

四川会展业提档升级 成经济发展新引擎

会展传真

商务部2011年内贸领域会展提升四化水平

本报讯 日前,商务部发布了《商务部办公厅关于做好2011年内贸领域会展有关工作的通知》。

据了解,为发挥会展业拉动内需、搞活流通、促进地方经济发展的积极作用,商务部每年对国内行业特点鲜明、规模影响大、带动效应好的内贸领域展览会、贸易投资洽谈会和节庆活动进行支持,并给予资金补贴,旨在充分发挥重点展会示范作用,有效带动会展业及中小商贸企业发展,不断提高我国会展业的专业化、市场化、产业化、品牌化发展水平。

(尚武)

大连夏季达沃斯年会 重点关注中国

本报讯 应世界经济论坛的邀请,大连市副市长曹爱华于1月26日至29日出席了在瑞士达沃斯举行的第41届世界经济论坛年会。

年会期间,曹爱华会见了世界经济论坛创始人兼执行主席施瓦布。施瓦布说,本次论坛的许多参会者都期待着参加9月在大连举办的夏季达沃斯年会。今年的夏季年会将使大连再次成为全球关注的焦点,因此,世界经济论坛组委会将确保把夏季年会办成重点关注中国的国际性会议。

此外,论坛期间,“大连之夜”主题推介、交流活动在达沃斯会议中心举行,吸引了800多名参加世界经济论坛年会的各界精英人士。央行原副行长、现任国际货币基金组织总裁特别顾问宋民表示,他已向施瓦布建议,邀请非洲和拉美地区的新兴经济体去大连参加夏季年会,将今年的夏季达沃斯年会办成真正意义上的全球峰会。

2007年,世界经济论坛首次走出瑞士,在大连举办夏季达沃斯。2009年,大连两次举办夏季达沃斯,2011年9月12日至14日,第五届夏季达沃斯论坛将再次回到大连举办。(葛玉广)

会展关注

■ 本报记者 邓万祥 吴书秀 黄建平

近日,经过数月筹备的四川国际会展有限公司在成都正式挂牌成立并投入运营。当地媒体报道称,这是四川博览事务局服务四川政府建设内陆开放型高地战略,全力打造西部会展旗舰的重大举措。

近年来,四川省政府高度重视和大力支持四川会展业发展,加快提升国际化进程。尤其是四川博览事务局成立以来,先后主办了两届中国西部国际博览会。四川省九届八次全会明确提出了“积极发展会展经济,加快建设以成都为龙头的西部地区最具影响力的会展中心”,“进一步扩大和提升中国西部国际博览会的国际影响力”等要求,并将其写入了四川省“十二五”发展规划,为四川会展业发展注入了强劲动力。

提升国际化

四川国际会展有限公司是隶属于四川博览事务局的国有有限责任公司,主要负责中国西部国际博览会展览策划、宣传、组织及服务,国内外大中型展览、会议(论坛)策划、组织及服务。

四川博览事务局局长蔡新海表示,四川

国际会展公司作为国有企业,应紧紧围绕中心工作,立足四川会展业发展实际,面向西部、面向全国、面向世界,更好地履行“全面提高中国西部地区开发开放水平”的使命。

蔡新海强调,会展公司成立后将通过专业化办展、品牌化经营、市场化运作、国际化拓展,努力实现经济与外交、贸易与投资、内贸与外贸、商品贸易与服务贸易的有机结合,进一步将西博会打造成为西部地区开发开放的最大窗口和最重要平台。

蔡新海说:“四川将力争每年举办1个至2个在国内外有一定影响力的自办品牌展览,推动四川会展业不断提档升级。同时还将加强与省内有关部门、各市(州)、国内外知名商协会及会展企业的合作,举办一批特色鲜明、影响广泛的节庆活动与展会。”

力促西部会展业升级

据悉,四川国际会展有限公司董事长、总经理一职由四川博览局副局长徐强担任。

据徐强透露,未来该公司在重点办好西博会的同时,还将积极举办自办品牌展览,推动四川省会展业的发展。

除西博会外,在四川成都每年举办的还有全国春季糖酒交易会等其它大型全国性

的展销活动,每年到成都参展赴会的国内外客商超过120万人次,直接拉动旅游、广告、餐饮、娱乐、交通、信息通信等服务消费超过180亿元。

近年来,全国各地纷纷把会展业作为调整产业结构的重要产业来培育。在“十一五”时期,成都市的GDP保持14%的增幅,第三产业占比超过50%,平均每4天就有一个高端会议举行。仅2010年,成都市共举行各类会展节庆活动366个,会展业直接收入达32.1亿元。

鼓励新建组建会展集团公司

据悉,为做大做强会展业,四川省将积极引导和鼓励社会资本投资兴办专业会展公司,鼓励新建、组建会展集团公司。由四川省法制办编制的《四川省加强管理服务促进会展业发展的规定(草案)》(以下简称《规定》)已经四川省政府第76次常务会原则性通过,这也意味着今后四川省会展业发展将有法可依。

制定《规定》,是为了促进四川省会展业健康发展,规范会展市场秩序,展览会、展销会、博览会、交易会和其他形式的商务会展均在《规定》管理服务范畴。



近日,2011年德国法兰克福国际美容美发展览会(Hair&Beauty)在法兰克福国际展览中心5号馆举办。该展会作为欧洲专业美容展会之一,其贸易成交吸引着业界广泛的关注。

为进一步拓展美容品牌,该展会自2004年开始与其他相关题材展览合并后,分为美容世界(Beauty World)、化妆品世界(Cosmetics)、国际保健、健身展(Lifetime)、个人时尚用品展(Passione)4大展区。2005年起,该展会已重新与德国法兰克福办公用品展、法兰克福国际圣诞礼品世界展同期举办。图为展会现场。

本报记者 周春雨 摄影报道

福建借出境展为外贸出口企业“护航”

■ 陈蓉

近日,福建省外经贸厅发布了“2011-2013年省外经贸厅重点组织的展会”,确定了迪拜福建商品展等50个展会为福建省外经贸厅重点组织的境外展会,且将对这些境外展会给予政策扶持,帮助福建省出口企业“走出去”拓展国际市场。

2010年,福建省外贸总额首次突破千亿美元大关,进出口总额同比增长36.6%。然而,人民币升值、通货膨胀、劳动力成本上升等因素对出口企业的影响正在加剧。专家预测,2011年的外贸形势不容乐观,外贸企业有可能又要面临比较困难的一年。

专家分析认为,今年外贸整体形势将比去年更加严峻。企业对外贸形势也有三大担心:一是担心人民币升值,汇率逐步走低;二是担心美国、欧洲还有其他一些发达国家的外贸伙伴,由于经济仍然复苏缓慢,而继续减少订单;三是担心原材料价格的上涨和用工成本的上升。

分层次组织境外展

面对如此复杂的外贸形势,福建省外经贸厅等主管部门目前正集中力量重点组织部分境外展,力图协助企业渡过难关,积

极采取市场多元化战略,拓展国际市场。

福建省外经贸厅将其重点组织的50个境外展会分为三个层次:

一是由福建省外经贸厅牵头组织的展会(A类、B类)共有10个,分别是:中国品牌商品欧洲展、印度国际消费电子家电家居展、日本春季食品展、阿尔及利亚中国商品展、中国品牌商品美国展、法国巴黎国际贸易展、马来西亚中国商品展暨洽谈会、印尼机械与电子展、迪拜福建商品展、新加坡福建商品展。这10大展会均为省部合作、闽港合作的项目。

二是福建省外经贸厅与区市联合主办的C类展会,共计6个。这些C类展会项目的确定、承办单位的选择等由各设区市外经贸局(厦门市除外)综合平衡,报福建省外经贸厅确定后,由各设区市组织实施。

三是鼓励企业参加的D类展会33个。

业内人士分析称,2011年福建省外经贸厅对重点展会的政策有一个很大的变化,由原来的“一定一年”变成“一定三年”。这是为了给参展企业和承办单位营造持续、可预见的发展环境,从2011年起,被确定为境外重点展会的项目(包括A类、B类、C类、D类),除特殊情况个别需要调

整之外,“一定三年不变”。

扶持企业开拓新兴市场

知情人士分析认为,从福建省外经贸厅牵头组织的10个境外展会(A类、B类)来看,政策更倾向于在新兴市场举办的展会。

据介绍,在这10个境外展中,有6个是在新兴市场举办的,即印度国际消费电子家电家居展、阿尔及利亚中国商品展、马来西亚中国商品展暨洽谈会、印尼机械与电子展、迪拜福建商品展、新加坡福建商品展。这6大在新兴市场举办的展会,从地域分布来看,北非一个,中东一个,其余都在亚洲,而东盟地区举办的展会有3个,占了一半。“这一地域分布的特点,也充分说明了政府在市场多元化战略方面对企业的引导作用。特别是政府对东盟市场的重视,应该引起出口企业的注意。”该人士表示。

据该人士分析,中国已成为印度的第二大贸易伙伴和第一大进口来源地。2011年是“中印交流年”,中印两国政府共同指出,加强经贸领域的合作将成为双边关系的主旋律,并确立2015年双边贸易额达到1000亿美元的新目标。这为中国企业进一

步打开印度市场提供了有利的时机。

“中国—东盟自贸区覆盖11个国家、1400万平方公里的面积、19亿人口以及6.4万亿美元GDP总值、4万亿美元贸易总量,是人口最多的自贸区,也是继北美和欧盟之后世界第三大自贸区。2010年1月1日,东盟自贸区建成,中国和东盟6个老成员国93%的商品率先实现零关税。去年,中国—东盟的双边贸易大幅提高。因此,当前是进一步提升福建商品在东盟影响力和市场份额的最有利时机。这也是福建省外经贸厅将3个重点扶持的展会放在东盟地区举办的主要原因。”该人士分析道。

注重维持传统市场

另据介绍,在10个重点组织的境外展会中,中国品牌商品欧洲展、中国品牌商品美国展、法国巴黎国际贸易展览会、日本春季食品展等仍在传统市场举办。

上述相关人士表示,重点扶持这4个在欧美日举办的展会,主要是引导企业在积极拓展新兴市场,实施市场多元化战略的同时,继续维持在传统市场的份额。

据了解,中国品牌商品欧洲展在英国举办,以家庭用品、家用纺织品、工艺品、箱

包、皮革制品、服装饰品等产品为主,以“展中展”的形式与美国伯明翰消费品博览会同期举行,已连续举办7年。

中国品牌商品美国展,也是以“展中展”的形式与美国拉斯维加斯国际消费品及礼品博览会同期举行,已连续举办7年,展品以礼品、饰品、家居用品等为主,拉斯维加斯国际消费品及礼品博览会(ASD/AMD)是全球消费品及礼品种类展示最多的展会之一,每年分3月和8月举办,至今已举办多年。

法国巴黎国际贸易展览会,以礼品及装饰品类、家庭消费品类、户外休闲及园艺用品类等展品为主,与著名的法国巴黎国际秋季时尚家居用品装饰博览会(Maison)展同期举行,可分享其买家资源,是中国消费品、礼品、装饰品企业进入法国市场的重要平台。

日本春季食品展是亚太地区规模最大,与德国科隆、法国巴黎国际食品展齐名的世界第三大规模的食品和饮料专项展览会。

会展关注