

“我在服贸会等你”2023年服贸会新闻发布会举办 开放引领发展 合作共赢未来

□ 本报记者 王蔚涵

8月13日,“我在服贸会等你”2023年服贸会新闻发布会在北京市石景山首钢园区举办。记者从会上获悉,2023年服贸会将于9月2日至6日在国家会议中心 and 首钢园区举办,年度主题为“开放引领发展,合作共赢未来”。本届服贸会采用“线下+线上”“综合+专题”办会模式,着力打造扩大开放、深化合作、引领创新的重要平台,努力举办一届国际参与度、展客商获得感感强的服务贸易盛会。

截至目前,已有75个国家和国际组织确认以国家政府或总部名义线下设展办会,70余家知名企业和机构将进行成果发布,超1800家企业线上线下参展。

高层次、国际化、专业化、市场化 服贸会四大看点突出

发布会上,中国国际经济技术交流中心副主任张翼表示,办好本届服贸会有利于进一步释放我国坚定不移推进高水平对外开放的信心,有利于进一步吸引全球资源要素加快构建新发展格局,有利于携手各国共促世界经济复苏和发展。

据张翼介绍,本届服贸会将进一步突出高层次,推出重大活动和权威报告;进一步突出国际化,发挥扩大开放平台作用;进一步突出专业化,力促达成高绩效成果;进一步突出市场化,推动服贸会可持续发展。

北京市国际服务贸易事务中心副主任周玲介绍,目前,服贸会各项筹办

工作正在按计划稳步、高效推进,招展已基本完成,计划举办200余场论坛会议、推介洽谈等活动,70余家知名企业和机构将进行成果发布。英特尔、特斯拉、雀巢、中国银行等1868家企业线下线上参展,其中世界500强及行业龙头企业424家。“在成果发布方面,截至目前,施耐德、英特尔、赛诺菲、飞利浦、工商银行、中国人保等70余家知名企业及机构将在本届服贸会上发布智能档案服务中心、数字人民币预付卡、产业带数字地图、全新数字孪生平台、《中国国际文化贸易发展报告2023》等签约合作成果、行业发展报告和首发首秀。”周玲说。

记者了解到,本届服贸会展览展示规模约15.5万平方米,继续设置电信、计算机和信息服务、金融服务、文旅服务、教育服务、体育服务、供应链及商务服务、工程咨询与建筑服务、健康卫生服务、环境服务9个专题,举办全球服务贸易峰会、展览展示、论坛会议、推介洽谈、成果发布、配套活动等六大类活动。值得一提的是,本届服贸会充分发挥“事业单位+企业集团”运作模式优势,推进市场化进程,9个专题展中已有6个实现市场化运作。

三提升、三优化、三创新 首钢园实现3.0版升级

工业遗存与现代化展馆交相辉映的首钢园区,将为观众带来全新体验。首钢集团有限公司党委宣传部部长贺蓬勃在介绍首钢园区服务保障服贸会相关情况时表示,首钢园区将以更高标准、更高要求、更高质量做好服务保障

工作,通过三提升、三优化、三创新“三个三”,打造首钢园服贸会3.0版,全面提升参会便利性和舒适度。三提升即绿化景观提升,园区更宜人;道路交通提升,通行更高效;配套服务提升,体验更舒适。三优化即设备设施优化,运行更高效;空间优化,布局更人性化;配置优化,保障更安全。三创新即创新呈现一高炉元宇宙乐园;创新升级10号馆;创新建设智慧运营中心。

石景山区副区长王智勇也表示,今年是服贸会在石景山首钢园区举办的第三年,将增加一高炉SoReal元宇宙乐园作为创新服务特色展示体验区,为观众带来元宇宙沉浸式科幻互动体验,同时向大家呈现石景山区围绕首钢园打造科幻产业集聚区的最新成果。王智勇表示,在服贸会期间,石景山区将推出文、商、旅融合的消费打卡活动,优化消费供给和服务;正式发布“国际开放合作区”建设项目,拓展国际贸易和双向投资,推进在数字经济、科技创新、绿色低碳等多领域的国际合作。

重体验 展特色 互动项目再丰富

记者了解到,2023年服贸会更加注重室外展示体验,各专题展将结合自身特色,设置中医体验区、数字人民币大道、潮品国际咖啡节等,提升现场互动体验,围绕吉祥物“福燕”设计的精选文创衍生品将集中面市。

首都会展(集团)有限公司总经理周一炜会上介绍称,本届服贸会在国家会议中心区域全新启用国家体育馆,作为环境服务专题展的主要场馆,

国家体育馆遵循“绿色、低碳、节能、安全”的理念,在冬奥会改造后达到既有建筑绿建二星标准,实现了“绿色场馆+环境服务”的双重低碳组合。同时,首都会展集团从运营保障的角度出发,对综合展和专题展的展区设置也进行了调整和优化,更加符合展商和参展观众的需求。据了解,今年服贸会更加注重室外展示体验,14号展棚设置环境服务专题展低碳科技出行展区,江铃汽车、东风本田、上汽大众、极狐、极狐、华坚集团和汽车之家等将展示新能源场景产品,助力新消费。15号展棚设置参展观众喜爱的老字号展示区,突显城市文化特色。

发布会上,周一炜还表示,今年加大了对服贸会吉祥物“福燕”系列文创衍生品的开发力度,千纸鹤、华江文化、雪莲集团与已建立特许经营关系的工美集团和中山恒泰共同围绕“福燕”形象设计开发多款文创衍生品,2023年服贸会上将精选一批衍生品集中面市。

中山市恒泰创展实业有限公司副总经理梅迎春在此前接受采访时表示,作为服贸会的首批特许经营商,恒泰创展设计推出了包括服贸会吉祥物“福燕”首发限量版纪念徽章、首枚举办场馆徽章、纪念银制徽章等一系列文创商品,一经上市便受到市场热捧。“在2023年服贸会上,我公司计划以吉祥物‘福燕’为基础,以‘全球服务、互惠共享’为理念,推出包括‘福燕’系列毛绒玩具、包挂、书签、钥匙扣、盲盒等一批具有服贸会文化特色的文创产品,让服贸会文创产品走进千家万户,进一步扩大服贸会品牌的影响力。”

需从理念上加以突破,从服务国家战略出发,将传统会议展览业延伸扩大到会、展、奖、节、赛、演各领域。第二,从制度上加以优化调整,打破条块分割,充分发挥国务院“促进展览业改革发展部际联席会议制度”作用,加强部门和单位间有关的统筹协调,促进会展业更好地服务于国民经济和社会发展全局。第三,推动地方商务局、发改委、文旅局、市场监管、海关等部门,围绕扩大消费拓展贸易,优化整合现有鼓励政策,形成多领域合力协同的政策支撑体系。第四,鼓励各类会展主体围绕国家战略主线积极策划和举办各类会展、文旅、节赛活动。第五,各级会展文旅等主管部门及时总结典型案例,扩大传播,发挥典型示范引领作用。当然,这其中,业界专家学者应持续深入实际调研,总结梳理时代背景下的实践应用,创新会展活动理论体系。

未来一段时间,随着各类会展文旅节赛的举办,各地将迎来各种形式的商品展销、节庆、市集等活动,形成新经济下的大会展新生态。

(中国会展经济研究会副会长兼秘书长 姜 淮)

重塑大会展新生态外延价值

7月28日,国务院办公厅转发国家发展改革委《关于恢复和扩大消费措施的通知》(简称二十条)指出,深入实施扩大内需战略,充分发挥消费对经济发展的基础性作用,不断增强高质量发展的持久动力。7月31日,国新办召开国务院政策例行吹风会,国家发展改革委、工业和信息化部、商务部、文化和旅游部、国家市场监督管理总局五部门解读《关于恢复和扩大消费的措施》,明确鼓励举办各类体育赛事活动,增加受众面广的线下线上体育赛事;鼓励各地加大对商品展销会、博览会、交易会、购物节、民俗节、品牌展、特色市集等活动的政策支持力度。

党的二十大强调,要着力扩大内需,增强消费对经济发展的基础性作用。为坚定实施扩大内需战略、培育完整内需体系,加快构建“双循环”新发展格局,促进我国长远发展和长治久安,去年12月14日,国务院印发了《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》,提出持续提升传统消费,积极发展服务消费,加快培育新型消费等全面促进消费,加快消费提质升级的重点工作任务。

中央经济工作会议指出,要把恢复和扩大消费摆在优先位置。商务部认真贯彻落实,将今年定为“消费提振年”,以“全年乐享、全民受惠”为主题,会同有关部门和地方,开展“6+12+52+N”系列活动,做到“季季有主题、月月有展会、周周有场景”。从今年一季度开始,商务部组织开展了迎春消费季、全国消费促进月两大主题活动,举办了全国网上年货节,启动了老字号嘉年华、中华美食荟等重点活动。4月开展绿色消费季,之后计划举办国际消费季、暑期消费季、金秋购物节等。北京、天津、河北联手举办京津冀消费季,江苏启动“苏新消费 春惠江苏”活动,形成促消费浓厚氛围。

众所周知,会展业有狭义和广义之分,狭义会展的内涵指会议和展览业;广义会展则包含会议、展览、节庆、赛事、奖励旅游等,通常延伸为“会、展、奖、节、赛、演”六大领域。自今年4月以来,海口、西安、大同等地纷纷举办会展文旅活动,一时间,全国多地开展各类活动,形成“会展+文旅”双核驱动消费模式,激活城市消费热潮。

在3年新冠疫情期间,我国战略规划中“双循环”新格局的确立,重构了会展业新生态;即从单一生产性服务业延伸至包括生活性服务业在内的整个国民经济循环体系的方方面面,乃至成为现代服务业中的战略先导性产业。会展业不再仅仅局限于固定场所举办的专业活动,而成为创新消费场景的“先遣军”,成为国家和地方激发市场潜力、扩大内需、拓展国际贸易的重要抓手,会展业的价值属性和外延得到前所未有的挖掘与拓展。

服务于国家发展战略,服务于城市经济,服务于产业创新升级,既是中国会展经济研究会的发展宗旨,也是会展业的时代使命。站在贯彻新发展理念、构建新发展格局的大时代背景下,会展业的战略先导功能得到前所未有的释放和扩大,广泛运用展览、会议论坛、会奖旅游和节庆赛事等平台,对扩大内需、激发消费、拓展国际贸易,将发挥直接的推动作用。

有鉴于此,笔者就会展先导性功能分享几点建议:

第一,会展业内不同的承办主体亟

临沂食博会实现招引项目签约66亿元

8月12日,为期3天的2023山东(临沂)食品产业博览会圆满闭幕,实现招引项目签约66亿元。其间,京东物流供应链(临沂)产业基地揭牌落地,吸引了360余家食品企业和3000多名专业采购商

参会,实现现场销售额800余万元、专场订货会采购额3.4亿元。第一书记暨“四雁臻品”专区获满堂彩,“生态沂蒙·食品之都”知名度、美誉度进一步提高。(临 文)



图上看展



海峡两岸文博会聚焦科技赋能文旅产业

8月4日至7日,第十四届海峡两岸文博会在厦门举行。本届文博会秉持“一脉传承·创意未来”主题,展出面积达10万平方米,是迄今为止规模最大的一届。本届文博会更加聚焦科技

赋能文旅产业,首次设立数字文旅主题馆,众多数字科技头部企业纷纷带来了基于“元宇宙”打造的全新文旅及休闲生活场景,全方位展示数字科技赋能文旅产业发展新趋势。(闽 文)

■ 轻工特色展会

超2200个国内外知名IP齐聚上海

中国授权展引领文化消费新趋势

本报讯(实习记者 暴梦川)日前,记者从中国玩具和婴童用品协会获悉,由中国玩具和婴童用品协会主办的第16届中国国际品牌授权展览会(以下简称“CLE中国授权展”)将于10月17日—19日在上海新国际博览中心举办。

本届CLE中国授权展吸引了包括小黄人、变形金刚、小猪佩奇、超级飞侠、熊出没、猪猪侠等在内的2200多个国内外知名IP参展。IP内容涵盖卡通动漫、艺术文化(含博物馆)、影视综艺、电子游戏、肖像形象、网络文学、图书音乐、潮流时尚、企业品牌、体育运动、院校名人等11大品类。

值得一提的是,本届CLE中国授权展聚焦IP产业发展趋势,设立了艺术及博物馆专区、潮玩专区、游戏/体育专区、“大国重器”/科幻/国潮专区等四个特色展区。其中,故宫博物院、中国国家博物馆、中国文物交流中心、敦煌研究院等国内文博机构

与大英博物馆、纽约大都会艺术博物馆等国际文博机构,将共同在艺术及博物馆专区亮相。“大国重器”/科幻/国潮专区将展出包括“中国航天”在内的重量级IP,“中国航天·太空创想”“中国航天·神舟传媒”等机构的参展也将全面展现我国航空航天及国防科技在IP授权领域的发展现状。

此外,在本届CLE中国授权展期间还将举办包括第16届中国品牌授权高峰论坛、“2023授权让文博资源‘活’起来”交流对接会、首届上海国际创意品质生活节等超过30场授权行业活动,以鼓励行业创新,推动跨界合作,进一步促进授权行业的高质量发展。

据悉,CLE中国授权展从2007年发展至今已成功举办15届,现已成为亚洲规模宏大、具有行业影响力、权威性和专业性的国际化商贸平台。

第九届中国国际低音铜管艺术节在重庆举办

8月1日至6日,第九届中国(重庆)国际低音铜管艺术节暨第五届低音铜管大奖赛在重庆举办。本次活动由中国乐器协会主办,重庆市管乐协会承办,重庆低音铜管专业委员会、重庆国泰艺术中心协办。

本届艺术节共邀请来自美国、意大利、荷兰、日本、韩国、智利等国及国内各大音乐学院、各大乐团的近200名低音铜管专家和艺术家参加,吸引了来自全国近千名学生与低音铜管乐器爱好者前来交流学习。为期六天的艺术节期间,主办方安排了教学讲座、乐队重奏、现场展练、现场教学等五十多场公益大师课,中外艺术家们联袂演绎了15场高水平音乐会,精彩纷呈。

开幕式上,中国乐器协会专职副理事长陈晋武表示,低音铜管作为管乐艺术活动的重要组成部分,在中国乐器协会管乐器专委会主任赵瑞林教授及各位专家的积极倡导

与引领下,以普及和提高“低音铜管”艺术水平为己任,以搭建学习展示交流平台为抓手,立足创新,敢于担当,务实地推动了低音铜管器演奏教学水平的提高,普及了管乐文化知识,促进了国产管乐器品质的提升,为我国管乐产品专业化和登上专业演奏舞台作出了贡献。

低音铜管艺术节自2007年由我国著名长号艺术家中央音乐学院教授赵瑞林发起,每两年举办一次。前八届分别在北京中央音乐学院及天津等地举办,今年首次落地重庆。赵瑞林表示:“我的想法是为国内的低音铜管演奏者及专业教师搭建一个交流学习的平台,开阔他们的眼界。学生们在这里可以听国际大师或者其他学员演奏,相互学习。教师也可以切磋教学,探讨如何在教育中培养、提高学生的能力。”

(中国乐器协会)

2023冬博会将设8大主题展区

500余家国内外展商参展

记者近日从2023国际冬季运动(北京)博览会(以下简称“冬博会”)发布会上获悉,2023冬博会将于今年秋季在北京市石景山首钢园区举办,以“携手后冬奥,共赴新未来”为主题,将展览展示、论坛会议、产业对接、欢乐冰雪周相结合,设置8大主题展区,展览面积近20000平方米,吸引500余家国内外展商参展。

亚洲数据集团常务副总裁张莉表示,本届冬博会以“实现与国际冬季运动资源对接,拉动中国冰雪产业发展”为总体思路,结合“国际化、专业化、大众化”三大亮点,将展览展示、论坛会议、产业对接、欢乐冰雪周“展、会、产、周”相融合,以展览促普及,以论坛促提升,以系列活动促交流,以国际化、专业化服务为宗旨,打造全球冰雪产业盛会。

本届冬博会展览区域包括奥运遗产展示、冰雪国家组团、省市组团、冬季旅游目的地、冬季及高山技术、冰雪个人装备、时尚运动品牌、体育科技等展示专区,为全球冰雪企业搭建展示舞台。

为促进全球冰雪产业共享发展新思路,共建产业繁荣生态,本届冬博会将举办多场论坛会议及配套活动,包括开幕式暨主论坛、奥运城市发展论坛、国际体育文旅产业发展论坛、国际冰雪产业发展论坛、个人运动装备产业论坛、商务专场活动、国际冬季运动领先品牌评选等多项活动,旨在为冰雪产业繁荣发展建智献策,引领行业新风向。

同期还将举办欢乐冰雪周,通过设置群众性体育赛事、时尚嘉年华、冰雪消费节等活动,集赏、学、赛、玩多种体验为一体,打造别开生面的冰雪盛会,助力冰雪运动普及和冰雪人才培养,促进冰雪体育消费振兴。

北京市石景山区副区长尹圆说,后冬奥红利为石景山区注入了源源不断的发展活力,石景山区通过盘活场馆、激活产业、活用资源、盘活人气,推动冬奥遗产控掘利用,打造冰雪体育产业新高地。期待2023冬博会助力石景山区进一步发挥资源优势,续写“后冬奥时代”冰雪产业的新篇章。(中 新)

中国跨交会吸引8万名专业采购商

2023中国跨境电商交易会(秋季)(以下简称“中国跨交会”)将于8月18日至20日在广交会展馆举行。展会由中国对外贸易中心集团有限公司、商务部外贸发展事務局、荟源国际展览有限公司及中国对外贸易广州展览有限公司共同主办,规模预计5万平方米,共设跨境电商综试区及产业园区展区、跨境电商综合服务区及供货商展区等3个展区,预计将吸引约8万名专业采购商到会。

本次展会的参展企业涵盖供应链、平台、仓储、物流等跨境电商全生态链。亚马逊全球开店、新蛋、eBay、沃尔玛全球电商、阿里巴巴国际站、中国制造网、TEMU、Shein、TK、Shopee等国内外知名跨境电商平台,美设、连连、纵腾、中国邮政、粤贸全球、雨果跨境等产业链实力服务商,广州、银川、西宁等城市的跨境电子商务综合试验区已确认参展;浙江、江苏、广东等20多个省市跨境电商协会将组团参加。(中 贸)