

成都绘就千亿会展产业版图

■ 本报记者 兰馨

日前,记者从成都博览局获悉,2月20日,成都市政府正式批复《成都市会展业发展“十三五”规划》(简称《规划》)。《规划》提出,到2020年,成都会展业总收入将突破千亿元。

“十二五”期间,成都会展业精心办好重大会展项目,产业规模快速壮大,会展品质稳步提升,国际合作进一步深化,市场秩序进一步规范,综合竞争力得到较大提升,会展业助推产业、拉动消费、服务民生、扩大开放、营销城市等方面的积极作用日益凸显。成都先后荣获“中国会展名城”“十大品牌会展城市”“中国最具竞争力会展城市”“中国最具创新力国际会展城市”等称号。

加快“一城三地”建设

“十三五”时期将是成都会展业进入“一城两馆”的关键阶段,国际

会展格局的变化、国家政策环境的利好、城市开放发展战略都给成都会展业带来难得的机遇,但同时,成都会展业也面临着宏观经济下行、城市竞争加剧、“一城两馆”运营管理的挑战。

《规划》按照成都市政府“157”总体发展思路和“改革创新、转型升级”总体战略,围绕国家中心城市目标定位,以市场化为导向,以品牌化、专业化、国际化为发展方向,以信息化为支撑,以创新创业为主题,大力实施国际会展名城行动计划,坚持以一个总体目标、三大支撑目标、五大发展战略、十项主要任务为抓手,加快推进会展业转型升级和提质增效,充分发挥会展产业拉动效应,以“世界一流、时代之赢”的理念,着力做强城市会展品牌,加快建设国际会展名城。到“十三五”末,基本建成结构优化、功能配套、基础

扎实、布局合理、发展均衡的会展业体系,初步建成“国际会展名城”。有序推进“一城三地”——国际会议目的地、国际展览品牌聚集地和休闲节庆首选地三大支撑目标建设。

形成千亿产业

《规划》提出,到2020年,成都会展业总收入达到1040亿元,形成新的千亿产业(其中会展业直接收入达到110亿元,间接收入达到930亿元,年均增速8%),实现成都会展业增加值占全市服务业增加值的6.5%。

《规划》还明确,到2020年,举办重大会展活动数量达到700场,室内展馆面积达到40万平方米以上,年度展览总面积突破400万平方米,5万平方米以上的展览数量达到12个以上,参节人数10万人次以上的节

庆活动数量达到20个以上。

根据《规划》,到2020年,成都举办的国际性会展活动次数达175次,占全年重大会展活动的比重达到25%。形成10个以上具有国际影响力的会展品牌;国际展览业协会(UFI)认证展会项目达到5个以上,在成都举办的国际大会及会议协会(ICCA)认证会议达到20个以上;境外参展商比例达到20%以上。

培育本土年营业收入过亿元会展企业5家,引进3家国内外知名会展企业落户或设立分支机构。

提供保障措施

按照《规划》,成都需围绕国际会展名城建设,以全域成都、全域会展的理念,从“优化发展空间布局、完善会展配套设施、巩固培育重大项目、加快推进市场化进程、加强产

业融合发展、深化国际交流合作、倡导绿色-智慧会展建设、加快转变发展方式、强化规范市场秩序、加快会展人才培养”十个方面提出主要行动任务,全面推进成都会展业国际化发展。

为保障《规划》顺利实施,成都提出了加强组织保障、完善政策配套、做好统计监测、强化宣传等工作等四个方面的措施。

成都千亿会展产业的版图已经绘就,在未来几年,成都市会展业将按照成都市政府“157”总体发展思路,以创新创业为主题,以市场化为导向,以品牌化、专业化、国际化为方向,以信息化为支撑,推进会展业转型升级和提质增效,加快打造国际会展名城,助推国家中心城市城市建设。

● 会展关注

● 会展传真

杭州萧山 将打造“会展+”生态圈

本报讯 近日,杭州萧山发布的《关于加快转型升级 建设充满创新活力的全国经济强区若干政策意见》提出,加快发展旅游和会展产业成为浓墨重彩的一笔。《意见》中提到,旅游及会展产业将成为萧山打造体现世界名城风貌的现代化国际城区征程中要重点打造的7大新兴产业之一,它与装备制造、信息、金融、新能源汽车等产业同等重要,将是萧山经济新的增长点。

按照《意见》,对在萧山举办国际展览、会展企业落户萧山,引进超大型国际性和全国性会议,都有一定的资助。比如引进在萧山区举办全省、全国和国际性会议会展(政府行政性工作除外)且营收在50万元以上的,按会议会展实绩,最高能拿到100万元资助。(里梅)

第39届广州家博会 规模扩容

本报讯 3月18日至21日、3月28日至31日,第39届中国(广州)国际家具博览会将在广州进出口商品交易会展馆和保利世贸博览馆举办。本届家博会将以75万平方米超大规模迎来超过3900家全球家具品牌,欲给超过17万海内外观众带来观、赏、品、享五大收获。

本届家博会将以“匠心品质、全能对接”为主题,以工匠精神全面提升展会品质,整合品牌、贸易、时尚、设计、技术、软装、材料和媒体等各方资源,全力优化参展和观展体验,将带来更好、更新、更多的价值。

中国(广州/上海)国际家具博览会创办于1998年,迄今已连续举办了38届。从2015年9月起,每年3月和9月分别在广州琶洲和上海虹桥举办,有效辐射中国经济最有活力的珠三角与长三角地区,展现南北呼应、春华秋实的双城魅力。(颜安慧)

印尼热衷上海会奖展 以吸引中国高端游客

本报讯 2017中国(上海)国际大会及奖励旅游博览会将于3月21日至23日在上海跨国采购会展中心举行。据悉,印尼旅游部将派大型代表团参加,以争取吸引更多中国高端游客。

印尼旅游部负责亚太市场推广的副部长助理文森修斯·哲马杜表示,今年印尼将派出包括印尼鹰航在内的10家参展商参加,以挖掘中国的会展及奖励旅游市场潜力。

据介绍,除展出印尼丰富的艺术和风光外,印尼展区还准备了来自印尼全国各地的美味咖啡。印尼旅游部副部长皮塔纳认为,会展旅游的游客大多来自企业管理层、专业人士或者政府官员们,他们习惯于淡季出游。

据国际大会及会议协会的数据显示,会奖旅游游客的消费额是普通游客的7倍。皮塔纳认为,中国的会奖旅游市场值得印尼大力争取。

印尼中央统计局的数据显示,2016年,赴印尼旅游的中国内地游客达142.9万人次,比上年增长13.96%,成为印尼第一大旅游客源地。赴印尼中国内地游客连续3年超过100万人次,年均增长率超过10%。

印尼旅游部期望2017年吸引200万人次中国内地游客。(温宗赫)

设施老化 场地局促 不再承接新展 南昌国展或转为他用

南昌国际展览中心(简称南昌国展)是南昌人熟悉的地标,承载了很多人的会展情结,也是红角洲区域的地标之一。去年10月,媒体曾报道南昌国际展览中心今年将择期闭馆改造,并将其打造成为一个综合体项目。

日前,记者了解到,7月以后,南昌国展将不再新签展会合同,截至目前,备案的展会安排持续到了6月底。今后,南昌国际展览中心地块将打造成集商业、商务、酒店、居住等功能为一体的万象城项目。

走过11年辉煌

南昌国展由南昌市红谷滩城投集团公司投资兴建,2006年开始运营,总占地面积23万平方米,室内净展览面积6.1万平方米。展馆包括7个展厅和会议区,室外展场可设7200余个国际标准展位,室内展厅可设3400余个国际标准展位。

走过11年的南昌国展见证了南昌会展业的辉煌。“近年来,南昌会展业突飞猛进,展览数量、规模均在全国排前列,南昌国展功不可没。”南昌市政府会展办相关负责人表示,2009年至2015年,南昌连续7年被评“全国十佳会展城市”,最近几年发展更加迅速,南昌国展营业额从最早每年200万元左右到了现在3000多万元。目前,在南昌举办的全国性品牌会展活动每年有34个,在中部省会名列前茅。这些展会的成功举办,聚集了大量人流、物流和资金流,推动了南昌餐饮、住宿、旅游等相关产业发展。

不再承接展会

在发展壮大的同时,南昌国展

渐露弊端。最大的硬伤是场地面积小,室内净展览面积仅6万多平方米,现在很多国家级展会对面积的硬性要求是12万平方米以上。第36届和第38届全国制药机械博览会原本在南昌国展举办,后因面积不足,主办方只能选择其他城市。此外,南昌国展已运营11年,一些设施和配套跟不上现代展会需求。周边交通问题也难以根治,每逢大型展会,展馆门前道路容易堵车。

2015年,南昌市重大项目第三次调度会议纪要明确:南昌国展2017年择期闭馆。

据南昌市政府会展办相关负责人介绍,截至目前,南昌国展在册备案的展会活动安排到了6月底,7月以后不再新签展会合同。

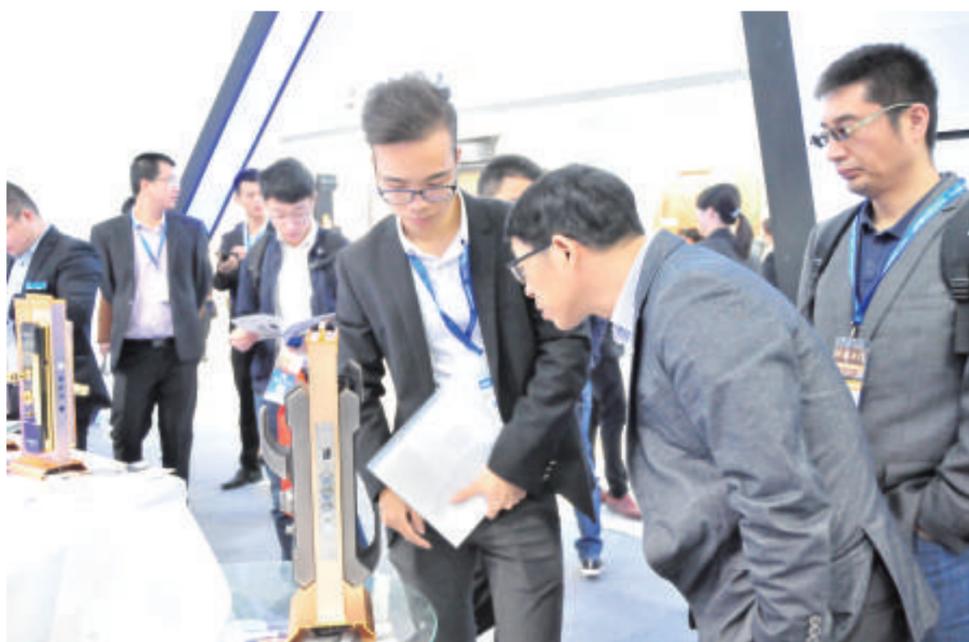
打造商业万象城项目

去年底,南昌市红谷滩新区与华润置地(南昌)有限公司签署了战略合作框架协议,华润置地将在红谷滩新区红角洲片区投资建设华润中心项目(万象城项目)。

记者搜查后找到了一张网上流传的万象城项目示意图,该项目计划建设位置,正是南昌国展所处的位置。日前,红谷滩新区管委会相关负责人表示,“南昌国展中心”所在位置确实准备打造万象城项目,但具体开建时间则不清楚。

有业内人士表示,万象城项目规划用地约340亩,总投资约180亿元,将建设集商业、商务、酒店、居住等功能为一体的城市综合体项目,项目建成后将进一步完善南昌城市配套功能,不断提升南昌城市品位与消费结构。

(廖济堂)



第十六届国际门业展在京开幕

本报讯 日前,第十六届中国国际门业展览会暨第四届中国国际集成定制家居展在北京中国国际贸易中心(新馆)开幕。

本届展会规模达12万平方米,参展企业1000余家,全国知名

门业企业、集成定制家居企业纷纷亮相展会现场,TATA、梦天、3D、霍尔茨、辉乐豪等知名企业悉数亮相并展出新品。此次展会不仅产品丰富,现场活动更是络绎不绝,你方唱罢我登场。该展

(王爽)

2017春夏纱线展助行业构筑上游自信

3月15日,中国国际纺织纱线(春夏)展览会(简称2017 yarn expo春夏纱线展)携中国纺织上游产业最强阵容亮相上海国家会展中心。今年纱线展无论是展会组织还是展商服务都有许多创新和变化。

今年纱线展是历届规模最大的一届,展览面积达2.5万平方米,同比增加67%,启用了国家会展中心5.1号馆整个独立场馆。来自12个国家和地区的展商达390余家,展商总数比上届增长超过26%。

中国棉纺织行业协会副会长叶骞春表示,今年纱线展,棉纺企业参展数量和面积再次创下新高,国内

棉纺企业参展数量近110家,而去年同期春季展棉纺企业数量不足百家,这说明企业对展会的重视程度正在提高。

展会期间,主办方将推出多项促进上下游沟通的活动。比如“新新纱线”的推广活动、“中国纤维流行趋势”的发布、“纺织材料创新论坛”等。

处于产业链源头的纱线展每年都能吸引到众多海外买家,去年秋季展纱线展的海外买家占总体买家的大约20%,并且数量呈逐年递增的态势。今年,国际化程度越来越高的纱线展首次独立成馆,这将进

一步优化专业展区。

“商贸配对”一直是参展商和专业买家最为期盼的活动之一,主办方通过汇总和分析买家采购需求,推荐合适的参展商产品,为供需双方安排洽谈时间并提供现场会谈的场所。同时,为了突出展会环保、可持续发展的理念,在会刊、参观指南以及实体展位上会用绿色环保图案对展示环保产品和技术的企业进行特殊标记,方便观众查找。并通过地毯、吊旗、指示牌等多种引导方式,让“参观路线”更加高效便捷。

(方远远)

春季家纺展开启家居颜值时代

■ 方芳

3月15日,为期三天的2017中国国际家用纺织品及辅料(春夏)博览会(简称春季家纺展)在国家会展中心(上海)举办。与展会同期举办的有2017春季家纺展将与中国国际服装服饰博览会、中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会、中国国际纺织纱线(春夏)展览会和PH VALUE中国国际针织(春夏)博览会,实现五展联动效应。

彰显展会集聚效应

据介绍,本届春季家纺展在品类方面更加注重精准而全面。其中,“精准”预意突显成品,“全面”是表现大家居与生活方式的多彩演绎。在产品方面更是涵盖高品质的功能性产品、智能化理念等,在满足常规消费需求的同时兼顾个性化、定制化。而在参展品牌的知名度及实力方面更是毋庸置疑,业内知名品牌悉数参展,创新品牌更是聚

力投入其中。除了国内品牌外,2017春季家纺展还吸引了众多知名的国外品牌参加。

一直以来,中国国际家纺展在推动家纺产业集群的发展中,扮演了不可或缺的角色,因此,各集群每年都会组织区域内的企业参加家纺展,既为企业拓展贸易机会,也提升了集群的影响力和知名度。2017春季家纺展吸引了海门、通州、浦江、震泽、沭阳、高阳、洲泉、湖州共八大展团齐聚上海,再现集群实力与风采。

高阳展团的相关负责人表示,抱团参展既是企业展示品牌和文化的重要窗口,又是彰显高阳家纺产业集群的品牌实力和集群优势的有效途径。

打造家纺成品盛宴

对采购商而言,2017春季家纺展可谓是“家纺成品的盛宴”。在这

里,既可一览一众家喻户晓的民族品牌的风采,也可以寻觅来自美国、日本、葡萄牙、澳大利亚、印度展团等企业的床上用品、毛巾、面辅料、成品窗帘系列产品。

本届春季家纺展上,罗莱生活将用200平方米的面积呈现家居软装一体化的品牌形象和产品设计。其参展的品类是2017年大力主推的大家纺品类,并在包含原本罗莱生活主销的寝具系列产品基础上,更着重于展示相关连带品类,如家居服、家居鞋、毛浴巾、花艺、硬床垫及相关装饰用品展示。

作为家纺产品的重要门类之一,毛巾产业与生活息息相关。今年,毛巾企业中三利毛巾以“森林之屋”为主题,传递出自然、健康、环保、雅致的品牌形象。此外,还将展会上聘请网红进行线上直播,把三利的新形象和新产品传播给更多的客户和消费者。

倡导家纺品质生活

展会期间,论坛活动区将成为本届展会最为热闹与精彩的聚集地。

届时,将举办“新型/功能性面料研发与创新”论坛,邀请12家与家纺行业相关的上下游企业、院校参与,共同探讨如何把新装备、新技术、新材料投入到家纺领域,使产业链上下游增强合作,共同研发更适于市场发展、满足消费需求的新产品。

本届家纺展上值得关注的还有与天猫家纺装饰合作的系列活动,以“梦为主题”——拾梦时光主题SHOW,并在展会现场开设天猫直播间(天猫家纺装饰生活研究所)。一直以来,春季家纺展的优势在于专业,而天猫的优势在于C端人群覆盖量。此次,展会通过与天猫团队精诚合作,以春季家纺展的平

台为载体,深耕细作家纺渠道建设,通过线上线下的互动、联动、品牌终端、影响传播等4个方面,实现资源强强联合,共绘2017春季家纺展的美好篇章,提倡潮流、健康、智能的品质生活。

据悉,活动分为6大区域,包括非犬舍(我单身,但我不吃狗粮)、伊甸园(我们相爱最重要)、童话国、在云端、轻奢城、生活研究所消费知识普及。活动采取现场直播、品牌联动的方式,从消费者的消费习惯、消费群体变化入手,引导消费者全新的消费理念,侧重传递健康的生活方式,提升消费者生活品质。

此外,“震泽蚕丝杯·2017中国丝绸家用纺织品创意大赛、2017/18中国家纺流行趋势推广展暨《现代潮流家居生活指南》发布、南通家纺城微供市场媒体见面会也将在展会期间举行。