

创新会展·特别篇

商品和服务交易额累计4.82万亿元

全国消费促进月活动释放市场潜力

■ 本报记者 谢雷鸣

为激发市场活力、释放消费潜力、促进消费稳中提质，商务部将今年5月定为2021年全国消费促进月。商务部日前发布消息称，根据商务部对第三方支付平台等机构数据监测，2021年全国消费促进月活动期间累计实现商品和服务交易额4.82万亿元。

据商务部新闻发言人高峰介绍，在各地、各部门和市场各方的努力下，全国各地在活动期间共开展特色活动7300余场。其中，省级重点活动3100多场，参与企业20余万家，比去年5月增长22.8%。活动期间，各方提倡绿色低碳和可持续消费，推进消费市场平稳运行、繁荣活跃，进一步促进消费升级和高质量发展。

展、节活动呈现五大特点

高峰表示，2021年全国消费促进月活动主要有以下五个特点。

一是促销活动丰富多彩。商务部会同相关部门和地方，组织开展了中国国际消费品博览会(以下简

称消博会)、中华美食荟、老字号嘉年华、双品网购节等全国性活动。各地因地制宜，聚焦农村消费、大宗消费、服务消费、新型消费，组织举办地方特色促消费活动。其中，浙江“浙里来消费”、重庆“爱尚重庆”、广西“33消费节”、福建“全闽乐购”等活动已经形成地方特色活动品牌，推动消费市场活力释放。

二是品质消费显著提升。各大品牌密集推出新品首发、首展首秀、打折促销等活动，促进升级类、品质化需求集中释放，中高端消费快速增长，境外消费进一步回流。双品网购节期间，除菌洗衣机、定制家具、智能穿戴设备等网络零售额同比增长分别增长117.8%、95.4%和67.2%。老字号嘉年华在5月举办了60余场重点专题活动，进一步激发中华老字号转型发展活力，线上线下销售额超过10亿元。海南9家离岛免税店销售额同比增长159%。

三是服务消费快速回暖。各地积极打造商旅文、游购娱、吃住行“一站式”活动平台，带动服务消费

进一步回暖。中华美食荟5月举办的“江苏味道”“沙县小吃华夏行”等8大类特色活动，推动餐饮消费加快恢复。银联商务数据显示，5月住宿类、餐饮类娱乐类消费同比分别增长64.5%、33.5%和11.3%，比2019年同期分别增长15.8%、7%和2%。

四是新型消费蓬勃发展。各地引导线上线下深度融合，利用新技术、新理念、新媒体，塑造消费新业态、新模式、新场景，提升消费智能化、便利化水平，激发消费新动能。上海、苏州、大连等地开展数字人民币应用试点，提升支付便利体验。老字号嘉年华活动汇聚各大电商平台，助力中华老字号产品网络热销。如山东组织300余场中华老字号直播活动，带动销售1.66亿元。

五是农村消费潜力释放。各地深入县域乡村组织促消费活动，更好满足农村市场消费的新需求。多地组织商贸企业以商品直销车、流动市集等方式开展生活必需品、品质特色商品进农村活动，组织汽车、

家电下乡展销，举办生活服务下乡、旅游农家乐等活动。如中国汽车流通协会组织汽车下乡巡展活动10场，销售汽车8万多台，实现销售额117.11亿元。“五一”期间，重庆重点监测的农家乐营业额同比增长了57%。

重要展会活动密集

据介绍，重要展会和重点活动丰富密集，是今年消费促进月的突出特色。消博会、双品购物节、中华美食荟、老字号嘉年华等，分别以国内有代表性城市为启动中心，结合端午、中秋、中国品牌日、非遗日、服贸会、进博会等重要时间节点开展实施，持续时长贯穿至年底。

以广西为例。广西全区联动各市举办“广西消费促进月幸福春夏购车季”大型展销活动，举办各类汽车展展展销、以旧换新促销、新能源汽车下乡等活动，累计带动汽车销售近8400辆，销售金额超11亿元。

南宁市举办的第二十二届北部湾车展、沙井汽车城互动车展、兴宁

汽车生活节等活动，累计销售新车4000多辆、金额超5亿元，观展人群达6万人次；桂林市举办“2021五一汽车博览会”，54家车企携60个汽车品牌参展，销售汽车1386辆，成交金额超2亿元；梧州市举办“首届梧州云车展”，累计销售汽车700辆、销售额约1亿元；河池市举办第20届汽车交易会，共销售汽车386台，销售额近5000万元；北海市举办“促消费惠民生——全国汽车巡展(北海站)第8届北海惠民团车节”，销售汽车超200辆，成交金额3000万元；百色、玉林、防城港、崇左等市也举办多种形式的汽车展销活动。

专家表示，主题消费活动有点有面，坚持“政府搭台、多方参与、专业运作、企业唱戏”原则，有助于加速市场回暖，充分释放消费潜力，多元开放促进消费升级、稳中提质。

高峰透露，商务部将继续统筹推进疫情防控和消费促进工作，为促进形成强大国内市场、构建新发展格局提供有力支撑。

会展传真

杭州市与江苏省举行会展业合作交流

本报讯 近日，“党建引领聚力、携手共建庆百年”杭州市与江苏省会展业合作交流会在江苏南京举办。两地会展业分析了会展业发展现状，探讨未来发展趋势，并分享两地会展策划、运营、管理经验，促进实质性合作与交流。

与会人士表示，在长三角一体化发展战略总体指导下，为准确把握新发展阶段、深入贯彻新发展理念、主动融入新发展格局，进一步深化江苏省与杭州市两地现代会展业高质量发展，江苏省会议展览业协会与杭州市会议展览业协会签署了战略合作协议，共同助力长三角地区经济社会发展。

双方表示，未来将建立全方位、多角度、深层次合作机制，深入剖析行业现状，梳理行业脉络，判断行业走势，进行信息共享，资源互通，使两地会展业国际化水平进一步提升，形成江苏省与杭州市两地会展业共同发展，推动长三角地区会展业高质量发展。

佛山南海扶持会展业最高补贴3000万元

本报讯 记者日前从佛山市南海区政府获悉，佛山市南海区近日出台《佛山市南海区促进会展业发展扶持办法》(以下简称《办法》)，对会展场馆建设、办展、运营和组织参展给予多方面扶持，最高补贴金额达3000万元。

《办法》鼓励社会资本在佛山市南海区投资建设专业会展场馆，对符合条件的场馆建设主体，按项目实际固定资产投资总金额的10%进行一次性补贴，最高补贴金额不超过3000万元。

《办法》增设线上会展平台建设、招商及参展补贴。支持区内行业协会组织建设网上会展平台，对经评定符合条件的专业网上会展平台建设主体，按照平台建设投入资金的20%给予一次性补贴，最高补贴金额不超过100万元。鼓励在南海区注册，具有独立法人的企业参加区内网上会展平台举办的专业展览，对全程完整参加一次网上专业展览的企业，每参加一次给予参加企业补贴5000元。

《办法》鼓励举办高质量展会，对会展企业在佛山市南海区举办展览给予补贴。包括在佛山市南海区注册的具有独立法人的会展企业，也涵盖南海区外会展企业。针对办展类奖励，其他区域均补贴会展租金，佛山市南海区则以展览面积及参展商家数作为补贴依据。以展览面积10000平方米、展期三天的展会为例，符合条件的佛山市南海区企业可补贴40万元，比周边地区补贴力度更大。(本报综合报道)

2020 纺机联合展：融合共赢 打造纺织业“智造未来”

6月16日，2020中国上海国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展(以下简称2020纺机联合展)在国家会展中心(上海)举办。本届展会由中国贸促会纺织行业分会、中国纺织机械协会、中国国际展览中心集团公司和欧洲纺织机械制造商委员会共同主办。

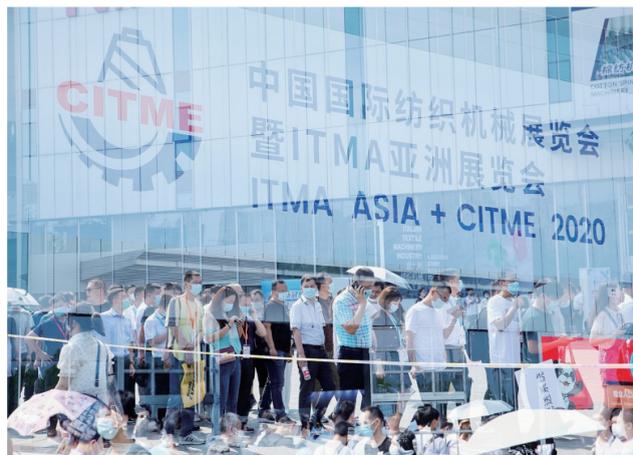
受新冠肺炎疫情，2020纺机联合展延期至今年举办，成为纺机行业在疫情后首个具有全球影响力的线下纺机联合展，规模达17万平方米。

作为在“十四五”开局之年举办的全球纺机行业盛会，2020纺机联合展是中国纺织在纺织强国新征程中创新成果展示、行业交流合作、产学研高效对接的重要平台，也将进一步助力纺织产业走向“智造未来”、探寻高质量发展路径、打通国内国际供需双循环通道。

为行业破局注入新活力

本届纺机联合展，吸引了来自中国、德国、意大利、日本以及瑞士在内的全球1200余家纺机企业高规格参展，纷纷携最新产品精彩亮相。作为自2019ITMA巴塞罗那展以来，全球第一个纺机类专业线下展会，本届纺机联合展期间发布和展示了众多极具行业代表性的装备技术的最新研究进展。

在物联网、大数据和人工智能



技术发展、纺织需求端的强劲引导下，纺机行业将出现数字型企业碾压工业时代企业的现象。产业链企业的新生态系统，也将为行业的高质量及高端化注入强劲的发展动力。近年来，数字经济引发了全球制造业的深刻变革。纺织产业在数字化、智能化方面已经走在了前面，本届纺机联合展集中展示智能化车间建设的新思路和融入“5G+人工智能”的新产业应用，将为后疫情时代下的纺织行业发展注入新的活力。

推动产学研跨界融合

本届纺机联合展上，主办方特别设立“研究与创新专区”。东华大学、天津工业大学、浙江理工大学、江南大学、武汉纺织大学、西安工程大学、青岛大学等院校在此专区展示现代纺织装备技术、机/针织工艺关键技术及设备等领域的最新研究成果，这些成果展示了纺织装备和工艺技术的创新和发展方向。此次，纺机联合展为纺织相关企业与高校搭建了交流平台，促进了科研成果转化与企业



生产相结合，推动产学研之间的科技成果转化、交流与合作与跨界融合。

此外，本届展会除聚焦全球纺织业内顶尖科技热点，更将推动后疫情时代下的高增长板块，聚焦大健康、功能性、绿色及可持续、跨界合作及智能化的新应用及升级转型方案，现场举办了一系列同期活动、专题论坛和成品展示，为观众和展商搭建了“智能未来”的行业平台。

除线下开展外，本届纺机联合展还通过线上辅助展示和直播活动。2020纺机联合展主办方通过

官方网站、微信公众平台、合作媒体以及自有数据库，宣传推广参展企业在展会现场举办的新产品发布、展品介绍、网络会议、直播互动等，通过展会的庞大资源数据库帮助展商精准引流，同时也是为海外企业搭建线上互动平台，与线下实体展会形成有效互动。通过融合线上线下，本届纺机联合展为展商和观众了国际化的展览和服务模式，有效提升参展成效，促进交流洽谈和精准匹配，推动纺织行业高质量发展。(中展信合)

会展大咖说

会展业助力长三角加快构建新发展格局

■ 张敏

作者简介

上海会展研究院执行院长，上海大学教授/博士生导师
复旦大学研究生毕业，获文学博士
曾赴欧美日访学研修
曾任世博会咨询专家、进博会特聘专家、服交会展望专家、中阿博览会咨询专家等，主编《会展蓝皮书——中外会展业动态评估研究报告》等著作多部。

提高，跨地域规模化人类交往不断成为现实并得以持续发展，进而衍生出贸易投资活动。人们开始从四面八方有组织地集聚于平台化市场，形成了会展这样一种主要服务于国际贸易的沟通平台，其突出特点是跨地域集聚、竞争性展示、多样化选择和分散式决策，是通过直接沟通、平等沟通、互动沟通以实现交往所必需的认知、理解和信任。

新中国成立70年来，对外经贸交往从艰难曲折中走来，创造了举世瞩目的成就。中国经济在“一穷二白”基础上起步，面临严峻的阵营对立和敌视封锁。1957年创办广交会以打破发展困境，成为我国外贸发展的主要平台，经贸成交额占全国占比长期保持在50%上下，个别年份甚至高

达70%。上世纪70年代，中国恢复联合国合法席位，与西方关系改善，对外经贸开始走向正常化。

改革开放以来，特别是加入WTO以后，我国打开国门搞建设，对内开放、对外开放，全国有外贸经营权的市场主体，从14户发展到1.4亿户；经贸类展会从一场为主发展到每年超过1.1万场，进出口总额从355亿元人民币发展到31.56万亿元；国民生产总值从5690亿元发展到100万亿元，年均增长率接近两位数，创造了中国崛起的世界奇迹。与此同时，人均GDP从156美元发展到11146美元，GDP总量占美国比重从1.3%增长到70%，为道路自信、理论自信、制度自信和文化自信增强了底气。

如果说，会展业对经济社会发展的基本功能是促进贸易投资、实现对外开放，那么在此基础上，会展业还具有突出的创新激励、品牌营销、关联建构、社会整合和文化包容作用。这主要通过本土企业全球化机制得以实现。就是说，会展平台根据供需规律市场机制，把全球最先进的商品、技术、信息、管理、资本和人才等资源要素供给，同本土最迫切的要素资源需求，门类类集聚于各擅胜场的会展平台，进而为本土企业转型升级提供资源要素选择、市场竞争合作以及全球化发

展途径，从根本上推动了供需发展和经济社会繁荣。

这一点从上海会展业发展与经济社会繁荣的正相关性，可以看得很清楚。2001年，上海代表中国承办APEC峰会，成为我国新世纪维护发展与APEC成员关系，深化经贸往来的重要历史机遇。上海会展业的展出面积从当年的大约100万平方米，通过后来十几年努力增长到接近2000万平方米，对外贸易投资的市场化平台日益扩大。与之如影随形相伴生的是，上海进出口总额从2001年的5041亿元，增长到3.48万亿元；上海的国民生产总值从5210亿元，增长到3.87万亿元。

正是会展业的快速发展，不断强化上海开放、创新、包容的城市特征，持续放大了上海全球资源配置、科技创新策源、高端产业引领和对外开放枢纽的城市功能，使上海得以发挥其创新要素全球集聚优势，创新能力与水平不断实现突破，先进制造业集群、战略性新兴产业和现代服务业发展步伐显著加快，资源要素产出效率持续提升，初步实现了转型升级动能迭代，从而有条件在更高层次上率先参与国际经济合作与竞争，打造对外开放新优势，构建开放型经济新体制。

中国国际进口博览会(简称进

博会)及其溢出带动效应，标志着中国会展业的发展进入了高水平开放新境界，为中国和世界带来了开放型世界经济新目标。作为会展业发展里程碑，进博会体现了中国为自由贸易、多边体制和全球化做出的重大贡献，成为供给侧改革、扩大内需、加快构建新发展格局的战略支撑。

习近平总书记指出，“构建新发展格局，实行高水平对外开放，必须具备强大的国内经济循环体系和稳固的基本盘，并以此形成对全球要素资源的强大吸引力、在激烈的国际竞争中的强大竞争力、在全球资源配置中的强大推动力。”

长三角三省一市协力打造上海虹桥国际开放枢纽，就是要以进博会为引领，以大交通、大会展、大商务为支柱，紧扣高质量和一体化两个关键，着力建设国内大循环的中心节点、国内国际双循环的战略链接，全面建成国际会展之都，全面确立中央商务区和国际贸易中心新平台功能框架与制度体系，为推动长三角一体化发展、提升我国对外开放水平、增强国际竞争合作新优势、建设战略承载地，加快构建新发展格局。

上海虹桥国际开放枢纽涵盖虹桥商务区和南北两大拓展区，在三

省一市间形成了“一核两带”、十四区县、7000平方公里的新发展格局；作为我国的一种全新开放形态，在未来中国开放大局中举足轻重。未来三省一市及其会展业发展，前景光明无可限量。

会展业是上海参与全球城市竞争的独有优势，长三角高质量一体化的特色平台，其功能作用和全球化意义有目共睹。立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局，责任担当则义不容辞。

为此，有必要持续深化自身改革，沿着专业化、国际化、数字化、品牌化、生态化方向要空间、要地位、要发展，高效率服务开放枢纽建设。这中间，专业化、国际化、品牌化有赖人才培养和创新研发，有必要学习华为经验，动员高校与研究机构为人才培育和知识创新做贡献。生态化主要是办展理念、设计搭建、绿色准入和监督管理问题。数字化则有可能成为中国会展业弯道超车的历史机遇，有必要结合新基建趋势而上，实现会展业数字化赋能，促进会展服务业生态和服务模式创新。

文章仅为作者观点，并不代表本报立场。本栏目署名文章涉及版权，转载请开通白名单。

