

创新会展·项目篇

消博会：世界经济复苏的新引擎

■ 本报记者 兰馨

7月30日,第二届中国国际消费品博览会暨全球消费论坛(简称消博会)在海南海口闭幕。消博会组委会闭幕当天的新闻通气会公布数据称,本届消博会共有来自61个国家和地区的1955家企业、2800余个消费精品品牌参展,总进场观众超过28万人次。

继广交会、进博会、服贸会之后,消博会成为构建新发展格局的又一重要平台,也是今年国内首个恢复线下举办的外贸型重要展会。在新冠肺炎疫情全球蔓延、经济复苏面临较大不确定性的当下,中国的消费市场却展现出巨大潜力。

新增细分行业品牌

本届消博会参展品牌显著增加,新增了许多细分行业的全球头部品牌。其中,国际展区8万平方米,占参展面积的80%。国内展区2万平方米,全国31个省(区、市)和新疆生产建设兵团均参展参会,新设国货精品馆。

作为国内消费领域国家级展会,消博会在创办之初就明确了“全球消费精品展示交易平台”的定位,向国际发出深化交流、共谋合作的邀约。

本届消博会聚焦展销匹配,国内外知名商贸企业、免税经营企业、跨境电商企业等纷纷到会采购交易,各类采购商和专业观众超过4万人。

据妮国辉介绍,中国消费类展览会创新发展大会是纳入消博会活动框架的会展领域专业大会,已经举办两届,有助于消博会和全国消费类会展活动质量提升。

瞄准定位广泛邀约

“基于当前中国消费市场呈现恢复增长态势,消费韧性强、潜力大的特点没有改变,消费发展长期向

好的基本面没有改变,消费提质升级的大趋势没有改变。”海南省国际经济发展局副局长妮国辉说。

作为国内消费领域国家级展会,消博会在创办之初就明确了“全球消费精品展示交易平台”的定位,向国际发出深化交流、共谋合作的邀约。

本届消博会聚焦展销匹配,国内外知名商贸企业、免税经营企业、跨境电商企业等纷纷到会采购交易,各类采购商和专业观众超过4万人。

据妮国辉介绍,中国消费类展览会创新发展大会是纳入消博会活动框架的会展领域专业大会,已经举办两届,有助于消博会和全国消费类会展活动质量提升。

会展成海南建设抓手

据了解,“十三五”期间,海南完

善了会展业发展联席会议机制,海南省商务厅增设会展处(海南省会展局),并发布了《海南省会展业发展规划(2015—2020年)》和《海南省会展业中长期发展规划(2017—2030年)》,相继出台了《海南省支持会展业发展资金管理暂行办法》《海南省会展业创新创业人才认定实施细则》等政策,引导海南会展业向规模化、品牌化、国际化转型升级。

统计数据显示,“十三五”期间,海南省会展业收入年均增长21%,增加值年均增长14.1%。会展业带动系数由2016年的1:6.6上升到2019年的1:7.2。海南通过“会展+”模式,带动策划、酒店、交通等配套产业集群发展,目前初步形成了博鳌亚洲论坛、冬交会、农博会、海博会等品牌会展活动,同时培育了智海王潮、奥广会议会展等海南本土

会展企业。

根据2020年6月国务院印发的《海南自由贸易港建设总体方案》,海南以供给侧结构性改革为主线,建设自由贸易试验区和中国特色自由贸易港,着力打造成为中国全面深化改革开放试验区、国家生态文明试验区、国际旅游消费中心、国家重大战略服务保障区。

海南省商务厅有关负责人表示,本届消博会强化并完善了三个方面:突出绿色低碳办展;突出保护知识产权;突出履行社会责任。该负责人介绍说,组委会通过海南自由贸易港的政策优势,增进与各国的多双边和区域合作。

妮国辉认为,消博会提升了海南在国际的竞争力,并成为推动海南自由贸易试验区、中国特色自由贸易港建设的重要平台和抓手。

展现世界 展示精彩

中国国际贸易展览中心 集团公司
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CORPORATION

会展传真

韩国任第19届东博会特邀合作伙伴国

本报讯(记者 毛雯)记者日前从中国—东盟博览会秘书处获悉,第19届东博会特邀合作伙伴由韩国担任,韩国将设国家馆展示国家形象和特色商品,举办特邀合作伙伴系列活动。

本届东博会RCEP展区和“一带一路”国际商品馆共规划展位240个,进展度良好,还将推出服务外国展商新举措,首次提供境外展品留购服务。展会结束后,展品可直接转入中国—东盟特色商品展示中心,实现展品留购销售和常态展示,并为额度内的进口展品提供税收优惠。

中国—亚欧博览会部署通信保障工作

本报讯 新疆通信管理局、新疆国际博览事务局日前召开第七届中国—亚欧博览会专项通信保障工作交流会,就重点网络应急通信保障、展会区域网络信号覆盖、各大论坛互联网专线保障等事宜进行讨论,了解各电信企业前期针对博览会开展的保障情况。

据悉,第七届中国—亚欧博览会将于8月25日至30日在新疆国际会展中心举行,以线下实体展为主,同时开展“云会议、云展览、云洽谈、云直播”,对通信网络的安全、稳定、可靠运行提出了更高要求。

(范琼燕)

京东科技联手深圳餐博会打造大健康生态

本报讯 深圳餐饮博览会主办方商佳美近日与京东科技在深圳签约,联手打造大健康生态。第五届深圳餐博会将于11月3日至5日在深圳国际会展中心举办,包括4万平方米的湾区预制菜专业展区和首届湾区预制菜产业发展大会。

据悉,预制菜领域合作是此次双方签约的重点,双方将通过各自优势为预制菜产业赋能。

(沈菁菁)

温州奥体会展中心将迎今年专业第一展

本报讯 8月5日,温州工博会移师温州奥体会展中心,将举办今年第一个专业大型展会。

据介绍,今年年底,温州奥体会展中心将安排十场大型展会,包括中国机床总公司、温州市模具协会主办的第29届温州工业博览会;中国塑料加工工业协会、温州市鞋革行业协会主办的第26届温州国际皮革、鞋材、鞋机展;由温州市政府联合中国机械工业联合会、浙江省贸促会主办的温州国际泵阀展等。

(闻桑予)

国际应急管理展更名并将移师杭州

本报讯(记者 毛雯)记者日前从中国国际应急管理展览会组委会获悉,受疫情影响,原定于8月1日至3日在上海举办的中国国际应急管理展览会迁至杭州国际博览中心举办,举办时间调整为8月15日至17日。

据了解,为进一步提升展会的专业水平,着眼长远打造安全和应急科技装备领域国际性年度展会活动,此次调整后展会主办单位为北京明泰华科技发展有限公司、汉诺威米兰展览(上海)有限公司,展会名称更名为2022国际安全和应急博览会。

据该展会组委会有关人员表示,作为《“十四五”国家应急体系规划》发布后国内举办的首场行业展会活动,国际安全和应急博览会将推动安全应急装备产业创新发展。

2022年服贸会准备好啦

本报讯(记者 刘禹松)在8月1日于北京首钢园区举行的“我在服贸会等你”新闻发布会上,服贸会执委会办公室副主任、北京市商务局党组成员、北京市国际服务贸易事务中心主任赵旗舟透露,截至目前,2022年服贸会线下总体招商已完成88.3%,整体国际化率20.5%,计划举办163场论坛会议活动,84家企业和机构将发布成果。

记者了解到,本届服贸会将于8月31日至9月5日在国家会议中心和首钢园区举办。其中,8月31日晚在国家会议中心举办全球服务贸易峰会,9月1日至9月5日在国家会议中心和首钢园区举办展览及论坛会议等相关活动,9月1日至2日两天为专业观众日,9月3日至5日三天为公众开放日。

赵旗舟介绍说,2022年服贸会的主题为“服务合作促发展 绿色创新迎未来”,设置全球服务贸易峰会、展览展示、论坛会议、推介洽谈、成果发布和配套活动等6类活动。

本届服贸会还有以下亮点。一是扩大了展览展示空间。本届服贸会新增国家会议中心二期作为展览场地,展览展示总面积达15.2万平方米,比上届增加2.6万平方米,进一步满足展览需求。

二是新设环境服务专题,结合环境服务快速发展趋势和国际需求,新设环境服务专题,重点展示生态环保、绿色节能新技术、新应用,助力实现“双碳”目标。

三是突出数字科技新元素。在电信、计算机和信息服务专题展中设置元宇宙体验馆,展示元宇宙、新一代互联网等技术和应用,采用元宇宙技术打造成果发布厅,促进元宇宙从概念走向应用。

四是深化与国际组织合作机制,全球服务贸易联盟将作为国际合作机构。目前,已有65个国家和国际组织以国家名义或总部名义线上线下办展;联合国工发组织、世界气象组织等国际组织将设置展览展示、举办论坛会议。将邀请更多服务贸易30强国家和地区、世界500强和行业领军企业参展参会,进一步提升国际化率。

五是提升市场化和专业化水平。充分发挥“事业单位+企业集团”运作模式优势,加大市场化开发力度;完善标识指引体系,加强国家会议中心和首钢园区两地联动,提升场地配套服务,完善服贸会数字平台功能,为展客商参展参会提供便利。

2022年服贸会将采用“综合+专题”“线上+线下”办会模式,充分利用“一会两馆”办会空间,着力提升国际化、专业化、市场化水平。

在展览展示方面,德国、英国、日本等25个国家以国家名义、6家国际组织以总部名义线下办展。其中,瑞士、意大利等8个国家首次以国家名义线下办展。31个省市区、5个计划单列市及港澳台都将组团参展,广东省为主宾省,河南省为主题省。英特尔、爱普生、亚马逊、阿里巴巴、京东等1089家企业线上线下参展。其中,世界500强及行业龙头企业275家。

在论坛会议方面,计划举办7场高峰论坛,将发布《中国服务贸易发展报告》《全球服务贸易创新趋势报告》《世界旅游城市发展报告》等。

在成果发布方面,84家知名企业和机构将在本届服贸会上发布行业发展报告、签约合作成果和首发首秀。其中,50余家企业将在人工智能、金融科技、医药健康等领域首发新产品、新技术。



7月30日至8月2日,第二十二届厦门国际石材展在厦门国际会展中心举办,展会规模超过16万平方米,吸引1100多家参展商。本次石材展以“国内大循环为主体,国内国际双循环相互促进”为主题,设置国内石材、国际、人造石、机械工具、室外、天然石材品种、设计、媒体八大展区,同期设置多场展中展、论坛。

(石材展组委会供图)

法兰克福第二季度五大旗舰展恢复常态化

本报讯(记者 兰馨)记者日前从法兰克福展览集团获悉,法兰克福第二季度恢复举办五个旗舰展,吸引129个国家和地区的约3450家参展商和133000名观众,达到了疫情发生以来的峰值。这意味着法兰克福展览业务向回归常态迈出重要一步。

法兰克福五大旗舰展包括法兰克福国际专业灯光音响展览会、法兰克福国际肉类加工工业展览会、法兰克福国际产业用纺织品及非织造布展览会、法兰克福国际纺织品及柔性材料缝制加工展览会以及法兰克福国际家用及商用纺织品展览会。

“恢复举办国际性展览活动刻不容缓。”法兰克福展览集团总裁兼首席执行官马赋康表示,自4月起,法兰克福恢复举办了多个行业展会,为全球各行业提供人际网络和

信息交流的专业商贸平台。

统计显示,法兰克福国际专业灯光音响展览会4月德国解除限制之后在法兰克福本土举办的首个国际性展会,吸引了约400家参展商和近2万名观众。5月举办的法兰克福国际肉类加工工业展览会吸引了860家参展商,约5万名专业观众,德国境外参展商占比达58%。

法兰克福调整了受疫情影响的部分展会档期,以满足各行业对线下展会的需求。其中,法兰克福国际家用及商用纺织品展览会在6月举办了夏季特展,与法兰克福国际产业用纺织品及非织造布展览会、法兰克福国际纺织品及柔性材料缝制加工展览会同期举行,吸引了117个国家和地区的6万多名观众和2300名参展商。

除法兰克福展览自办展外,法

兰克福展览中心已逐步恢复客办展,5月共举办35场客办展,吸引了约110000名全球观众。其中,国际会议及奖励旅游展(IMEX)作为欧洲规模最大的会议及展览业专业展会,吸引76个国家和地区的9300多名人士与会。

据了解,法兰克福计划在2022财年实现4亿欧元的营业额,下半年还将在法兰克福市举行两场旗舰展会,即9月的法兰克福国际汽车配件及售后服务展览会和10月的法兰克福国际照明及建筑物技术与设备展览会秋季特展,现场将设置多个客户交流专区,彰显面对面沟通在展览活动中的重要性。

据介绍,法兰克福市的展会已重启,下半年整体形势乐观。另据记者了解,法兰克福至广州航班将于8月中旬复航,方便企业出境参展。

会展新说

新时代城市记忆存量的蝶变重生

■ 宋晓东

当前,随着城市化进程的加快,城市发展开始从“增量时代”进入“存量时代”。在此背景下,“城市更新”上升为国家战略,首次被写入政府工作报告。然而,在城市更新过程中,城市发展建设过度追求速度和效率,盲目大拆大建,导致承载着记忆的城市文化空间面临被摧毁和破坏的危机,城市记忆流失的局面异常严峻。

城市记忆作为城市文化和文明的记录者、见证者,是人们情感的精神寄托和集中表达,也是激励一座城市不断向前发展的底气。

纵观国内城市更新实践行动,以青岛、上海、长沙、重庆等为代表的城市相继展开“城市记忆保护工程”,基于对文字、照片、影像、实物等的档案管理,合理活化记忆场域,线下通过打造记忆场馆,重塑记忆体验,创新记忆消费,线上在元宇宙中复刻城市记忆空间等形式,不断探索可持续的“记忆+”城市更新策略。

“记忆+场馆”,焕发城市文脉新活力。每座城市在发展过程中或多或少都会留下一批承载城市集体记忆的重要见证与遗产。它们既是城市特有的一种文化景观,也是典藏城市记忆的容器。基于这些遗产,通过“老物件”“老照片”等记忆载体,聚合重组记忆片段,具象呈现承载于城市政治、工业、商业、文化、教育等各领域的记忆,打造城市专属的记忆场馆,构建人们关于城市认知的共同记忆体,有助于增强人们对城市的归属感。目前,以西安、阳泉、合肥为代表的城市已经尝试开展“记忆+场馆”的城市更新实践,如阳泉市将原市水厂改造升级打造“阳泉记忆·1947”文化园,合肥市基于老市政府办公大楼改造的合肥城市记忆馆,均为记忆场馆的打造提供了可供借鉴的样本。

“记忆+体验”,重塑城市生活新场景。记忆之所以美好,在于充满市井烟火气的旧场景里,一处

处承载了人们童年和青春的老地方,一口口无论走多远都无法忘却的家乡老味道,一位位街头巷尾常年坚守的老匠人,这些濒临消逝的记忆构成了城市市井生活最初的模样,也是城市人群挥之不去的乡愁。随着城市化进程的推进,在“大拆大建”的开发热潮中,不少老旧风情的场景连同美好记忆一并消失在推土机的轰鸣声中。为了再现记忆中的城市生活,一些城市开始结合在地文化,构建可感知、可参与的空间体验新场景。例如,位于北京王府井百货的和平菓局就是以上世纪七八十年代的“老北京”为主题打造的沉浸式体验场景。大青砖窄胡同儿、绿皮火车、大戏院、照相馆、老北京小吃等,共同呈现出一幅鲜活真实的老北京生活图景。在这里,人们可以听到记忆中的叫卖声、广播声,嗅到胡同里煤炭烧焦的味道,坐上那辆曾经承载梦想的绿皮火车重温专属自己的城市记忆。

“记忆+消费”,引领城市经济新热潮。目前,许多城市采用“怀旧”手段,以城市记忆和在地文化为基础,挖掘可以代表城市特色的文化符号和文化品牌,通过值得追忆的文化情结塑造消费空间,营造出特有的场所感和认同感。消费者通过文化体验来寻找身份和记忆,经营者则通过打造一系列典型的记忆产品来满足消费者对城市记忆的怀旧情结。如今,记忆消费已经成为引领城市经济发展的新热潮。例如,上海以石库门为载体升级改造的新天地,西安依托盛唐历史打造的大唐不夜城等消费场景,成为城市更新赋能新经济的成功探索。

“记忆+元宇宙”,构建数字记忆新场域。在数字经济时代下,元宇宙正在以多元的形式渗透到文化、旅游、商业等各领域,尤其在城市更新中有着广阔的前景。在现实世界,记忆是回不到的过去,而在元宇宙中,复刻一个可以生活、社交与

现实世界平行的虚拟城市成为可能。通过VR、AR、数字孪生、区块链等技术,以城市记忆为基底,以元宇宙为场域,打造虚实互融的集文化、体验、消费、娱乐于一体的虚拟空间,在这里,街区可漫游,建筑可阅读,店铺可消费,每个人都可以找到平行时空里的自己,这无疑为记忆的活化提供了无界的场域。

每座城市都需要通过记忆场馆、记忆体验、记忆消费等形式讲述城市故事,寻找那些曾经丰富而生动的城市记忆,打破城市同质化带来的陌生与模糊,重拾对城市的“认同感”和“归属感”。

(作者系上海风语筑文化科技股份有限公司副总经理兼总策划师)

宋晓东

(本栏目文章涉及版权,转载请注明出处)