排期计划,预计2022年济南市将举办各类展会活动120余场。(济南时报)



5月21日,据重庆两江新区召开的加快建设产业功能区大力实施“链长制”工作推进会透露,两江新区会展文创产业将重点打造会展文化交流主客厅、时尚创意产业聚集区、体育产业双核核心区、文创融合发展示范区。

数据显示,两江新区文化产业增加值在重庆全市占比达到12%以上。截至今年一季度末,已集聚会展文创企业500余家,规模以上企业达到174家。去年,悦来国际会展城会展直接收入同比增长31%。

两江新区相关负责人表示,文创会展产业将明确打造会展文化交流主客厅、时尚创意产业聚集区、体育产业双核核心区、文创融合发展示范区等重点发展方向。

其中,会展文化交流主客厅方面,从“场馆运营”转变成为会展产业综合服务,打造世界级展会项目聚集地,同时兼顾论坛赛事、演艺展览等,形成演艺中心、艺术和图书馆藏等多层次、多元化文化艺术作品供给体系。

时尚创意产业聚集区方面,大力引入时尚总部企业高端时尚产业资源,通过“创意+”商业消费和“时尚经济”深度融合,引导新零售、体验消费、服务消费集聚发展,打造一批城市文化艺术新地标。

体育产业双核核心区方面,龙兴片区以竞技体育为引领,打造两江体育IP,全力推进全域文、体、旅一体化发展。悦来片区打造青少年品牌赛事和俱乐部制运动基地,并充分利用悦来慢行系统公共空间,举办马拉松等特色体育赛事。

文创融合发展示范区方面,做强工业设计、做实新媒体内容设计,构建人才培养、影视后制服务等综合影视摄制服务功能区,推动引入网络视听、直播文娱等平台,打造直播、电商、原创节目为主的直播文娱产业综合中心。同时,打造以金山片区——保税港区为主的创意设计时尚走廊,以龙兴片区为主的体育运动、影视体验等城市休闲旅游项目。

今年,两江新区会展文创产业链将进一步完善《两江新区会展文创产业“十四五”行动方案》,出台“1+N”产业政策体系,因地制宜打造产业集聚载体,着力培养产业专业人才,围绕软件、AI、动漫游戏等专业人才缺口,通过龙头企业平台招引、本地专业院校及培训机构订单培养,为新区会展文创提供智力支撑。(中经)

陕西省明确提出扩大会展消费

日前,陕西省人民政府办公厅印发《陕西省进一步激发消费活力促进消费增长三年行动方案(2022—2024年)》(以下简称《行动方案》),明确提出扩大会展消费。

《行动方案》具体措施包括,出台陕西省促进会展经济高质量发展指导意见,聚焦重点优势产业,支持在陕举办国际、国内知名展会,鼓励引进国内外知名展会项目和会展企业落户陕西,积极培育陕西省专业类消费业品牌展会。陕西

省会展业经过多年发展,已经成为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台。

《行动方案》明确要求高质量办好丝绸之路国际博览会、欧亚经济论坛、中国西部文化产业博览会、西安丝绸之路国际旅游博览会等品牌展会。同时评选奖励优秀示范展会,建立50家重点会展企业“一对一”跟踪服务机制,培育壮大龙头企业,推动会展业高质量发展,逐步增强会展业对消费的拉动作用。(三秦)

浙江义乌启动2021年境外展会等项目补助申报工作

为做好义乌市2022年中央外贸发展专项资金中小企业市场资金申报工作,浙江省义乌市商务局、市财政局研究制定了《义乌市2022年中央外贸发展专项资金中小企业市场资金使用办法》,标志着2021年度境外展会、境外商标注册、境外专利认证等补助申报工作正式启动。

本次补助支持主体为2020年进出口额低于6500万美元的在义乌市注册的外贸企业,主要对境外展会、境外认证、境外商标注册、境外专利申请、出口信保等项目给予支持。项目应当在2021年1月1日至12月31日期间已实

施。支持标准为对境外认证、境外商标注册、境外专利申请等项目予以优先、足额支持,支持比例为80%。对境外展会项目,支持比例为80%。欧盟和G7国家单个展位4万元封顶,其他地区单个展位2万元封顶,每家参展企业单个展会补助不超过4个展位。项目只支持展位费,报名费等其他经费不予支持。与市级境外展会政策不重复享受,资金不足时支持比例统一下调。市级境外展会项目(除线上展、代参展外)也通过“中小开”资金申报渠道申报。省自办展、政策性重点展项目已享受上级资金补助,不能享受本次补助。(浙报)

展会快报

江西赣州将举办第九届“家博会”

展示南康家具高质量发展成果

日前,记者从江西省政府相关部门获悉,中国(赣州)第九届家具产业博览会(以下简称“家博会”)将于5月28日至6月3日在江西省赣州市南康区举办。本届“家博会”由国家林草局、江西省政府指导主办,将以“打造具有全球影响力的家居制造之都”为主题,突出展示新时代南康家具高质量发展的最新成果,全面展示南康区实施“三强”战略及推动家具产业数字化转型的工作成效。

据了解,本届“家博会”将是打破疫情阴霾、激发行业信心的盛会。业内人士表示,在当前国际疫情复杂、国内疫情反复的大环境下,人流、物流、信息流受限,企业原材料、人工成本不断增加,本届“家博会”的举办有助于提振士气。

记者从展会主办方了解到,本届“家博会”将汇聚行业巨头、采购商、经销商,采取线下展览展示与线上“家博会”相结合的模式,以1个主会场加9个家具分会

场联动,以1个开幕式加14个配套活动的举办形式,将令展会具有活动多、形式新、紧跟时代的特点;还将呈现“一展两馆”,其中,家居美学馆展示国内外品牌家具,赣州会展中心展示南康品牌家具,两者各有侧重,各有特色,相互呼应,将成为本届“家博会”“促销”的“双核”。

据介绍,本届“家博会”还将突出展示数字经济的运用,推出家居元宇宙、虚拟数字人、虚拟直播间、数字云货架。为

落实“双一号工程”,本届“家博会”将集中体现展览展示、招商引资和订货交易三方面成果,让本届“家博会”真正成为家具界大咖云集、采购订货和招商签约的盛会。为推动招商工作,主办方依托“家博会”这一平台开展招商大会、高峰论坛等活动,推动A家居、仁豪家居、林氏木业等一批重大项目集中签约。

家具产业是南康的传统优势产业、首位产业、富民产业和扶贫产业,当地形成了集加工制造、销售流通、专业配套、家具基地等为一体的全产业链集群,是赣州市目前最具特色、规模最大的产业集群之一。(中国贸易报)

福建省组织2022年外贸云展会系列活动

家居装饰品专场5月28日线上启幕

为鼓励企业线上参展、争取订单,福建省商务厅2022年继续组织福建外贸云展会(以下简称“云展会”)系列活动,稳外贸。近期,省商务厅公布2022年福建外贸云展会11个项目清单,主题涵盖RCEP区域专场及轻工日用、家居生活、石材建材、食品、机电等多个行业专场。

今年首场云展会——家居装饰品专场将于5月28日至6月11日举办。福建省作为全国最大的家居装饰品加工生产基地之一,家居装饰品出口额位

居全国前列,本场云展会将帮助福建省家居装饰企业在疫情持续的大环境下继续通过互联网开拓国际市场,获取订单。本场云展会依托线上展示平台,以专业水平打造3D虚拟线上展厅,通过实体建模、VR全景、云端引流等技术手段,还原线下参展与采购的沉浸式体

验感,让展位面积和位置不再成为限制参展商人气因素。

为强化云展会对接成效,帮助参展商和采购商在展会前建立沟通渠道,实现精准对接,承办单位为供需双方提供线上精准配对服务。采购商可通过平台询盘功能发布自己的需求,参展商

可在后台实时查看并回复采购商;采购商浏览展会时,只需点击进入参展商的3D展厅并选中任意产品,即可查阅产品的详细规格。此外,采购商与参展商还可使用视频通话等功能,开启线上“一对一”洽谈。(闽宣)

考虑入驻或协助两个中心招商。“东博会”将首次提供境外展品留购服务,未售境外展品可在中国—东盟特色商品集聚中心留购并常态化展示。本届展会全年布局系列专业展,提质旅游展、林木展、糖业博览会、世界米粉大会等现有专业展;首次将农业展从主展中独立出来,错开时间举办,扩大规模;增办2022年中国—东盟建筑业暨高品质人居环境博览会。(桂文)

第十九届“东博会”筹备工作全面展开

5月18日,中国—东盟博览会(以下简称“东博会”)秘书处介绍,第十九届“东博会”重要贵宾邀请、主题国活动、招商招展、会议论坛等筹备工作正在有序推进,东盟国家积极参展,展位需求提升。

定于今年9月举办的第十九届“东

博会”将全面创新“云上‘东博会’+实体展”模式。实体展展览总面积为10.2万平方米,约5400个展位。本届展会计划举办高层论坛24个,新增首次举办的部长级高层论坛5个。目前,“东博会”招商组展工作已全面铺开。东盟10国计划使用展览面积约1.16万平方米。

马来西亚、越南将包馆,老挝、缅甸展位需求同比分别提升56%、25%,新加坡、菲律宾参展规模高于去年。

记者获悉,第十九届“东博会”采取多种创新举措,提升中国—东盟经贸中心运营水平,加快建设中国—东盟特色商品集聚中心。东盟主办方表态积极

声音

中国会展业如何布局全球会展市场?

受疫情影响,百年变局加速演进,国际会展行业形势变得更为复杂。疫情带来许多不确定因素,但对于会展业发展也是一把“双刃剑”。中国会展业如何在疫情冲击下谋生存、求发展,并在不久的将来更好地迎接国际市场竞争,成为每一位会展人关注重点。

布局全球会展市场

会展业是企业间的市场平台,担当着全球要素本土化和本土企业全球化重任,应该有重点有步骤地率先实现重启,以有效对冲经济下行压力。上海会展研究院执行院长张敏认为,中国国际进口博览会与中国进出口商品交易会、中国(北京)国际服务贸易交易会、中国国际消费品博览会等政府主导型展览会与约1.1万个市场驱动型会展活动一起,成功稳住了中国

外贸外资基本盘。特别是第三届、第四届进博会如期举办,为会展业提振了士气。为此,重启会展业的总体策略应是“防疫优先、精简观众、双线融合、确保发展”。

中国会展经济研究会副会长、北京第二外国语学院经济学院院长刘大可对中国会展业发展的战略机遇进行了概括。首先,中国政府高度重视会展活动在推动国际交流、落实国家战略、提升国家形象等方面的功能,这决定了由政府主导的赛事、展览、会议等活动将拥有持续增长的空间。其次,随着中国向更加注重经济增长质量和人民生活品质的新时代迈进,会展业将从以促进经贸为主转型升级为以促进经济、文化、艺术、体育等多轮联动为主要目标,会展活动的功能将更加多元,类型将更加丰富,对经济社会生

活的影响会更加深远。最后,中国在数字会展领域不仅具有巨大潜力,而且有望成为全球引领者。

进一步谋划中国会展业世界布局,进博会是一个重大机遇。上海对外经贸大学中德国际会展研究所所长黄辉提出,虽然疫情反复影响了全球会展业复苏,但进博会的连续成功举办体现了中国的大国风范,提振了全球会展业的信心,以上海为中心的进博会“朋友圈”正在形成。相信疫情之后,中国会展业能成为全球会展业第一梯队的领头羊。

推进数字化大转型

数字化是近两年会展业应对新冠肺炎疫情的重要法宝,但会展数字化,并非简单地改变会展的形式。中山大学旅游学院副院长罗秋菊表示,我们要

做的不只是简单地将线下展会搬到线上,而是整合AR、VR等技术资源与线下展会资源,连接实体空间与虚拟空间、智能空间,进而推进展会运营模式变革与创新。其特点是围绕“线上线下一体化”多场景展开,其中,线下展会仍是展会数字化的核心应用场景。

在“后疫情时代”,中国会展业总体上将呈现由经验主导向技术主导转变,由实践创新向理论创新转变,由关注过程向关注结果转变,由项目思维向格局思维转变的特点。长三角城市经济协调会会展专业委员会主任、宁波市会展经济研究所所长任国岩提出,“后疫情时代”对会展从业人员的技能提出了新要求。从谋略密集型视角看,要善于通过举办会展活动,做好顶层设计,贯彻新发展理念,构建新发展格局,更好地服务于国民经济和社

会发展全局;从服务密集型视角看,要懂得会展策划、管理和服务的相关技能以及掌握数字化、生态化、标准化等方面的知识;从技术密集型视角看,要更善于运用理论、方法、数字等科学分析手段,提高会展项目的核心竞争力和不可替代性;从知识密集型视角看,要了解会展题材所在领域的前沿需求和技术、产品创新的需要,用信息流驱动人流、物流和资金流。

推动会展强国建设

上海对外经贸大学会展与旅游学院院长、长三角会展研究院联席执行院长王春雷认为,行业主管部门、协会、企业和院校要加强合作,充分发挥会展业的社会、政治、文化等功能,不断提高产业地位,推动中国从会展大国加速成为会展强国。(中国社会科学报)

到追求品质,二是从固定模式到突破探索。疫情发生初期,“会展上线”成为焦点话题,但随着不确定性情况的反复出现,除推动数字化升级外,还必须综合思考盈利模式的丰富、潜在价值的激发、合作模式的多元以及更多变革的可能性。

2022年仍存在线下会展活动不能正常开展的可能性,国内会展企业积极应对,持续优化布局。浙江外国语学院文化和旅游学院院长张健康建议,会展企业应向整合营销传播型企业转型升级,即在原有会展业务基础上,做好线上线下营销资源的整合,增强产品的多样性。

上海对外经贸大学会展与旅游学院院长、长三角会展研究院联席执行院长王春雷认为,行业主管部门、协会、企业和院校要加强合作,充分发挥会展业的社会、政治、文化等功能,不断提高产业地位,推动中国从会展大国加速成为会展强国。(中国社会科学报)

重庆打造会展文创产业「一厅三区」