

创新会展·城市篇

北京国际会展商务区建设提速

■ 本报记者 毛雯

展的北京国际会展商务区。

发布首个区级会展扶持政策

2月11日,北京顺义发布全市首个区级会展产业扶持政策《顺义区鼓励会展产业集聚发展扶持办法》(以下简称《办法》),重点奖励在区内举办具有国际影响力且在全国具有示范引领作用的专业展、新兴展、国际展,鼓励包括展会活动主办方或承办方、会展机构与相关企业、展馆运营机构、第三方服务机构等商务会展业市场主体。奖励资金规模达5000万元,单项奖励资金最高600万元。

《办法》共七章25条,含14条具体扶持条款,涉及四个方面,包括支持举办高品质综合展会,鼓励会展业态和模式创新,鼓励会展及相关企业入区发展和鼓励以会展经济带动产业生态体系建设。

根据《办法》,北京顺义区大力

培育符合首都城市功能定位的现代服务、科技创新、文化创意等特色展会,对高成长性展会项目最高给予50万元奖励;引导具有国际影响力的重点展览机构举办高端论坛、研讨会等展会同期配套活动,最高补贴资金50万元;结合天竺综合保税区资源优势,支持发展保税展览展示,最高奖励20万元。顺义区加大招商引资力度,入区发展的规模会展企业最高获得200万元的补贴。

新国展二三期项目工期推进

据介绍,新国展二三期是推进国际交往中心建设的重要项目,建成后协同新国展一期,打造精品会议展览品牌、国际领先的会展商务区,成为国际领先的会展消费新高地。

随着新国展二三期项目建设实施,北京国际会展商务区周边区域交通体系不断优化完善,促进会展上下游产业在周边区域集聚,吸引专业展、新兴展、国际展落地。

随着新国展二三期项目建设实施,北京国际会展商务区周边区域交通体系不断优化完善,促进会展上下游产业在周边区域集聚,吸引专业展、新兴展、国际展落地。

随着新国展二三期项目建设实施,北京国际会展商务区周边区域交通体系不断优化完善,促进会展上下游产业在周边区域集聚,吸引专业展、新兴展、国际展落地。

随着新国展二三期项目建设实施,北京国际会展商务区周边区域交通体系不断优化完善,促进会展上下游产业在周边区域集聚,吸引专业展、新兴展、国际展落地。

随着新国展二三期项目建设实施,北京国际会展商务区周边区域交通体系不断优化完善,促进会展上下游产业在周边区域集聚,吸引专业展、新兴展、国际展落地。

随着新国展二三期项目建设实施,北京国际会展商务区周边区域交通体系不断优化完善,促进会展上下游产业在周边区域集聚,吸引专业展、新兴展、国际展落地。

随着新国展二三期项目建设实施,北京国际会展商务区周边区域交通体系不断优化完善,促进会展上下游产业在周边区域集聚,吸引专业展、新兴展、国际展落地。

随着新国展二三期项目建设实施,北京国际会展商务区周边区域交通体系不断优化完善,促进会展上下游产业在周边区域集聚,吸引专业展、新兴展、国际展落地。

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

第二十届上海车展4月举办

本报讯 上海车展官网日前发布消息称,第二十届上海国际汽车工业展览会将于4月18日至27日在国家会展中心(上海)举办,主题为“拥抱汽车行业新时代”。根据官网发布的日程显示,4月18日至19日为媒体日,4月20日至21日为专业观众日,4月22日至27日为公众观众日。

据悉,上届上海车展吸引20个省份的千余家汽车展商,车展展览总面积超过36万平方米,展出整车近1500辆。(沪策)

山东谋划境外展会项目 拓展国际市场

本报讯 山东省商务厅副厅长吕伟近日在山东省政府召开的新闻发布会上说,山东今年将重点提升《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)市场,共安排展会37个。其中,东盟市场展会17个,以新加坡、印度尼西亚、泰国等国家为主,重点推动轮胎、轴承、电力设备等产品出口。日韩市场展会15个,推动食品农产品、纺织服装等行业企业用好RCEP优惠政策,提升产品档次、稳住出口规模。

聚焦欧美市场的开拓,山东今年拟安排展会60余个。吕伟称,在欧洲市场方面,山东将以德国为重点,着力推动节能装备、医药化工、绿色建材、深加工农产品、机械设备等产品抢抓市场机遇扩大出口。针对美国及拉美市场,该省将对企业进行相关指导,扩大纺织服装、汽车配件、五金建材等产品出口,还将深耕“一带一路”、非洲市场。

吕伟表示,山东将通过展会搭建对接平台,引导山东跨境电商电商平台、市场采购贸易主体、公共海外仓、境外经贸合作园区等与外贸企业联合参展,扩大跨境电商等新业态新模式出口。(沙见龙)

世界数字教育大会发布智慧教育蓝皮书与报告

本报讯 世界数字教育大会2月13日在北京开幕,会上发布了《中国智慧教育蓝皮书(2022)》与2022年中国智慧教育发展指数报告。

蓝皮书总结中国智慧教育发展经验,发出未来应重点关注的七个议题和五项倡议。

报告显示,我国智慧教育基础设施设备环境基本建成,中国接入互联网的学校比例已接近100%;混合式教学日益普及,中国上线慕课数量超过6.45万门,学习人次达10.88亿人次;教育治理的数据基础基本建立,“一校一码”、“师生一码”已成为现实。(徐社)

大连举办创业就业博览会

本报讯 第十九届大连市创业就业博览会日前举办。截至大会落幕,12个地区汇集42个创业项目现场展示对接,涵盖电子商务、新材料、文创等多个领域,现场接待洽谈人员4900余人次,初步达成合作意向240个。13项创业资源和18家市级孵化平台达成合作意向600余个。

本届创博会还举办了以“加强区域合作,促进共同发展”为主题的沪连区域创业工作交流合作研讨会,两地人社部门及孵化基地、社会组织、创业导师、大高校校友代表围绕创新合作模式、转变发展思维、培育创新功能、交流创业经验共同研讨“资源互惠、导师互享”创业合作新模式。(于艳新)

长沙定义今年为会展『项目建设年』

■ 彭晓帆

2月14日,长沙市发布了今年计划在长沙举办的重大会展项目,包括第三届长沙国际工程机械展览会、第三届中国-非洲经贸博览会等十大展览项目,第二届中泰(长沙)经贸合作论坛、第四届中国新媒体大会等十大会议项目。十大展览项目规划展览面积总计107万平方米,预计观众超过120万人次,十大会议项目预计参会代表超过2万人。

2023年是长沙会展的“项目建设年”,长沙将围绕建设国际会展名城的目标,高质量谋划重大会展项目,全力推进会展项目大建设、品质大提升,在大力实施“强省会”战略、推进会展经济高质量发展中探新路、作表率。

近年来,长沙高度重视会展工作,确保会展经济稳中有增、好于预期。2022年,长沙主要场馆举办各类展会活动158场次,展览面积达160.83万平方米,专业观众130.89万人次,参展商2.08万家,成交金额938.70亿元;举办重点会议1132个,其中200人以上的中高端会议302个。中国会展经济研究会最新公布会展城市综合竞争力指数显示,长沙持续保持中部第一,排名全国第八。

1月出台的《长沙市2023年推进经济高质量发展十大行动方案》提出促进文旅商体展消费融合,让会展成为促进经济发展和复苏的重要推手。下一步,长沙将坚持专业化、市场化、品牌化、国际化、数字化的发展方向,突出“产展融合”发展特色,丰富“会、展、节、演、赛”五种形态,办好重大展会,大力发展产业会展、消费会展、文化会展,深入推进数字会展和绿色会展,以高质量会展经济助推长沙高质量发展。

第十七届上海汽配展深圳特展助企重构产业链

■ 本报记者 兰馨 文/图

2月15日,第17届上海国际汽车零部件、维修检测诊断及服务用品展览会深圳特展(以下简称上海汽配展深圳特展)在深圳国际会展中心开幕。

据了解,本次展会由法兰克福展览(上海)有限公司和中国机械国际合作股份有限公司联合主办,首次设立全新主题“技术·创新·趋势”,规模达22万平方米,展示范围覆盖七大产业板块。

本届上海汽配展深圳特展设置“技术·创新·趋势”主会场、“新基建时代商用车先行”主题展示区、“绿色维修”活动区以及“赛车及高性能改装”活动区四大主题专区,希望进一步促进国内外自主创新企业间的合作与交流。

“作为Automechanika全球品牌展旗下今年举办的首场展会,我们对汽车产业发展前景持乐观态度。”法兰克福展览(香港)有限公司总经理周劭渊表示,过去两年,法兰克福Automechanika见证了汽车产业快速转型发展,汽车企业加快布局新型驱动系统、环保燃料及更高级别的智能网联发展。本届展会将为企业应对转型升级过程中的挑战提供创新思路及开阔视野。

中国机械国际合作股份有限公司总经理张力表示,中国汽车供应链的恢复在一定程度上提升了全球汽车产业链的活力,刺激



和提振了国际汽车市场的供需增长和长远发展,进一步促进了汽车进出口前景以及国内汽车市场的流通。Automechanika Shanghai的回归标志着中国汽车贸易稳定发展,并向全球释放出积极信号。

本届展会期间,主办方将围绕大会主题举办一系列论坛和研讨会。AMS Live线上平台直播、商贸配对、线上展台、产品发布等功能将帮助业界了解中国汽车市场动态和全球产业发展趋势。

法兰克福春季消费品类展首次三展合一

■ 本报记者 兰馨

记者了解到,2月3日至7日,法兰克福展览集团的法兰克福国际春季消费品类展、法兰克福国际圣诞礼品世界展览会、法兰克福DIY手工制作及创意文具展在法兰克福展览中心举办。

这是法兰克福消费品类展首次同期也是新冠疫情三年来首次回归线下实体展举办。今年法兰克福消费品类展聚焦生活方式间的融合,三大展会吸引4561家企业参展,总展览面积超过35万平方米,启用了法兰克福展览中心全部展馆(27个)。

“法兰克福展览中心从未在一次展会中使用如此大的面积。”法兰克福展览集团董事会成员白德磊表示,本届春季消费品类展会的国际化水平超出预期,经历三年新冠疫情后,全球消费品市场正加快复苏。

据其介绍,15.4万名专业买家中,70%来自德国以外的国家和地区,有亚马逊、老佛爷、英格列斯、卡迪威等知名零售商,以及万豪、希尔顿等全球连锁酒店企业。

来自中国的展商数量超过400家。一系列科技感十足的前沿消费产品,折射出中国

制造业正向“中国创造”加速趋势。展会采用“一站式商铺”理念,集创意、采购和交流于一体。这一新模式使餐饮酒店、居家生活及办公用品等行业品类汇聚一堂,不仅提升参展效率,也促进了行业融合,激发创意灵感。

在本届消费品类展会上,创新产品的可持续性主题颇受关注。根据德国未来研究所调查显示,消费者对于可持续性产品的需求日益增长,可持续性即将成为购买行为的决定性因素。

会展大咖说

搭建“中国制造”出口俄罗斯市场高端平台

■ 米亚赛·吐尔逊

件等。设备市场尤甚,有近七成俄企去年选择了中国供应商。有俄罗斯专家预计,“中国制造”未来在俄工业的市场占比还会更高。

海关数据显示,2022年中俄双边贸易额超过1900亿美元,再创历史新高。俄总统新闻秘书、克里姆林宫发言人德米特里·佩斯科夫近日表示,俄罗斯希望与中国的贸易额很快达到2500亿美元。他声称,这一目标将会很快实现。

这一消息令人兴奋,预示着中俄两国合作又将迈上新台阶。

2018年,中俄贸易额首次突破1000亿美元大关。两国设定了一个目标,即到2024年将两国之间的贸易额翻一番,从每年1000亿美元增至2000亿美元。2021年,中俄双边贸易额达到1468.87亿美元,中国连续12年稳居俄罗斯第一大贸易伙伴国。特别是2022年,虽然受到疫情等不利因素影响,中俄贸易总额却再次创纪录达到1902亿美元,同比增长29.3%,

照这个发展速度,2500亿美元的新目标指日可待。

事实上,三年新冠疫情期间,中国企业并没有停止开拓俄罗斯市场的步伐。在国际出行受阻的情况下,2022年俄罗斯国际食品展(WorldFood Moscow)上,中国企业以远程参展的形式吸引更多关注。四天展会期间,到访中国远程参展摊位的专业观众达到4550人,其中接待有效观众最多的企业接收名片209张,可谓收获满满。

有竞争力的中国产品还不止如此。中国向俄罗斯出口多种多样的产品,包括电子设备、工业设备、玩具、鞋类、服装和空调等。数据显示,截至去年底,中国汽车品牌在俄市场份额翻了一倍多。据《生意人报》报道,在苹果、三星、戴尔等知名电子产品制造商退出俄罗斯市场的背景下,俄罗斯国内市场开始被中国品牌的手机、平板电脑、笔记本电脑和家用电器占

据。GS集团分析中心负责人亚历山大·苏尔科夫认为,小米、荣耀很快将取代苹果和三星的领导地位。

今年开年以来,随着国际旅行放开,国内企业抢开局、布新局,俄罗斯展会市场更加火热。本月中旬在俄罗斯莫斯科克洛库斯国际会议中心举行的俄罗斯莫斯科供暖通风及空调卫浴展(Aquatherm Moscow)迎接了超过百家中国参展商。参展热度反映经济温度,折射出企业对俄罗斯市场的信心,更令企业感受到贸易回暖向好的暖意。事实上,俄罗斯地区今年很多展览的参展需求攀升。根据俄罗斯ITE展览集团的统计,在今年多个展览项目中,中国企业参展率与疫情前的2019年的几近持平。其中,将于3月28日举行的莫斯科国际建材展(MosBuild)的中国参展商数量已超过2019年,参展面积呈现10%的增长。出现增长有两方面原因:一方面,俄乌冲突引发进出口欧洲产品受限,建材价格飙升,

许多俄罗斯建材商将目光瞄准中国;另一方面,彰显该展会作为俄罗斯最大的建材行业贸易展会具有的行业地位。

西方对制裁使俄罗斯经济承受一定冲击,但俄罗斯经济总体向好趋势没有变。俄罗斯和国际机构预测俄罗斯2023年经济会出现整体增长。俄罗斯总统普京多次在公开场合表示,最困难的时期已经过去,俄罗斯经济并没有受到影响。

笔者注意到,俄罗斯发展的战略重点之一是深化与亚太地区合作,中国是俄罗斯最为重要的合作伙伴。尽管世界经济下行趋势明显,但中俄经贸合作的成果令人鼓舞。可以预见,虽然面临挑战,但中国出口俄罗斯产品的竞争力依旧“在线”。

(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,转载请沟通白名单。)



作者简介
俄罗斯ITE展览集团中国区总经理

《俄罗斯商业咨询日报》网站日前报道,盖达尔经济政策研究所近期一项调查显示,如今俄企主要使用本土和中国产品替代原本从“不友好国家”进口的设备和零配