●会展关注

亚洲户外展移师北京联手CHINAFIT

整合户外与健身资源 做大“朋友圈”

■ 本报记者 兰馨

日前，2020年第十五届亚洲户外产业展览会（简称亚洲户外展）与2020CHINAFIT体育及健身大会联合公布，两个展会将于2020年7月12日至13日在北京国家会议中心举办。这表明，亚洲户外展移师北京举办。

亚洲户外展项目是由中德两国团队针对亚洲户外市场设计的专业贸易展，自2006年举办首届以来，迄今已经举办了十四届。

数据显示，近5年来，共有来自亚洲、欧洲、美洲的26个国家和地区的1700多名买家参观、采购，且境外买家的比例还在逐年递增。2020年亚洲户外展从南京移师北京，就是为了更好地适应这一趋势，并进一步提升其在全国的影响力。

据介绍，2020年，亚洲户外展将从以往单一的服务于户外用品行业向泛户外全产业发展，将着重户外产品和以户外为代表的时尚生活方式的结合，包括户外运动、户外旅行、户外教育等。

对此，中国健美协会副主席、北京市健美协会秘书长郭庆红表示，CHINAFIT与亚洲户外展合作，为健身运动与户外运动两个相关行业的互动、互通所做出的努力和积极探索是非常有意义的，也必将带来意想不到的效果。

亚洲户外展移师北京

据亚洲户外展运营总监、南京源亚国际展览有限公司董事长兼CEO李洋君介绍，2020年，第十五届亚洲户外展将与2020CHINAFIT中国健身大会同期举办。

过去14年来，亚洲户外展累计服务国内外展商超过2300家、专业买家10万余人，为中国户外产业的健康发展做出了贡献。2020年亚洲户外展从南京移师北京，就是为了适应趋势，并提升影响力。

李洋君介绍说，2020年，亚洲户外展提出了两个使命：“为客户创造价值”和“探索引领行业发展”。为此，亚洲户外展进行了重要的改革与创新，即新方向、新发力、新场馆、新模式和新高度。

亚洲户外展将跨界健身与户外，构建运动底层基础（健身）与场景（户外）的融合。更为重要的是，将从南京国际展览中心到北京国家会议中心，硬件升级带动影响力升级。此外开启“1+N”的模式，以“一个主场+全国巡回”的多种形式组合，适应多目的、精细化市场需求。展会同期举办峰会、培训、赛事、活动及体验，着力提升亚洲户外展行业平台实际的效果和新高度。

适应创新需求，2020年起，亚洲户外展主办方除继续由德国腓德列斯哈芬展览有限公司（Messe Friedrichshafen）和北京德曼斯展览展示咨询有限公司主办，南京源亚国际展览有限公司和北京体资科技发展有限公司承办外，中国户外行业全媒体平台《户外探险》以及CHINAFIT中国健身大会将作为战略支持机构，在展会推广、跨界买家邀约、专业会议策划及运作等方面给予亚洲户外展全力支持和配合。

与此同时，作为亚洲户外展的主办方，北京德曼斯展览展示咨询有限公司也将注入新的血液，激发新活力。

CHINAFIT大会理念升级

“‘一切为了健康’将成为亚洲户外展与CHINAFIT共同为之努力的目标。”CHINAFIT创始人闫四海表示，CHINAFIT与亚洲户外展合，将整合双方在户外行业和健身行业方面的资源，发挥各自在展览以及会议方面的优势，形成两大平台的互补、共生，最终实现时尚、健康、休闲运动产业平台共荣的目标。

据闫四海介绍，CHINAFIT北京大会2020年将启用国家会议中心5层的场地，会场面积超6.5万平方米，除设置以往的CF健身大会与CF体育产业大会外，还将引入CF健康生活与CF户外生活大会等2大板块，涉及领域包含健美、健身、私教、团操、运动康复、健身工作室、瑜伽、普拉提、体育场馆运营、青少年体育、健康营养、减脂塑形、户外滑雪等众多领域。预计此次CHINAFIT北京大会将吸引全国、全亚洲乃至全世界健身、户外、体育与健康行业的参与者逾65000名。

据了解，2019年，CHINAFIT北京体育与健身大会全面升级为BBC模式：涵盖商业健身，体育产业，大众健身领域；以“学员培训、论坛峰会、专题报告、展览展示、赛事活动、全民健身”6大形式交融呈现，打造“体育与健身”平台IP。

CHINAFIT体育与健身大会创立于2012年，CHINAFIT北京健身大会已连续举办8届。大会整体面积超过6万平方米，每届注册学员超过1万名，专业观众超过4万名。

亚洲户外展副董事长吕晖表示，社会已进入消费升级的时代，这是一个不争的事实。而体育和户外则是其中最有代表性的内容和具体的发展方向，国家已经把大众运动和“健康中国”上升到了国家战略的高度。在此背景下，户外已不再是过去极限运动的概念，成为了新生活方式的场景。健身也将从过去塑形、美体的垂直体育门类，逐步展现、溯源其本质——所有体育运动的基础和个人健康的基础。2020年全新的亚洲户外展和CHINAFIT的结合，就是其探索和深耕未来群众体育产业和大户外产业的具体举措。

欧盟企业积极报名第三届进博会

本报讯 中国国际进口博览会作为开展国际贸易的国际公共产品，为全世界的参展商和采购商洽谈交易搭建了平台。欧盟已经有40多家企业报名，展览面积超过2.4万平方米。

与去年相比，欧洲国家参与第二届进博会的热情更高，参展规模也更大。在第二届进博会国家展的64个参展国中，欧洲国家多达17个，参展国家数量仅次于亚洲。法国、意大利、捷克、希腊等4个欧盟国家还是主宾国。

从进博会的溢出和带动效应看，一些企业还在中国投资建厂，比如首届进博会明星展品直升机的生产商意大利莱昂纳多公司在浙江省建设生产基地，已于11月5日开工建设。

从第二届参展的情况看，欧盟近750家企业参展，展览面积达到了10.5万平方米，面积比首届增加了25%，平均展览面积达到140平方米，远高于本届的平均水平（90平方米），充分说明欧盟的参展企业质量和实力在不断地提升。

在第二届进博会科技生活展区，家具及家居用品零售商巨头宜家的展台格外醒目。这是宜家第二次参加进博会，也是首次独立参展。“‘进博效应’的火热超出了我们的预期。”宜家中国公关事务负责人杨帆说。

在宜家中国区总裁兼首席可持续发展官安娜·库丽佳看来，“绿色进博”理念与宜家的可持续发展战略不谋而合。“我们希望通过进博会与中国一同迎接更可持续的未来。”库丽佳说。

从一块展板到一个展台，宜家的“进博故事”透露着一个趋势：越来越多的世界500强企业视进博会为其加速拓展中国市场的重要契机。

今年恰逢百岁“生日”的食品行业巨头达能集团深耕中国市场已超过30年。 第二届进博会上，达能又携覆盖全部三大业务的30多个品牌亮相，其中部分产品在进博会上“全球首发”。

“中国是名副其实的‘机遇之国’。”达能公司秘书长兼执行总裁欧阳伯堂说，中国开放的贸易环境以及进博会这样广阔的贸易平台，均为跨国企业提供了独特机遇，使达能将最新产品尽快带给中国消费者。

“在中国，为中国”“与中国共创”，现身第二届进博会的多家世界500强企业都表达了相似的愿景。在他们眼中，作为中国主动向世界开放市场的重要平台，进博会正持续释放不容错过的中国机遇。 （宗赫）

本栏目由青岛国际会展中心独家赞助

晋江以会展经济打造服务业关键集群

本报讯 日前，第二十六届泉州国际车展在晋江SM国际展览中心落幕。展会的成交量、服务质量以及综合办展水平比往届全面提升，达到一个新的历史高度。统计数据显示，78个整车汽车厂家及经销商参展，发布51款新车，展出车型700余款，展会规模达3万平方米。车展共吸引观众12.8万人次，成交7168辆，约合人民币10亿元。

国际汽车展是晋江市继鞋（体）博会、食交会、陶博会后着力打造的知名品牌展会。近年来，晋江市把加快建设国际会展中心，提升体博会等展会效应，集聚展会服务、营销策划等会展经济业态，作为打造服务业关键集群的一项重要工作。

晋江国际会展中心建成后，晋江会展经济将迎来新一轮发展。为进一步规范会展业的发展，做强做大会展经济，晋江市贸促会牵头起草《关于进一步加强会展业管理的若干意见》，提出展会活动实行项目备案制度、规范展会活动备案管理部门工作职责、适时推动成立会展行业协会等意见、建议；通过实地走访、电话沟通等形式，主动衔接食交会、汽车展等展会主办单位以及厦门凤凰会展等多家专业展览公司，起草《关于促进晋江市会展业健康发展建议的报告》，提出进一步梳理出台会展业扶持政策、进一步规范晋江会展业市场秩序、合理规范晋江会展中心收费标准等建议。

此外，晋江市贸促会组织工作人员到上海、广州等地学习国内知名展会办展经验，开展招商招展工作，宣传晋江展览市场潜力、邀请专业展览公司到晋江办展合作；以《晋江会展经济发展的现状与对策》为主题，开展专题调研，对如何更好发展会展经济提出思路对策，为晋江市发展会展经济建言献策，发挥贸促会和展务公司办展、布展经验丰富的优势，在做大做强鞋（体）博会的基础上，主动参与食交会、陶博会等成熟展会，培育汽车展、纺织机械展等市场化运作的的专业性、商务性活动。

晋江市会展业管理与服务水平的提升，促进了会展业的有序发展。鞋（体）博会、食交会、陶博会、国际汽车展、国际纺织服装工业及面辅料展等一系列会展经济业态方兴未艾，智能机械等展会也蓄势待发。

品牌展会也为晋江带来了可观的经济效益和良好的社会效益。例如，今年举办的第二十一届中国（晋江）国际鞋业暨第四届国际体育产业博览会期间，参会客商17.87万人次，达成意向成交额238.2亿元。

产业品牌也为晋江带来耀眼的经济亮点。借助会展经济业态，企业订货会、文化娱乐、体育赛事、商务活动等相关产业得到快速发展。例如，第十八届世界中学生运动会的申办成功，让晋江的城市功能区建设、基础设施建设、城市治理能力等得到显著提升，国际化创新型品质城市逐步成型。 （王扶摇）

徐宿淮盐高铁、连淮高铁开通运营

苏北会展业将与长三角协同联动

■ 本报记者 谢雷鸣

近日，徐宿淮盐高铁、连淮高铁开通运营。至此，苏北五市铁路接入全国高铁网，迈进高铁时代。江苏各种运输方式齐全，内生交通需求强劲，但区域之间发展并不平衡。长期以来，苏北地区除徐州外均无高铁。

业界人士表示，高铁通车对苏北五市会展业有较大促进作用，有助于优化区域会展业的空间格局，促进江苏省内会展业彼此呼应、互补，强化苏北与苏南等区域的会展业产生共振放大效应，实现协同联动发展。

促进资源整合提升竞争力

江苏省发改委主任李侃桢认为，交通基础设施建设具有很强的先导作用，徐宿淮盐高铁和连淮高铁建成，不仅将极大便利沿线居民出行，而且对于加快苏北高水平全面建成小康社会、促进江苏区域协调发展具有非同寻常的意义。

“开通高铁将促进区域内人流、物流、资金流等的流动，加快苏北区域城镇化进程，促进苏北地区城市功能的日益完善，加速更多会展企业、高端服务业等从苏南等先进地区迁移、集聚到苏北。”海南大学旅游学院教授、博士生导师耿松涛在接受《中国贸易报》记者采访时表示，通过优化区域空间结构，苏北将迎来会展业发展新机遇。

他表示，开通高铁提高了区域可进入性，可增强人们参展、观展积极性。具体来说，大幅缩短交通通行时间，降低参展观展的成本，不仅在一定程度上激发苏北区域内协会办展、企业参展和观众观展的意愿，也使苏北会展业的辐射范围扩大。

耿松涛说，高铁通行缩短了苏北区域内部与外部的时空距离，有利于实现苏北与其他区域的基础服务设施共享、优势资源互补以及产业要素的流动，为苏北区域的会展业提供资金、技术和人才资源，有助于提升区域会展竞争力。

苏北有望对接沪宁会展

耿松涛认为，高铁通行为推进苏北地区与上海、南京等地的合作提供可能，促进苏北与长三角及中西部其他区域之间联动发展，实现政策互惠、资源互享、产品互推、客源互送、市场互动、合作共赢。

他说，高铁时代产生的时空压缩效应，加之高速公路和发达信息网络的叠加效应，将加速苏北和苏南的区域一体化进程，促进“同城效应”，带动苏北地区会展业的规模扩张和竞争力提升，实现苏北和苏南区域会展业的联动均衡发展，拓展当地与上海、南京展会对接的空间。

耿松涛也表示，苏北会展业还存在一些需要解决的问题，如硬件有所提升但软件仍欠缺，缺乏能够运作专业性会展公司和会展人才，展馆利用率低下且周边配套设施不足，部分城市的展馆对外开放程度低，限制参观频率，会展场馆建设只重数量，忽视品质，过于形式化。

他建议苏北五市科学规划，充分挖掘区域特色资源优势，结合地区环境与产业发展情况，规划、运作具有特色产业优势的品牌展会。比如，连云港作为“一带一路”的交汇点，具有区位优势，举办“一带一路”相关展会可助力本地企业对外寻找新市场，扩大国际市场份额。再如，雄厚的科技基础成为徐州发展科技类展会的一大优势条件，先进科技也为徐州会展业提供了技术支撑。

一些会展公司也对苏北表现出越来越强烈的兴趣。近日，江苏新国际会展集团有限公司总裁周正海表示，虽然起步晚，但宿迁的产业环境、商业环境、办展环境显著改善，越来越多的同行愿意来此办展。

“在一个地方办展，首先要了解当地的产业基础，明确办展目的，让办展目的和产业发展实现最大程度的匹配。例如，宿迁的三大主导产业和电子商务平台是非常重要的资源，在宿迁办展不能走传统的办展道路，要以会代展，发挥主导产业的辐射带动作用。”他说。

江苏三角洲国际会展有限公司董事长王锁平说，会展业的核心竞争力在于创意策划与市场开发，展会想有生命力，政府和企业就要联合运作。当前经济类会展与消费类会展较多，这一特点还会延续，文化消费类、科技类会展的发展前景较为明朗。“宿迁有‘酒都’美誉，可以办酒博会，吸引各地酒企。”他说。

●会展传真

国家会展中心（天津）五方面落实生态发展理念

本报讯 12月23日，天津市住房和城乡建设委员会重大项目办副处长师端平透露，国家会展中心（天津）一期工程主体展馆区基础施工已经全部完成，展厅钢结构组装总体完成62%。综合配套区桩基施工已经完成，正在进行土方开挖施工。预计至今年年底，会展一期展厅钢结构组装完成70%，综合配套区完成土方开挖及基础浇筑施工。

国家会展中心项目从五方面落实生态发展理念，具体举措有五点：一是利用16个展馆的屋顶面积（总计约20万平方米），朝南侧安装光伏发电设备，实现约7兆瓦的发电量；二是利用室外展场的场地条件，设置约7.5万平方米的区域地源热泵系统，通过浅层地下水温度交换提取能源，辅助供热制冷；三是结合海绵城市要求，对于会展项目屋顶及地表的雨水进行有效收集，并因地制宜结合项目需求设置了雨水回用系统；四是对建筑钢结构、楼板、维护结构、幕墙、楼梯等采用预制装配构件，以工业化方式开展建设，减少现场污染；五是按照绿色建筑三星级标准设计展馆区，提升能源利用效率，降低损耗。

（刘阳）

西安数字经济产业借展会走出去

本报讯 近日，西安市大数据资源管理局对西部国际会展有限公司进行考察调研，并举行座谈会。西部国际会展有限公司董事长吴彤飞阐述了西安会展行业的发展趋势，表示西部会展致力于不断优化展会项目，以高质量品牌向外输出，并不断完善会展项目合伙人制。西部会展正在发挥项目品牌影响力，充分利用会展业的平台优势，加速交流合作与对外展示，近一步助推西安市数字经济产业向外走出去。

西安市大数据资源管理局局长刘军表示，会展行业作为城市形象的推广平台，也是市场经济的风向标，对于城市发展起到重要作用。在西安着力构建新型智慧城市，全面打造“数字名城”的过程中，应当利用会展业平台优势发出自己的声音，响应建设发展需求，将数字经济与“三个经济”密切结合推动城市发展，逐步打造数字西安、数字西部、数字丝路，共同把握数字化智能化带来的重大发展机遇，最终实现高质量发展。

（樊华）

潍坊市会展行业协会成立

本报讯 近日，潍坊市会展行业协会成立大会在山东潍坊举行。协会旨在促进会展业向规范化、国际化、品牌化、市场化方向发展，为推动潍坊会展业加快动能转换、转型升级，实现更高质量发展作出贡献。

经过多年努力，潍坊会展业从无到有，取得长足发展。1984年举办首届潍坊国际风筝会，1994年创办鲁台经贸洽谈会，2000年创办寿光国际蔬菜科技博览会，潍坊“三会”并举，初步形成了潍坊会展经济格局。在这三大展会带动下，青州花博会、昌邑绿博会、昌乐宝博会、中日韩产业博览会等一批颇具特色的展会应运而生，并逐步发展壮大。

据介绍，潍坊市会展行业协会成立后，将发挥桥梁和纽带作用，协助政府部门制定和实施潍坊市会展业行业的发展规划，制订行业规范标准、行业职能及认证制度，开展会展人才培训、人才交流、技能竞赛等工作，推动会展业提升。 （毛雯）