

创新会展·区域篇

云南扶持会展业 促高质量发展

■ 本报记者 兰馨

记者日前从云南省商务厅了解到,近日印发的《应对疫情影响促进展会活动恢复发展若干措施(试行)》(以下简称《措施》)旨在切实帮助云南省会展企业克服新冠肺炎疫情影响,促进展会活动恢复发展。

《措施》明确,今年6月1日至2023年12月31日,在这一时间内克服疫情影响成功举办展会活动的主办单位或企业,按展会面积给予最高不超过100万元的补助。

给予主办单位一次性补贴

按照《措施》,对克服疫情影响并在云南省内专业展馆成功举办3天(含3天)以上展会活动的主办单位,将按照展位费每平方米2元单价,总额不超过主办单位实际缴纳场租赁费用的50%给予一次性补助,最高不超过50万元。

企业或主办单位主动争取到云南省内专业展馆举办2天(含2天)以上国际性、全国性展会活动(展览面积超过3万平方米(含3万平方米)),且展会连续举办届次已达到3届及以上的,将给予企业每个展会10万元的基础补助,3万平方米以上每增加1万平方米,增加10万元,总计不超过30万元;按每1万平方米10万元标准,给予主办单位一次性补贴。

《措施》明确,对在云南省内专业展馆成功策划、创办2天(含2天)以上专精特新展会活动(展览面积超过3万平方米(含3万平方米))的组展企业,第一年将给予每1万平方米按10万元标准,最高不超过100万元的一次性补贴,第二年将给予每1万平方米按8万元标准,最高不超过50万元的

一次性补贴。

省外、出境参展企业给予补贴

根据《措施》,对于赴云南省外和境外参展的企业,如参加由云南省党政机关组织参展的在我国境内云南省外的重点展会(参展企业需全程参与展览展示至展会闭幕),予以展位费、布展费全免。同时,以实际产生的货运物流费和人员费用(不超过3人、5天)总额为基准,给予不超过50%的支持。

《措施》提出,赴境外参展的企业,以实际产生的展位费(室内展位不超过30平方米,室外光地展位不超过100平方米)、布展费、国际航班经济舱交通费 and 人员费用总额为基准,将给予不超过70%的支持。

《措施》明确提出,企业委托国

外代理商、贸促机构、其它专业第三方代理或在线参加国际性贸易展会,以实际产生的展位费、展品运输费和委托代理服务费为基准,给予不超过70%的支持,其中委托代理服务费用比例不超过单个项目可支持费用总额的10%。

各类会展活动恢复

据记者了解,昆明市商务局6月20日发布的《关于恢复举办会展活动的通知》提出,自6月20日起,昆明恢复举办各类会展活动。云南近日举办了多场重要展会,其中,2022中国国际旅游交易会(以下简称旅交会)受到瞩目。

7月24日,2022旅交会在昆明闭幕。来自71个国家和地区的客商通过线上或线下方式参展洽谈。在云南文化旅游主题形象馆、健康

生活目的地馆、体育旅游馆、文化旅游消费馆,民族绚丽、生命健康、和谐共生的健康生活目的地画卷令人向往。非遗文创、体育旅游项目现场互动吸引观众,折射出云南旅游与体育、康养、文化等产业深度融合,旅游消费空间拓展、新动能强劲的上升势头。

云南省省长王予波表示,本届旅交会如期举办,更好地擦亮了云南旅游“金字招牌”,有力促进文旅产业转型升级和高质量发展。

云南省文化和旅游厅有关负责人表示,疫情给旅游业带来前所未有的挑战,云南在全国率先出台纾困帮扶措施13条、支持旅游业恢复发展措施20条,创新推出2个疫情特设旅游险种,千方百计帮助旅游行业渡过难关、恢复发展,取得良好成效。

展现世界 展示精彩

中国国际贸易中心 集团公司
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CORPORATION

会展传真

第二届消博会在海口开幕

本报讯(记者 胡心媛)以“共享开放机遇,共创美好生活”为主题的2022年中国国际消费品博览会7月25日在海南海口举行开幕式。

与首届消博会相比,本届展会展览规模更大,国际化程度更高。展览总面积10万平方米,较首届增长25%,是目前亚太地区规模最大的精品展,预计有600多个全球新品首发首秀,国内外参展品牌达2800余个。本届消博会为各国企业提供了更多的市场机遇,其中,RCEP成员参与热情高,日本、韩国、马来西亚等国家积极参展。

本届消博会的国内展区达2万平方米,吸引1200多个国内品牌参展。其中,增设的国货精品馆有5000平方米。

商务部副部长盛秋平表示,消博会为海外品牌开拓中国市场带来无限机遇,助力越来越多中国产品和品牌走向世界、服务全球消费者。本届消博会将努力成为各国扩大贸易、加强合作、促进发展的重要平台,欢迎各国企业共乘中国发展快车,共享中国市场机遇,为全球经济复苏提供新的增长动力。

业内人士表示,2022年消博会聚焦全球消费品和首发首秀新品,汇聚全球头部品牌和采购商,为释放消费潜力和促进消费升级发挥重要作用。

《展会知识产权保护指引》发布

本报讯(记者 兰馨)国家知识产权局官网日前发布了《展会知识产权保护指引》。

《指引》指出,在展前保护中,展会举办地知识产权管理部门应加强展会知识产权保护宣传,提供知识产权保护法律和相关技术咨询,帮助参展方提升知识产权保护意识。展会举办地知识产权管理部门应对参展合同中知识产权保护相关条款加强指导,推动相关方在约定条款中明确:参展商自觉遵守展会知识产权保护规则的承诺;参展展品、展品包装、展位设计及展位的其他展示部分等参展项目未侵犯他人知识产权的承诺;参展商主动公开参展项目权利证明、配合查验等义务;根据展会知识产权保护工作实际需要约定的其他条款。

《指引》强调,在展中保护中,展会举办地知识产权管理部门应当指导展会主办方建立知识产权信息公示制度,将展会投诉途径、投诉方式等信息予以公布。展会中对涉嫌侵犯知识产权商品或行为的现场投诉,可以由工作站受理。

《指引》提出,在展后保护及其他管理事项,展会举办地知识产权管理部门可以根据投诉处理情况,将相关材料移送参展商注册地的知识产权管理部门进行处理。展会举办地知识产权管理部门应当指导展会主办方对展会知识产权信息进行统计,对展会知识产权投诉、纠纷处理情况等进行分析,并于展会结束后10个工作日内报送展会举办地知识产权管理部门。

《指引》适用于在境内举办的各类线上线下经济技术贸易展览会、展销会、博览会、交易会、展示会等活动中有关知识产权的保护。

中国会展经济研究会年会下月举行

本报讯 记者从中国会展经济研究会了解到,2022年中国会展经济研究会年会暨中国会展经济(昆明)论坛将于8月25日至28日在昆明举办。

本次年会的主题为统一大市场“会展高质量”,将举行主题报告会、五届一次会员代表大会、专题研讨会、圆桌交流会、热点问题专题讨论会等活动。会议期间还将举行中国会议展览业年鉴(2021)首发仪式及签约仪式,发布《2022中国会展经济学术年论文集》及中国会展经济研究成果。(伊宇)

7月22日至24日,2022年湖南(长沙)跨境电商交易会(以下简称跨交会)在湖南国际会展中心举办。这是湖南首个跨境电商专业展会。

本届跨交会由湖南省商务厅、商务部外贸发展事务局、长沙市政府主办,长沙市商务局、长沙市开福区政府、长沙自贸临空区管委会、岳阳城陵矶综合保税区管委会等单位承办。

此次跨交会以“一键链全球 共享新机遇”为主题,集“会、展、播、谈”于一体,通过“一站式销售”“一站式采购”“一站式招商”和“一站式服务”,满足跨境电商行业多样化需求,促进国内外跨境优质资源精准对接。

据了解,本次跨交会规模达2.2万平方米,共设置跨境电商平台展区、服务商展区、选品企业及产业带展区、进口商品展区和跨境电商综试区、重点园区特色展区等五大展区,有近20个知名跨境电商平台、15个特色产业带、400余家品牌企业参展。

湖南省商务厅副厅长李心球表示,近年来,湖南跨境电商发展势头强劲,长沙、岳阳、湘潭、郴州4个城市已先后获批设立跨境电商综试区,全省有6个跨境电商零售进口试点城市,国家级平台数居中西部省份前列。“水陆空铁”国际物流通道建设步伐加快,跨境电商全产业链、生态圈不断完善。

李心球说,自2018年7月长沙获批成为第三批跨境电商综合试验区以来,全市跨境电商产业发展一年一个台阶,累计实现跨境电商进出口业绩超76亿美元,年均增长104%,已构建起政策、产业、市场、物流、人才等“五位一体”的跨境电商生态圈。

2021年,湖南跨境电商进出口同比增长89.7%,高出全国平均增速74.7个百分点。今年上半年,湖南省跨境电商进出口继续保持了2位数以上的快速增长。

跨境电商是促进外贸保稳提质的重要力量,也是反映一个地域开放程度的缩影。

长沙海关副关长韦泳亮表示,下一步,长沙将不断优化跨境电商发展营商环境,保障跨境电商的高效率和低成本,全力支持跨境电商发展,促进跨境电商做大做强做优。

数据显示,自2018年来,长沙跨境电商产业发展迅速。2018年至2019年,全市累计实现跨境电商进出口业绩17亿美元,2020年突破24.5亿美元,2021年达35亿美元。目前,长沙已构建起政策、产业、市场、物流、人才“五位一体”跨境电商生态圈,成功实现跨境电商业务模式全覆盖,累计实现跨境电商进出口业绩超76亿美元,年均增长104%,在中西部城市居于前列。

会展新说

以会展为核心切入社区的商业机遇

■ 刘志良

在新冠肺炎疫情的冲击下,社区邻里生意为什么更受青睐?传统的大开大合的商业模式建造已经被越来越多的人抛弃,转而走向“聚拢”邻里感情的路径。曾经在电梯、小区、商场擦肩而过的陌生人,未来会以社区商业业态团聚在一起。对疫情之下的“家门口”消费者需求关系来说,社区商业门店起着不可替代的作用。家门口的生意最大受众对象之一是儿童,在出行受阻的情况下,社区的儿童业态场景成为家长的首选必选项。与此同时,随着“双减”与二胎政策的实施,儿童市场似乎给室内科普乐园发展带来了新的机会。摩根士丹利研究报告显示,在中国家庭教育行业,亲子室内游乐业态极具发展潜力,2021年中国家庭教育市场规模近4.3万亿元。小而美的儿童社区商业

成为刚需,“90后”“95后”宝妈们成为儿童消费市场的主力军,科学的育儿观念已然扎根。那么,如何得到新晋家长们的青睐,就成为这门生意成功的关键。

应当注重场景体验,创造交互沉浸式新模式。在任何一个“元年”,强调“以内容为王”从来不会过时。处在新经济时代的当下,展览的方式发生变化,正在通过最小的社区型场景展示出更多高品质的内容,可谓“空间有限,探索世界无限”。沉浸式场景将寓教于乐,彻底激发孩童学习和探索兴趣,让小朋友在家门口就体验到“万米深海”的壮观与“浩瀚星空”的无限,并将前沿的交互科技引入其中,播下启蒙儿童的科学种子。这种方式在不同的时间展示出不同的系列内容展

示,回应家长们的诉求。

如何触达年青家长们的情感与观念需求?他们有一个统一的诉求:有没有一个地方可以“一站式躺平遛娃”以及满足“家长们社交休闲”需要?有活动组织方通过插花课程、艺术鉴赏等活动满足家长们的社交需求,还引入娱乐、餐饮、咖啡等多种业态。科学的育儿观是这一代家长们身上最为明显的气质,一个好的品牌就是解决一个共性问题。考虑到亲子科普需求,家门口可以做很多的“小而精”的事情,但唯一缺乏的是科普型的展览。

社交需求把“90后”宝妈们拉回实体店。相关调研显示,社区实体店覆盖的范围是1至3公里。社区型场景营造的是邻里的气氛,通过私域的方式来经营,通过家长与

儿童的内容共创来吸引社区覆盖的流量,这些方式包括抖音打卡、微博签到、家长们轮流成为小小科普馆馆长。其中,“快闪”展览结合社区业态这一方式具有亲民、便捷、接地气的特点。通过私域的运营将“线上经济”与“宅家文化”有机结合的模式,不但不会遭受疫情与线上经济的冲击,反而会成为打通用户交付的“最后一公里”的关键所在。

随着“90后”成为生育主力军,新潮、数字化、高科技在少儿商业的市场需求中所占比例逐渐上升,老旧的硬件已经落后时代并被逐渐淘汰。以展览型内容为核心的家门口的中小科普馆,让家长和小朋友有了更好的寓教于乐的空间。同时,这一方式能够引入更多业态,形成“一站式”的“遛娃”胜

地。“麻雀虽小,五脏俱全”,这一方式注重内容、注重业态、注重私域。值得一提的是,5G技术商业化的切入、精细化运营,根据数据反馈增加交互情境,可以提升少儿的使用体验水准。家门口的中小科普展览馆也必然缩短农村社区和城市社区的孩子与科技的距离。

(作者系2050自愿者、中国美术学院拼格创意媒体奖学金发起人、拼格科技潮牌创始人)

（本栏目文章涉及版权,转载请注明出处）