

会展界的“烟火气”回来了

上半年会展经济恢复加快

多项数据显示,上半年,随着各地会展活动、赛事、节庆的恢复,会展界的“烟火气”回来了,各地展览数量增加、展览总面积上升,多个轻工业相关展会成功举办。

珠三角会展客流回归

记者从有关方面了解到,根据不完全统计,今年上半年,广东省举办展览数量349个,同比增加289个,增长481.67%。展览总面积1249.88万平方米,同比增加1069.86万平方米,增长594.30%。较2019年同期,展览数量增加66个,增长23.32%;展览总面积增加222.32万平方米,增长21.64%。

统计显示,今年上半年广东省举办展览规模在10万平方米以上的有21个,总展览面积为588.23万平方米。其中,广交会、家博会、深圳文博会、东莞家具展等品牌展会的举办超过2019年同期水平。同时,上半年,广东省举办会百强项目35个,如华南国际口腔展、广州美博会、广州国际照明展、深圳机械展、深圳礼品展、佛山陶瓷展、广印展等。

记者注意到,深圳作为全球产业链供应链的重要节点和经济中心城市,今年上半年的会展恢复可圈可点。今年2

月,首次在深圳举办的上海汽配展深圳特展为今年的会展界找回了久违的烟火气。随后,深圳跨境电商展、国际传感器与应用技术展、ITES深圳工业展、电博会、国际橡塑展等相继举办,令深圳会展业成为业界关注的焦点。

据不完全统计,深圳今年以来已举办各类展会近80场,展览总面积近400万平方米。预计,全年办展面积超过800万平方米,创历史新高。

长三角会展复苏势头强劲

记者近日从上海海关了解到,今年上半年,上海海关共完成国际展会备案55个,服务保障21.6亿美元展品顺利进境参展,同比分别增长2倍、54.3%。

相关统计数据表明,今年前5月,上海累计举办各类展览及活动117场,所举办的展览总面积533万平方米。其中,5月,上海8个主要展馆共举办各类展览及活动45场,所举办的展览活动总面积291.83万平方米,与2019年同期相比增长31.75%。

近期,《上海市推动会展经济高质量发展 打造国际会展之都三年行动方案(2023—2025年)》正式发布,表明上海对会展业复苏的信心。

同样位于长三角的南京不仅迎

来了会展的全面恢复,还呈现国际品牌落地的良好势头。今年2月,慕尼黑展览(上海)有限公司在北京国家会议中心举办第七届亚洲运动用品与时尚展(ISPO)期间,与南京签订战略合作协议,继一线城市北京站、上海站之外,新增“ISPO南京站”,并将于今年8月在南京举办。

数据显示,今年上半年,南京举办的展览数量已恢复至2019年同期水平,展览面积比2019年增长11.05%。近日,南京发布《南京市推进产业强市行动计划(2023—2025年)》,对会展通过服务产业参与强市行动提出了新使命。

华北地区会展恢复加快

今年以来,北京多个大型专业展会疫后强势回归。4月上旬,在北京中国国际展览中心的静安馆和顺义馆相继举办的中国国际珠宝首饰展览会和第十八届中国国际机床展览会,令两大行业找回了久违的繁荣景象。其中,前者吸引了超过1500家品牌参展,掀起了珠宝行业新风尚。后者则吸引来自28个国家和地区的约1600家机床工具行业企业参展,令各界看到了工业领域的技术创新、新趋势和参展信心。

近期,北京市商务局发布《加快恢复和扩大消费 持续发力北京国际消费中心城市建设2023年行动方案》(以下简称《方案》),《方案》提出,推动会展业加快恢复。出台促进会展业创新发展政策措施,加强优质展会和市场主体引进和培育力度,积极吸引国内外会展企业和行业组织在京举办高水平会展和活动。

华北地区会展业恢复持续向好。日前,记者从天津市商务局了解到,今年,天津市计划举办60余场展会活动,总展览面积约280万平方米,整体规模超过往年水平。近日刚刚闭幕的2023年天津夏季达沃斯论坛,汇聚90多个国家和地区的1500余名嘉宾与会。此外,记者从国家会展中心(天津)了解到,今年以来,大型专业展的中国国际种业博览会、第七届世界智能大会等国家级展会已相继举办。

据了解,根据《天津市加快建设国际消费中心城市行动方案(2023—2027年)》,天津市将持续引进和培育具有国际和全国影响力的品牌会展项目,进一步扩大世界智能大会等展会的影响力,打造更多国家级知名品牌展会项目,建设会展产业集群。

(综合)

近日,上海市政府新闻办举行“营造一流营商环境 服务构建新发展格局”系列市政府新闻发布会。记者从发布会上获悉,为进一步增强上海会展经济的全球影响力和国际竞争力,上海市出台《上海市推动会展经济高质量发展打造国际会展之都三年行动方案(2023—2025年)》。上海推出五个方面20项措施推动会展经济高质量发展。

一是立足大局,高水平服务国家战略。坚持以落实国家重大战略任务为牵引,主要提出:依托国家级战略平台,加快建设联动长三角、服务全国、辐射亚太的进出口商品集散地,着眼最高标准、最好水平,打造开放层次更高、辐射带动更强的重要会展载体。

二是提升能级,增强配置全球资源功能。围绕促进行业发展,主要提出:加强“四位一体”联合招商,引入高水平会展企业和会展项目。吸引更多国际知名会展企业总部、组展机构落户,推动国际性高端专业会议与高端品牌展会联动发展。

三是优化布局,构建会展经济新生态。围绕加快形成有利于推动会展经济高质量发展的良好产业生态,主要提出:充分用好展览场馆资源,激发会展中小企业、中介组织创新活力,促进会展全产业链协同发展。发挥浦东会展经济示范引领功能,依托东方枢纽国际特定管理区建设,打造会展经济新增长点。加快会展线下线上融合发展,支持打造一批云上会展品牌项目和带动力强、知名度高的双线展会。

四是融合赋能,放大展会经济综合带动效应。服务建设“五个中心”、打造国际消费中心城市等重大战略,主要提出:聚焦重点产业,打造和培育一批与产业主导方向高度契合的高质量展会,推动各类展会与高端专业会议、论坛相结合。深化优质展会与重要节庆活动的合作互动,持续培育、举办各行业高水平国际会议,打造一批会商文体联动项目。释放消费活力,支持举办各类首发、首秀、首展活动,提升“会展+商贸”常年展示交易功能,推动建设国际消费中心城市。

五是集成创新,构建会展经济营商环境高地。完善具有上海特点的城市会展保障体制,构建多措并举、精准高效的政策促进体系,主要提出:深入贯彻《上海市会展业条例》,提升展品、人员通关便利化水平,降低办展成本。统筹用好各类专项资金,支持引进国际知名展会和企业,支持培育与现代化产业发展战略相匹配的专业展会。

今年上半年,上海主要展馆共举办各类展览及活动169场,举办总面积758.89万平方米,上海会展经济呈现全面复苏、快速增长态势,办展面积已恢复至2019年同期八成以上水平。

(央视新闻)

展会预告

山东(临沂)食品产业博览会将于8月举办

本报讯 2023山东(临沂)食品产业博览会将于8月10日至12日在临沂国际博览中心举办。本届博览会由山东省农业农村厅、山东省商务厅、临沂市人民政府主办,以“生态沂蒙·食品之都”为主题。

展会共规划综合展区、国家级农业龙头企业展区、直播带货展区、长三角城市群及淮海经济区优质食品展区等四大展区。规划展览面积2600余平方米,标准展位1200余个,参展企业约390家,分别来自北京、上海、天津、浙江、江苏、河北、湖

北等地。

博览会期间,将配套举办2023食品产业高峰论坛和食博会专场订货会。食品产业高峰论坛拟邀请中国轻工企业投资发展协会、中国农科院农产品加工研究所、江南大学食品学院、农业农村部食物与营养发展研究所、华南理工大学食品科学与工程学院、山东省食品发酵工业研究设计院等食品领域专家教授,探讨食品产业发展趋势,推动产学研合作创新。

(宗和)

中国(深圳)跨境电商展览会助力外贸企业扬帆出海

中国(深圳)跨境电商展览会(CCBEC)将于2023年9月13至15日于深圳国际会展中心隆重召开,预计将吸引来自全国各地2500家参展商参与这场业内盛事。展会面积预计达10万平方米,目前已得到众多行业巨擘踊跃报名。

继年初CCBEC春季展的圆满成功,今年秋季展将再次汇聚14大产品类别的优质供货商,包括家居日用消费品、节庆用品/圣诞用品、消费电子及家用电器、食品及饮料、鞋服箱包、综合体育用品、五金户外交园、大健康医疗护理、宠物用品、

(中食)

两项体育行业博览会选址苏州

本报讯 日前,记者获悉,2023中国体育文化博览会、中国体育旅游博览会将于今年12月8日至10日在苏州举办。

今年是两个博览会同时同地举办的第十年。据介绍,今年两个博览会将规划四大展区:传·薪火、融·文

建材家饰、美容美发、美妆个护、珠宝配饰、文具及潮品等,为跨境电商卖家提供优质的选品平台。海内外的知名跨境电商平台和服务商也将到场展示最新服务,助力传统制造业企业快速实现转型升级,也为正在开拓跨境电商的企业提供一站式解决方案及资源对接,开辟更高效的出海通道。目前已有众多领军企业和品牌确认参加本届CCBEC,这不仅是出于对展会的信任,也充分展示了对跨境电商行业未来发展的强烈信心。

(宗文)

2023西部消费精品博览会于西安举办

7月21日上午,由西安市人民政府、陕西省商务厅联合主办,西安市商务局、西安市丝路会展研究院承办的2023西部消费精品博览会在陕西西安国际会展中心开幕。

本届西部博览会是西北地区规模最大的精品消费类展会,为西安乃至西部地区搭建了重要的“交流合作、贸易畅通、供需对接”的消费精品展示交易平台,全国400余家企业参展参会,来自陕西、湖北等地区的商务主管部门及专业观众到场洽谈交流。展会的成功举办将加快实现西安消费市场高质量发展,力争在西部地区发挥示范作用,不断助推城市竞争力提升。

本届西部博览会共展出八大品类、千余种商品,卡萨帝、爱菊粮油、西凤酒、酒鬼酒、德富祥、奈雪的茶、必胜客、肯德基、屈臣氏等众多品牌悉数参展。(中国日报)



近日,第七届海峡两岸食品交易会在晋江国际会展中心开幕。据介绍,本届食交会规模再创新纪录,总展览面积达6万平方米,共设置七大主题

健康中国行动提档加速

2023健康中国发展大会在京举办

7月18日,在国务院启动实施健康中国行动四周年之际,2023健康中国发展大会在北京召开。本届大会以“共建共享 全民健康”为宗旨、以“奋进新征程 共筑健康梦”为主题,共举办主论坛及平行论坛近10场,发布中央和国家机关“健康达人”评选结果、健康中国建设重大研究揭榜攻关入围单位名单、健康中国建设2022年度征集文优秀论文获奖名单,同期还举办了“健康中国建设成果展”。

本届大会由国家卫生健康委指导,国家卫生健康委规划发展与信息化司、中国人口福利基金会、中国人口与发展研究中心、健康中国研究中心支持,人口与健康杂志社主办,健康中国观察杂志承办,是健康中国行动高层次专业化的宣传、交流和展示平台,旨在宣传健康中国行动理念、展示行动成果、交流行动经验、动员更多力量参与行动。本届大会更是凝聚政产学研各界力量,探讨如何推动健康中国高质量发展。

随后,多位与会嘉宾分享了各自省市在推进健康中国行动过程中的经验和感受,探索继续深入推进健康中国行动的新路径新方法新举措,为全面实现2035年建成健康中国的目标贡献力量。

安利助力健康中国行动

会上,安利(中国)总裁余放作为企业代表发言,她表示,健康产业是健康中国建设的经济基础,健康中国战略为健康产业打开了广阔发展空间。面对健康中国建设从“以治病为中心”向“以人民健康为中心”转变,公众对健康产品和服务消费不断增加的趋势,安利通过以下三个维度的持续发力,推动大健康产业高质量发展,全力投身健康中国行动。

首先,持续在中国增资扩产,不断延链、补链、强链,整合和带动上下游企业,共同打造营养保健食品行业的现代化产业体系,为健康中国建设提供产业保障。今年3月,安利宣布逆势增资6亿元,用于升级、扩建广州生产基地。此外,安利还将在中国建设自有有机农场,发展更多认证有机农场,带动中国智慧

有机农业发展,从原料端发力助推营养保健食品产业升级。同时,安利纽崔莱作为一个有着中草药文化基因的国际品牌,曾两度参与有关中草药现代化的国家十五项科技攻关项目,研发和生产出全球热销的中草药系列产品,为中草药现代化、国际化加码助力。

其次,依托科技创新,丰富和拓展产



品品类,为消费者提供个性化营养健康解决方案。随着健康中国行动的推进,消费者的健康消费不断升级,更多消费者已不满足于购买单一功效产品,而是渴望得到根据其自身健康状况量身定制的综合健康解决方案。为此,安利纽崔莱充分利用安利营销人员面对面服务的优势,结合人体检测、大数据、人工智能等前沿技术,为中老年人、上班族、青少年、各种慢病群体等细分人群,定制千人千面的营养健康解决方案,帮助每位消费者实现满足自身特定健康需求的营养摄入。

第三,与权威机构、媒体、专家合作,依托大健康社群,普及营养健康知识,推广健康生活方式,提升公众健康素养,赋能人们做好自己的健康第一责任人。近年来,安利在健康中国行动推进委员会办公室的指导下,开展了“健康中国 我们行动”国民健康素养提升计划等系列公益活动,通过健康科普、组建大健康社群等形式,推广健康生活方式。截至今年,该项目足迹遍及全国100多个城市,累计覆盖过亿人。安利还联手央视频《健康公开课》、北京卫视《养生堂》,得到APP等权威媒体,邀请权威专家讲授如何通过践行健康生活方式预防健康隐患,提升自身健康品质。

目前,已有四万多名安利营销人员通过了中国营养学会的培训和考试认证,成为专业的“营养健康顾问”。他们组建并运营着成千上万的大健康社群,如大健康读书会、体重管理、健康丽龄、四季养生、亲子健康等。社群成员组队学习科学健康知识,选用个性化营养健康方案,践行健康行动,通过互相陪伴、互相学习、互相鼓励、互相督促,一起养成健康生活方式,做自己健康的第一责任人,把健康带进千家万户,为健康中国打牢基础。

(陈玉佳)

第七届海峡两岸食品交易会规模再创新纪录

馆及台湾馆、进口馆等特色展区,2800个国际标准展位。展会吸引来自德国、英国、荷兰、俄罗斯、菲律宾等20多个国家和地区的1200家企业参展,预计将吸引10万名以上采购商和观众参会。

“食品产业是晋江优势产业之一,历经30多年积淀发展,形成了涵盖10多个门类数百个品种的产业格局。海峡两岸食交会经过多年培育,已经成

为国内最大的休闲食品专业展会之一,也是深化闽台合作的重要前沿窗口。”晋江市相关负责人表示,本届食交会紧扣全国休闲食品制造上下游产业链,汇聚休闲食品成品、新零售、食品加工包装机械、食品工艺技术、食品原辅材料及添加剂、品牌授权及包装设计共六大类企业,集中展示食品行业最新动态、最新技术、最新潮流,致力于打造国际休闲食品专业实效展会。

本届食交会延续线上线下“双线融合”办展模式,搭建“线上展馆”,吸引1200多家展商入驻,在线人数突破20万人次,展示产品超1万款,实现线上线下功能叠加,需求精准匹配,参展交易效率成倍提高。

据了解,展会期间将配套举办海峡两岸“中华之星”食尚盛典暨第十届中国休闲食品行业年度颁奖盛典、首届休闲食品经销商创新发展数字论坛、2023年食品行业趋势与新赛道突围大会、第四届中国休闲食品工艺技术高峰论坛、食力家食品供需对接会等10余场配套活动,分享行业资讯,探讨创新路径。

(福建日报)