

创新会展·项目篇

# 网上贸服会：注重融合跨界合作

■ 本报记者 谢雷鸣

“今年受新冠肺炎疫情影响，加之国际贸易形势发生变化，我们因而创新展会。”日前，在中国报关协会、中国服务贸易协会举办的网上新闻发布会上，中国报关协会常务副会长兼秘书长白凤川说，在多渠道征询国际贸易服务企业、进出口企业意见并研究论证后，今年的国际贸易服务博览会（以下简称贸服会）决定在网上举办，时间为10月中旬。

记者了解到，网上贸服会不仅是线下博览会的线上版本，还将探索数字化国际贸易服务业态的平台化服务新模式。贸服会平台上线后，外贸人可以较为方便地在平台上找到国际贸易各业态的优质服务提供商、国际贸易相关的政策解读及各种资讯、国际贸易相关知识培训及经验分享等。

## 打开“需求窗口”

白凤川说，疫情对全球经济和

贸易带来巨大影响，全球范围内生产和消费收缩，导致了全球性的跨境贸易封锁。商品和服务贸易连续两个季度衰退，我国的贸易面临贸易摩擦和疫情的双重挑战。在这一背景下，网上贸服会以“赋能、共生、破局、发展”为主题，围绕数字贸易与国际贸易服务生态构建，助力我国进出口企业打开“需求窗口”。

新闻发布会透露，网上贸服会包括网上展览展示、专业论坛、需求对接洽谈会、直播推介、网上知识服务等环节，展示划分为2大展区8个服务专区，涵盖通关、物流、口岸园区、金融、贸易信息服务、贸易合规服务、跨境电商等国际贸易服务全产业。

白凤川介绍说，通过线上展示、交流洽谈、品牌推介、知识分享等活动，网上贸服会将优秀的国际贸易企业和国际贸易服务企业聚集在一起，通过直观展现我国优秀服务贸易企业的服务理念、服务内容、服务网络 and 品牌形象，既可以为广大进

出口企业提供更多更优的服务选择，也可以为贸易企业个性化的贸易需求提供解决方案。

## 深化企业交流

“网上贸服会是首届贸服会的延续，更是创新之举，将深化企业间的交流与合作。”中国服务贸易协会常务副秘书长田国锋在新闻发布会上说。

去年6月2日至4日，首届贸服会在广州保利会展中心举办，参展企业涵盖国际贸易产业链的各种服务业态，超过200家国内优质国际贸易服务企业参展，近3000家国内进出口企业观展。

田国锋强调，作为国内首个以全国性国际贸易服务为主题的博览会，贸服会的宗旨是服务我国贸易强国战略，促进贸易便利化，倾力打造立足国内、面向国际、专业化的国际贸易服务交流、展示、交易、合作平台。

“总体来讲，我国国际贸易服务企业规模不大，品牌形象不够突出，社会影响力不够大，重视程度和投入力度不够，这制约了企业和行业的发展。”田国锋说，本届展会依托物联网、大数据、VR等技术赋能传统展会，实现线下展厅到线上展厅的转变，数字化在线展览实现精准匹配、洽谈和引流，提升效率，通过精准对接买家、点商平台帮助企业获得订单，通过对接金融机构帮助企业解决融资难题。

“网上贸服会具有明显的跨界合作特点。贸易企业和服务企业聚集并交流，加速行业升级。”他说。

## 促成“优优结合”

在首届贸服会期间，中国报关协会有关领导在接受《中国贸易报》记者采访时表示，首届贸服会的举办对未来发展具有很大启发，深耕服务和促进交易将作为未来展会的主要目标。

在此次新闻发布会上，白凤川表示，优质高效的对外贸易离不开优质的贸易服务，特别是随着科技发展，未来的国际贸易将进一步呈现科技化、多元化、个性化、物联网、大数据、人工智能、区块链等新技术将被广泛应用于国际贸易服务的各个领域，并为其持续赋能。这也需要企业不断学习和创新，继续提高综合服务能力，进而与高质量的服务贸易发展相匹配。

白凤川认为，国际贸易服务作为一个高度开放的行业，企业之间互相学习和借鉴不仅必要而且必须。举办线上形式的展会，将在我国贸易服务的发展上写下浓墨重彩的一笔。参与企业更加多元，活动更加丰富，不受时间空间的限制，沟通交流更加方便快捷，大家一定会有全新的体验。

“网上贸服会一定会促成多个‘优优结合’，这必将推动我国国际贸易发展。”白凤川说。

# 首场展前供需对接会为进博会预热

本报讯 博西家电、资生堂、福维克等世界500强及行业龙头企业与阿里巴巴、拼多多、百联等国内名企欢聚一堂，50余家参展商、100余家采购商现场洽谈交流，不少企业携带首发新品，共同为第三届进口博览会预热。

这是近日在国家会展中心（上海）举办的第三届进博会消费品展区展前供需对接会暨上海招商路演活动上发生的场景。

中国国际进口博览局副局长孙成海在对接会上说，当前进博会各项筹办工作成效良好，筹办工作已由招展为主转向招商办展为主。供需对接会有助于展商和客商提前对接，开拓商业机会，拓宽客户网络。

福维克中国区总经理查生告诉记者，福维克在今年进博会期间将推陈出新，不仅展区面积扩大近25%，还会在进博会期间发布基于中国市场洞察而研发的新产品。

查生说，受益于进博会这一全球开放平台，福维克的销量大幅增长。中国不仅展示了巨大的市场机遇，还展示了中国政府支持优质国际品牌更好地走进中国市场的诚意。为此，公司正在谋划最新的产能升级，拟加大中国市场投入力度。

德国米技公司是进博会的老朋友。今年，该公司将携手德国肖特亮相消费品展区，展台面积更大。米技公司还将在进博会上首发两款新品，其中一款电

灶产品为全球首发。

米技公司中国区总经理周文炳表示，进博会是不可多得的在全球商业舞台上展示自己品牌的机会。米技公司将继续借助进博会，深度发掘中国市场，同时融入全球市场“朋友圈”，在国际家电舞台上发出最强音。

基于对中国市场充满信心，博西家电、资生堂、NUC、米技、卡赫、福维克等一批参加本场对接会的消费品行业巨头签订了后3年参加进博会的合作备忘录。

参加对接会的国内电商平台满载而归。拼多多消费数据研究院副院长刘中琪对记者表示，中国消费者目前对优质进口商品的需求越发旺盛，“618”活动期间，拼多多“全球购”频道的成交额较去年同期上涨超过470%。拼多多先后与阿根廷、塞尔维亚、波兰、丹麦等多个国家的驻华大使馆和领事馆建立合作，通过大使和领事直播售出的产品超过20万单。

（宋薇萍）



## 海南三亚会展业系列推介会启动

■ 叶浩

近日，由三亚市商务局、三亚市旅游推广局、三亚市贸促会主办的2020三亚市会展（奖）业第一、第二场推介会分别在成都、西安举办。

在成都举办的推介会上，三亚市介绍了近年来该市会展业的发展情况、会展资源、奖励政策、下一步计划，以及海南自贸港建设背景下会展业迎来的发展机遇。

在西安举办的推介会上，三亚市商务局相关负责人表示，三亚需要西安这种会展资源体量

大的城市，来对其会展行业进行引进、完善与提升，西安也需要三亚作为其会展业发展的延伸，双方应当实现互利共赢。

在两场推介会上，三亚市商务局相关负责人就《海南自由贸易港建设总体规划》及《三亚市会展业扶持专项资金管理办法》等政策作了宣传推介。

推介会使成都和西安企业对海南自贸港建设背景下的三亚及当地会展业、旅游业营商环境和发展情况有了全新认识。

成都、西安的参会代表说，未来将与三亚相关方加强会展资源整合，完善常态化联络机制，增强企业交流与合作，携手助推会展（奖）业逐步复苏。

2019年，三亚共举办会展活动8788场，同比增长3%。其中，千人以上会议75场，万人以上会议1场，展览45场。三亚正在加快推动崖州湾科技城、中央商务区等四大园区建设和产业转型升级，为企业投资发展多元化提供广阔的发展空间。

据了解，三亚会展（奖）业系

列推介会旨在承接海南自贸港政策与“大三亚”旅游经济圈的建设契机，全方位展示三亚优美的生态环境、良好的办会办展条件及完善的会展支持政策，加强三亚与目的地城市在会展、旅游业等领域的多方位合作。

据悉，成都、西安推介会之后，三亚将赴杭州、苏州等城市作宣传推介。系列推介会将为三亚和国内其他知名会展城市共享时代机遇、共谋合作发展、共话美好未来搭建沟通与合作的桥梁。

（郭然）

会展传真

## 第17届东博会将延期举办

本报讯 第17届中国—东盟博览会高官会暨投资合作视频会议近日在广西南宁举行。会议一致同意，鉴于当前全球新冠肺炎疫情防控形势，第17届东博会延期举办，日期确定后公布。

本届东博会的主题国为老挝，巴基斯坦出任特邀合作伙伴。规划展览总面积13.4万平方米，继续设置商品贸易、投资合作、服务贸易、先进技术、“魅力之城”五大专题，已有7个东盟国家确定包馆，首设跨境电商专区、区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）展区、粤港澳大湾区合作展区等。

商务部投资促进局会展部主任李晋苗说，中国—东盟自贸区建成10年来成果丰硕，东博会发挥了重要作用。希望东盟各国投资促进机构支持博览会升级发展，利用东博会帮助本国企业发展业务，推动数字经济互联互通，加强深层次交流，创新合作机制。

东博会秘书处秘书长王雷说，博览会将承担中国—东盟自贸区助推器的责任，为加快疫后区域经济复苏而努力。本届东博会筹办进展总体顺利。（潘强）

## 国机会展（海南）有限责任公司成立

本报讯 近日，海南国际经济发展局与中国机械工业集团举行工作座谈，并与中国机械国际合作股份有限公司签署合作协议，将共同促进海南自贸港会展经济发展。国机会展（海南）有限责任公司就此揭牌。

在座谈中，双方就海南自贸港投资机遇和中国国际消费品博览会等内容展开深入交流。中国机械工业集团副总经理丁宏祥表示，中国机械工业集团高度关注海南自贸港发展，将积极参与自贸港建设，深度参与中国国际消费品博览会。

根据海南国际经济发展局与中国机械国际合作股份有限公司签署的合作协议，双方将在建设走出去和引进来贸易平台、发展会展经济等方面开展深度合作，打造具有国内外影响力的知名品牌会展，提高海南在国际市场中的竞争力和知名度，共同助力海南自由贸易港建设。中国国际消费品博览会是中国唯一以国际消费品进口为主题的国家级展会。首届博览会拟于2021年3月在海口举办，集聚全球消费领域资源，打造全球消费产品展示交易平台。（罗霞）

会展新说

# 会议业或成城市国际化“弯道超车”的首要战略

■ 顾乙

会议产业是转动一座城市的原动力，也是打造一座城市品牌与价值的有力工具。会议产业带来的是“集客经济”，即把人才和资金拉到举办城市，有效吸引国际高端商务人才造访、投资、消费、贸易与学术交流，为当地创造庞大的地方经济，其经济价值由全民共享，绝非由少数财团或者股东独享，餐饮、零售、旅游、交通、观光服务等行业包含在内的普通大众皆可受惠。

严格地讲，发展会议产业是通过会议业衍生出的知识经济与产业经济。在知识经济时代，会议产业可以吸引世界上“最好的脑袋”，如2000年在台北举办的世界资讯科技大会，邀请了比尔·盖茨出席并演讲。当商务精英荟萃后，产生的不只是思想的火花，更多的是与当地产业相关的跨国、跨城市的商务合作，比如澳大利亚墨尔本从2012年定位于创新与医疗的知识城市，墨尔本随后几年实现了几个重大创举：2014年国际艾滋病研讨会（13000人以上）落户墨尔本，2017被选为全球公共卫生中心，等等。

中国会议市场庞大，普遍有政府会议、协会会议与公司会议等。在此，笔者想区分的是国际会议。因为单纯从会议本身来看，各城市的会议数量都很大，但实际现象却是“热闹的冷冷清清”，没有“legacy”，即后续的经济价值或社会效应，甚至部分会议看似繁荣，实则一地鸡毛。而国际会议处于会议市场的顶端，是一个城市“触摸世界的窗口”。一座城市举办国际会议的数量，在某种程度上决定这座城市的国际化程度，毕竟国际会议是跨国、跨城市的竞争。国际大会及会议协会（ICCA）对国际会议的定义标准：一是定期举办的会议；二是在三个国家以上举办过；三是在参会人数超过50人。根据ICCA统计显示，中国会议产业在不断提升国际化的进程中，在2019年已首次实现从国家排名上占据亚洲的会议盟主地位，位于全球第7位，举办的国际会议是539个，为历年数量最高。但2018年中国仍落后于日本。

城市该如何以投资回报率

为出发点，有效地发展会议业？笔者对此有几点心得体会，在此

分享。首先，成立公私合营的城市营销组织。结合公有部门的财力与资源、私有部门的动机和效率，实现使用者“付费即会员”的概念，其组织成员可以延续国际的专业经理人和专业团队，导入私有部门的解雇、管理模式与薪资制度，以绩效为导向，避免繁杂文缛节的行政程序，最重要的是财务的永续性和资源运用机制的建立。若只是“政府归政府、民间归民间”，民间给政府的意见停留于建言献策，政府给出的方法与政策是指导，则无法建立共同决策和担责的机制。

哥本哈根会议局（WOCO）是哥本哈根的官方行销组织，是笔者在研读不同城市后首推的学习典范，其组织经费来自于公、私部门与自身的营收，模式是组织号召了多少业者、收到多少会费，政府就要提供相对份额的资金，即1:1配比。在城市营销战略上，不花大钱，相信成果是一点一点的积累，多以创意性模式在不同场合露出。在引进大会后，主动为主办方提出创新会议设计的方案，让与会者切身体验到对他们

的胃口，即Wonderful Copenhagen（美妙的哥本哈根）。

其次，成立专业的国际竞标团队。过往，城市可以通过风景名胜、资金补贴、交通便利甚至是一时的大手笔硬件投资获得主办权。如今，更需要积极运筹帷幄，系统性、组织性、效率性地去争取，才能赢得竞争，获得会议主办权，因此专业的国际竞标团队将是打通城市行销组织“任督二脉”的关键。

这个专业团队要充分发挥两大智能。第一，走出去做业务。走出去的目的是为了引进来，以全球城市路演、专业协会的露出、竞标案等业务形式开展，总之，就是积极运作争取会议主办权，因此专业的国际竞标团队将是打通城市行销组织“任督二脉”的关键。

创新与专业更是专业团队需要坚持的特质，不断创新的城市的营销策略，不停留于简单的游戏说词。这里举个笔者印象特别深刻的竞标案例。摩纳哥为

了争取2016年国际旅游者协会（SKAL）全球年会主办权，SKAL摩纳哥分会的副主席Antonio Ducceschi协同摩纳哥公国的文化外交大使、皇家乐团的首席小提琴演奏员张樟飞往墨西哥，在现场同几十个国际竞标时，他们分工协作，Antonio Ducceschi主要负责介绍当地的地力与特色，张樟在他身旁流动演奏，以耳目一新的体验方式让在座决策者感受到摩纳哥这座城市的精致魅力，获得了在场人士的称赞以及对摩纳哥举办年会的期待。

笔者期待有更多城市能在重审城市产业特征后，结合会议业的发展，通过会议连结世界，成立专业的城市营销组织，搭建起当地与世界连接的高效平台。（作者系初末乙国际文化创始人）

本栏目文章涉及版权，转载注明出处

**走进新时代 共享未来**

中国·红岛国际会议展览中心  
Hongdao International Convention and Exhibition Center, China

（青岛国际会展中心新馆）  
The New Generation Venue of QICC

2019年投入使用

www.qdceec.com.cn

室内展览面积 150,000 m<sup>2</sup>  
50间会议室  
室外展览面积 200,000 m<sup>2</sup>  
10,000余个停车位  
无柱多功能厅 10,400 m<sup>2</sup>  
1000间酒店客房

山东省青岛市高新区火炬路326号 0532-88898777

本栏目由青岛国际会展中心独家赞助