创新会展·项目篇

首设外贸基地、人工智能展区

海丝博览会搭建新经济下供需平台

■ 本报记者 毛雯

广东21世纪海上丝绸之路国际博览会(以下简称2021海丝博览会)组委会日前发布,2021海丝博览会将于9月24日至26日在广交会展馆A区举办。

2021海丝博览会由广东省商务厅、广东省贸促会、广州市政府主办,广东省投资促进局、广州市商务局、广州市贸促会、中国对外贸易中心(集团)承办。

2021海丝博览会将采取"一展一会"和"综合展+专业展"模式举办。同期主题论坛将在广州越秀国际会议中心举办。

促进多领域合作

据组委会相关负责人介绍,尽管受全球新冠肺炎疫情影响,本届海丝博览会规模仍达到7万平方米,美国、加拿大、墨西哥、俄罗斯、西班牙、日本、韩国、泰国、以色列等64个国家和地区设立国家形象展位,比上届增加了13个国家和地区。

现场将设置RCEP经贸合作展区、欧洲经贸合作展区、亚非经贸合作展区、太平洋岛国合作展区以及美洲合作展区,展示各国文化、旅游、特色产品,推进广东与"一带一路"沿线国家和地区在互联互通、经贸投资、园区开发、文化旅游等多个领域开展务实合作。参展企业逾千家。

上述负责人表示,广东作为贸易大省,外贸占全国的22%,体量大、分量重,对全国贸易稳定发展发挥了重要作用。为更好地发挥贸易高质量发展在畅通国内国际双循环中的桥梁作用,本届海丝博览会首次设立外贸基地展区,将组织40多个外贸基地参展,包括广州花都狮岭箱包、番禺首饰等多个国家级外贸基地。

助推合作区高质量发展

据介绍,本届海丝博览会另一个创新是,将首设人工智能展区、数字经济展区和丝路电商展区,集中展示人工智能、机器人、无人机、智能制造、新能源汽车、无人驾驶等科技热点。亿航科技、极飞科技、百度阿波罗、小鹏汽车等科技企业将积极参展,德国耐克森(Nexans)、美国西蒙(Siemon)、日本制线株式会社(NISSEN)等国际知名企业集体亮相。

与此同时,本届海丝博览会期间将举办配套活动"广东省境外经贸合作区高质量发展论坛暨支持境外经贸合作区发展金融服务措施发布会",届时正式对外发布《支持广东省境外经贸合作区发展金融服务措施》。该措施旨在完善合作广东在境外经贸合作区的金融扶持政策,有利于加强对合作区的金融指导和服务工作,助推合作区高质量发展。

升级国际合作展区

值得一提的是,本届海丝博览会将升级国际合作交流展区。目前,已确认RCEP15个成员国参展参会。

本届海丝博览会主题论坛将采用"1+5+4"的模式,即"1场主题大会、5场平行分论坛、4场配套活动"。分论坛包括"一带一路"院士论坛、"健康丝绸之路"国际合作论坛、"一带一路"区域合作论坛、"海上丝绸之路"新会展经济发展论坛、"开放合作30人论坛:全球价值链重构与'一带一路'开放合作"。

上述论坛将分别围绕科技创新传播智慧中国声音、后疫情时代的数字健康趋势和健康责任、亚太区域合作的机遇和挑战、"双循环"格局下的新会展经济发展业态、全球开放合作下的价值链重构等议题,邀请业界专家交流。

论坛期间还将举办"粤车贸全球"启动暨发车仪式、广东省境外经贸合作区高质量发展论坛暨支持境外经贸合作区发展金融服务措施发布会、格鲁吉亚商务推介会,为各方搭建交流平台。

会展传真

第130届广交会将三期调整为一期

本报讯(记者 **胡心媛**)在国新办9月14日举行的第130届中国进出口商品交易会(广交会)新闻发布会上,商务部副部长任鸿斌透露,第130届广交会将由以往的三期调整为一期,时间为5天,线上线下同步举办,按16大类商品设置51个展区。

其中,线下展展览面积约40万平方米,以品牌企业为参展主体,着力打造品牌精品展,推动国内国际双循环;线上展保持原有约6万个展位,将继续为2.6万家企业和全球采购商提供线上贸易合作交流平台。

中国对外贸易中心主任储士家表示,本届广交会将举办首届珠江国际贸易论坛,这是广交会发展史上第一次举办国家级的国际贸易论坛。除了主论坛,珠江国际贸易论坛将设三个分论坛,邀请政商学界代表出席。

本届广交会呈现多个亮点:首次以促进国内国际双循环为主题,采用境内外招商双轮驱动策略,充分利用国内国际两个市场、两种资源;通过线上平台吸引全球采购商观展,帮助中国企业保订单拓市场;线下展重点邀请境内采购商和境外采购商在华采购代表,并举办双循环系列对接活动,助力中国外贸企业加快融入双循环,开辟新的市场空间。

英国发布线下会展活动再保险规则

本报讯 据《Access All Areas》报道,英国政府已于近期宣布线下会展现场活动再保险计划规则大纲。

据悉,线下会展现场活动再保险计划规则大纲总额为7.5亿英镑,将为受新冠肺炎疫情冲击被迫取消或延期举办的线下会展活动提供成本补偿。

据了解,此次线下会展现场活动再保险包括音乐节、展会、会议等商业活动,它们均可参与。

该再保险计划将持续至2022年9月30日,并将于2022年初对再保险线下会展活动进行资格审查。 (伊宇)

中国二手车出口展首展首站选址迪拜

■ 本报记者 兰馨

中国(天津)二手车出口海外展销会(以下简称中国二手车出口展)迪拜站开幕式日前通过国内外视频连的方式,在阿联酋迪拜拉斯奥科尔汽车市场和天津自贸试验区森扬国际汽车城同步举行。

中国二手车出口展由天津市商务局指导,天津滨海新区商务和投资促进局、天津经开区管委会、天津保税区管委会、天津东疆保税港区管委会联合主办,以"共生 共建 共赢,构建二手出口战略支点"为主题。

天津滨海新区商务和投资促进局副局长张志辰表示,天津滨海新区商务和投资促进局作为中国二手车出口展的主办方成员单位,希望借助展销会平台展示车辆、开展营销、收集资源渠道,助力形成"国内供车—海外展销—售后服务—稳定盈利—扩大出口"的良性循环。今后,还将把周期性的展销会活动演变为二手车出口海外基地雏形,打造天津二手车出口品牌。

迪拜是中东北非地区的"贸易之都",也是国际二手车在中东、非洲等国的重要贸易转口城市,临近杰贝阿里港的拉斯奥科尔汽车市场有400余家稳定运营的汽车经销商,可为参展企业提供成熟的二手车交易场景,为中国二手车出口中东乃至非洲提供了一个较好的战略支点,为企业建立稳固海外销售渠道奠定市场基础。

中国二手车出口展迪拜方负责人福阿德表示,希望了解更多中国二手车出口政策,与天津出口企业建立稳定联系,期待展销会结束后,依然有大量优质二手车源源不断地运送到迪拜,形成双方长期合作的局面。

天津市二手车出口协会秘书长张婷婷表示,首个中国二手车出口展选择有核心竞争力的中国新能源品牌、自主品牌车型参展,如长城欧拉、迪尔、电动宝来、现代昂希诺、大众ID4等,逐步引导海外市场加深对中国品牌和电动车的认知度和接受度,树立中国二手车品牌的形象。

9月13日至16日,以"建设美丽新山南,圆梦幸福新时代"为主题的2021雅砻文化旅游节在西藏自治区山南市举办。本届文化旅游节由山南市和安徽省共同举办。

主会场设在山南,安徽省设立分会场,举行以安徽和山南两地特色节目为主的开幕式演出和"雅鲁藏布"现代藏装服饰秀、"西藏和平解放70周年"山南历史线上成就展、"永远跟党走"群众文化展演"三项"活动。

同时,安徽分会场举办2021年雅砻文化旅游节山南旅游安徽专场推介会,结合安徽游客消费特点,发布旅游线路、文创产品,签订游客输送协议。

(孙瑞博)

会展大咖说

厘清产业会展发展"三个误区和三个关系"

■ 陈树中

作者简介

长沙市会展办二级巡视员

国防科技大学公共管理硕士

长沙市会展办公室原任职主任期间主持制订了一系列行业发展规划、政策

发起创办和指导举办长沙国际工程机械展、中国国际轨道交通博览会、国际稻作大会、中国城市夜间经济发展峰会等多个在国内外具有影响的会展项目

近年来,会展业界对于产业会展的关注度越来越高。值得注意的是,各地方政府也在不余遗力地推动产业会展的发展。

这其中的背后因素,既与国内外发展形势有关,也与制造业对国家、地区经济发展与安全的至关重要性的再认识有关,还与经济发展现阶段对产业结构调整、科技进步、市场交易方式变革的需求有关。

过去,城市产业结构同质,城市建设雷同,如今,许多城市逐渐重视彰显城市经济文化个性。实现上述目标,会展经济是一个重要抓手。

从会展经济发展角度看,中国已是会展大国,正在迈向会展强国。在此过程中,产业会展的发展水平在一定程度上直接决定中国会展业发展质量和在全球会展经济中的竞争力与地位。

通过依托产业发展会展,产业会展发展反推产业发展和结构调整升级,促进内外双循环。在产业会展发展的过程中,借鉴国内外的产业发展经验,特别是总结我国产业会展发展经验很有必要。

笔者长期从事会展管理,通过实践观察发现,我国城市产业会展发展中存在三个误区。

误区一:举政府全力必然可以打造具有影响力的品牌展会。

这一观点在会展业界产生一定影响。笔者认为,品牌会展项目的发展有其内在规律。当前,很多城市审视自身在区域经济中的相对优势或在某个产业领域的规模优势,依托这些因素在本地举办相关题材的展会。政府投入了大量的资源,但形成品牌且具有持续发展潜力的展览项目只占极小部分,部分城市举办的展会在一两届之后便消停了,浪费了公共资源。

笔者认为主要原因是展览项目的上马多取决于主要负责人的偏好决策。该负责人职责一旦出现调整,展览项目就会受到极大影响。政府强势主导甚至"包办"的展览项目还有众多弊端,如项目预算不合理,开幕式、不必要的活动、领导人邀请接待预算占比过高,品牌推广、专业观众邀请投入不足。项目执行团队由不同部门机关干部组成,既不专业也不稳定,大面积摊位免费参展,不注重导入市场机制,冲击市场化相近题材项目,造成市场扭曲、与民争利等。

误区二:有优势产业就一定打造出知名会展品牌。

其实并不必然。诚然,一个城市拥有的明显优势产业和产业集群,可以为产业会展品牌开发提供优越条件。这并不意味着具有优势产业的依托就一定可以办好展会。原因有两点:一是城市会展经济的发展需要具备多方面的资源,如硬件设施场馆、酒店接待能力、方便的交通区位、城市的文化魅力、旅游资源、会展市场主体、人才资源、以及公共服务效率、政府对会展经济发展的扶持力度等,缺一不可;二是优势产业是一把"双刃剑",某地有了某个产业集群,并在国内外拥有较高知名度,具有较大市场份额,从展会举办的角度看,只能说明当地的参展商资源有一定优势,即展会的基本盘。换个角度看,由于展会平台具有公共性、开放性特点,知名品牌展会须面向国内外整合资源,而城市之间产业发展具有竞争性,参展企业之间具有竞争性,举办城市拥有主场优势,这会使得在该产业具有竞争性的城市和企业对前往该地参展参会产生顾虑,不愿意成为对方的陪衬。因此,人们经常看到同一个题材展会在同一档期、在不同的城市举办的现象,这导致展会资源分散,参展企业负担加重,无法达成展会预期效果。这类展会更多的是自娱自乐。

误区三:由政府产业主管部门或地方龙头企业牵头举办,就一定会发展成品牌展会。

由政府对应的产业主管部门的优势在于可以掌握行业信息、公共资源分配、产业发展规划、产业政策制定,便于协调高层、上下产业主管部门、横向职能部门以及联系兄弟城市对应部门。熟悉产业链的逻辑关系,有利于整合上下游相关参展资源,在邀请专业观众方面也有一定的优势。

然而,在许多展会实践中,政府产业主管部门牵头举办专业展会也有明显的局限性,除存在与误区一所述的问题,还会有其他一些弊端,突出表现为产业主管部门的行为趋向,更多凸现所在城市相关产业的发展成就。这和政绩有关,展览的重要目标之一就是更高层级的负责人"欣赏"发展成果,而忽略对于品牌展会更为重要的观众及参展商的感受。此外,术业有专攻,产业主管部门不一定拥有专业会展人才,对展会的运作缺乏专业指导,常常以政府主导的名义,强势推行有违展会发展规律的作法。

至于有的城市干脆由政府投入资金,把牵头举办任务交给本地龙头生产企业,这种做法更不可取。这样的展览项目必然带来参展商的排他性,无异于办成该企业的订货会,与品牌展会无关。

针对上述误区,为避免公共资源浪费,笔者认为,在推动产业会展发展中少走弯路,应高度重视妥善处理好以下三个关系。

关系一是政府主导与尊重市场规律。

大型专业展会始终离不开政府这只"看得见的手",包括从广泛的公共服务保障到助力展会资源整合,从营造开放公平的营商环境到展会政策扶持。会展活动的聚集性、开放性、高度识别性,决定了政府角色的重要性。但市场经济活动必然是以市场为主体,会展经济也不例外。长期以来,我国会展品牌化、市场化进展缓慢,政府主导型展会的市场化一直是个难题。原因是多方面的,其中的关键因素在于政府和企业的角色关系处理不当,错位缺位现象随处可见。在展会知识产权保护方面也没有实质性进展,国内一些会展企业缺乏创新动力,有的由企业运营多年的品牌展会被政府拿去招标,执行主体不断变换,难以持续累积品牌效应。有些拥有自己知名品牌IP的会展企业也逐步转向政府的会展供应商角色。这些都应当引起业界的高度重视。

关系二是服务全行业与服务地方产业。

毋庸置疑,地方政府举办产业会展的目的在于推动地方产业发展,而展会的影响力、品牌化在于面向更加广阔的国内外市场,没有服务全行业的担当和海纳百川的胸怀与格局,产业会展是无法获得行业认可,也产生不了影响力的。近年来,在地方政府举办的众多产业展会中,长沙国际工程机械展堪称品牌范例。它由中国工业机械联合会和长沙市政府主办,仅第二届规模就达到30万平方米,跻身全球三大工程机械展之列。其项目运营的背后,在于地方政府尊重会展企业运营自主权,更加在意省外及国外参展商的参展效益,合理安排预算,建立全行业共享信息平台。产业会展立意在服务行业发展,长沙工程机械展客观上为产业集群发展、集聚生产要素发挥了重要作用。

关系三是产业队伍与会展队伍。

产业与会展结合,可以产生共振效应,要实现这一目标需要做好两方面的工作:一是政府特别是产业主管部门要切实转变职能,善用会展平台带来的综合效应助推产业发展,增强对会展经济发展规律的把握,补上会展专业知识课,这对于正在或谋划推动产业会展发展的地方政府及职能部门很有必要;另一方面,会展主管部门和会展市场主体同样需要补上产业知识课,尽快实现由会展人向产业人的转变。只有如此,产业会展发展才会有更好的契合,找到更加科学的发展路径。

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。