

# 进博会、消博会等重大展会 推动进出口稳中提质

■ 本报记者 兰馨

## 聚焦两会 JUJIAO LIANGHUI

3月5日，第十四届全国人民代表大会第一次会议在北京人民大会堂开幕。国务院总理李克强在政府工作报告中指出，五年来，我们坚定扩大对外开放，深化互利共赢的国际经贸合作。面对外部环境变化，实行更加积极主动的开放战略，以高水平开放有力促进改革促发展。

“发挥进博会、广交会、服贸会、消博会等重大展会作用。”进博会连续六年写入政府工作报告，消博会连续三年写入政府工作报告，重大展会对社会经济的促进作用可见一斑。

### 进博会： 全球共享国际公共产品

2022年11月10日，第五届进博会在国家会展中心(上海)收官，这是党的二十大后我国举办的首场重大国际展会。

进博会硕果累累。统计数据显示，五届进博会累计意向成交额近

3500亿美元，约2000个首发首展商品亮相。

作为世界首个以进口为主题的国家级展会，进博会创办于2018年，已经成为中国构建新发展格局的窗口、推动高水平开放的平台。

五年来，进博会展区与时俱进。进博会2019年优化调整展区设置，2020年设公共卫生防疫专区，2021年设文物艺术品板块，2022年新设农作物种业和人工智能等专区。从首届进博会的累计意向成交额578.3亿美元到本届的735.2亿美元，五年来汇聚起共创未来的进博力量。

与此同时，五年时间，虹桥论坛举办了十场分论坛，邀请全球政商学界人士紧扣开放、合作、共赢等关键词激荡思想、凝聚共识。

进博会是中国的，更是世界的。观察人士指出，进博会上的声音反映出中国市场的走势和世界经

济发展的方向，对推动世界各国开放合作具有很强参考价值。

第六届进博会将给观众带来新的期待。中国国际进口博览会官网近日宣布，第六届进博会将于11月5日至10日在国家会展中心(上海)线下举行，首批参展商达206家，均是参展面积较大的参展企业和机构。

### 消博会： 知名品牌抢先首发首秀

消博会发挥重大展会作用，助力海南自由贸易港建设稳步推进。

2022年7月30日，第二届消博会在海口闭幕。根据第二届消博会闭幕通气会介绍，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。

第三届消博会将成为今年四大国家级展会中首场线下举办的展会，将给观众带来巨大期待。消博会组委会日前发布消息称，截止目前，已有近20家国内外知名企业的57个品牌携68件新品报名参加首发首秀，预计第三届消博会新品发布在数量、质量、领域及形式上都将

较上届展会有所增长。目前展会各项筹备工作进展顺利，全球招商工作基本完成。

本届消博会将组织三大类配套活动，包括官方活动、新品首发首秀活动和全球消费论坛系列活动。目前官方活动正在安排中。新品首发首秀活动涵盖时尚香化、珠宝首饰、世界名酒、高端食品、电子科技、生物科技、生活方式等领域，包括若干全球首发最新产品，如戴尔的ALIENWARE外星人全新家族系列笔记本电脑、新加坡傲胜的“养身科技”及养身椅系列。

第三届消博会全球消费论坛活动将设“权威发布平台”“新模式、新业态、新消费、新趋势”“国别(地区)合作热点方向”“海南自贸港消费行业新机遇”“社会责任成就品牌价值”五大主题板块，发布最新消费行业研究报告、白皮书、各类消费品牌排行榜、消费指数等。还将举办第三届全球消费创新暨免税与旅游零售大会、第三届可持续消费高峰论坛等活动。

### 会展业人大代表： 发挥自身专长建言献策

来自会展业的人大代表将在

两会期间建言献策。陈达就是其中之一。

“我来自东浩兰生集团上海工业商务展览有限公司，是一名会展业的基层工作者。”全国人大代表、东浩兰生集团上海工业商务展览有限公司能源展部经理陈达表示，每年9月在上海举行的中国国际工业博览会是全球规模最大的工业展会之一，有不少“大咖”亮相，成为工业制造领域的风向标。

“全国人大代表这一新身份意味着要为更多人发声。在当选的全国人大代表会前视察活动中，我扎根一线调研。在与其他代表的互动交流中，我渐渐找准了方向定位，也就是既要发挥自己专长，也要持续关注社会热点。”陈达说。

陈达表示，经过密集的学习、调研，他对于自身履职方向和发力重点越来越清晰。作为一名会展人，要把企业运营中遇到的行业共性问题提炼出来，及时反馈给相关部门，让经营主体在更开放包容的政策环境下发挥所长，参与经济社会建设。未来五年，他将在数字会展、绿色展馆、人才服务、民生等领域积极建言。

## 会展传真

### 杭州亚运会首批 电竞特许商品即将上线

本报讯 杭州2022年亚运会官网发布消息称，在3月7日杭州亚运会倒计时200天之际，首批杭州亚运会电竞特许商品将在“杭州亚运会官方旗舰店”正式上线，包含3大品类、54款产品。

这是杭州亚运会首批电竞主题特许商品，也是亚运会历史上首次发行“电子竞技”特许商品。除天猫杭州亚运会官方旗舰店外，首批亚运会电竞特许商品将陆续登陆部分线下杭州亚运会特许商品零售店，包括杭州当地多个零售店、北京王府井工美大厦杭州亚运会特许商品零售店、上海豫园杭州亚运会特许商品零售店、西安英雄联盟峡谷集市杭州亚运会特许商品零售店。

(余航)

### 成都展园亮相费城花展

本报讯 美国规模最大、历史最久的花展——费城花展日前在费城开幕。以竹子和大熊猫元素为特色的成都展园亮相花展。成都成为费城花展历史上首个参展的中国城市。

成都展园入口处分别摆放着以传统戏剧人物形象为原型的“川剧熊猫”和以花卉为材料制作的“花艺熊猫”。

中国驻纽约总领事黄屏在新闻发布会上说，成都展园为费城花展增添了靓丽的中国元素，彰显东西方文化交流之美，期待成都与费城续写中美民间友谊佳话。

宾州园艺协会会长马特·雷德说，希望此次花展成为双方深化交流合作的契机，欢迎更多中国城市来参展。

(潘丽君)

### 孟加拉冬季面料展 规模增长26%

本报讯 由中国贸促会纺织行业分会与CEMS国际展览公司联合举办的孟加拉达卡国际面料及纱线展览会(冬季)-DIFS Winter 2023日前在孟加拉达卡国际会议中心(ICCB)举办。

据悉，孟加拉冬季面料展是孟加拉国举办最早、规模最大的展会之一。本届展会吸引了12个国家和地区的378家企业参加。其中，中国企业321家，展期预约到场专业观众超过8000人。中国参展企业地区分布显示沿海地区的企业是参展主力(浙江43.9%、江苏34%、广东6.5%、福建4.3%)。

### 未来电商高峰论坛 在杭州举办

本报讯 未来电商高峰论坛暨2023第一届电商生态赋能大会日前在杭州举办。此次大会在展会区设置了头部带货机构招商专区，商家可在此高效、快速、精准对接带货达人和品牌方，精准匹配带货资源。座谈会上，多位电商行业人士就农副产品如何选择销售渠道、用好电商平台等话题作了探讨。

据介绍，未来电商高峰论坛会议将整合全国优质电商企业资源，全面升级电商人才链、供应链、服务链、销售链，匹配提供电商创业指导政策、金融扶持、品牌管理、财税咨询等“一站式”服务，多维度完善电商“人、货、场”经营链路，全力推进电商运营精细化、产业规模化、平台全球化、市场全球化、企业数字化，打造形成服务优良、管理有序、高效高能的直播电商生态圈。

(沈婉君)

## 第五届广印展确定线下档期

第五届中国(广东)国际印刷技术展览会(PRINT CHINA 2023,简称第五届广印展)国际媒体周日前宣布，第五届广印展将于4月11日至15日在东莞广东现代国际展览中心隆重举办，展出面积14万平方米，参展厂商1000余家，预计专业观众18万人次。

第五届广印展由中国国际展览中心集团有限公司(以下简称中展集团)、中国印刷及设备器材工业协会、广东省印刷复制业协会共同主办，是今年全球印刷领域的第一个国际化大展。

中展集团副总裁马力表示，展览业作为服务业和服务贸易的重要组成部分，是构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台，也是加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局的重要载体，在我国经济社会发展和对外开放中的作用日益凸显。

在本次国际媒体周上，主办方领导就第五届广印展的展会亮点、观众组织、同期活动等情况做了详细介绍。海外印协代表通过视频纷纷表示，对第五届广印展充满期待。12家中外主要参展商代表发布了最新的参展方案及对行业的深度解读，重点介绍了他们在各自领域的最新技术产品，表达了他们对中国市场持续发展的信心以及对印刷工业的支持。

作为广印展的创办和主办单位之一，中展集团自首届广印展就为展会提供专业指导。经过16年的发展，广印展已成为与北京大印展齐名的国际综合性印刷大展，受到海内外印刷界的认同与支持。随着粤港澳大湾区建设全面启动及“一带一路”海上丝绸之路发展战略的实施，可以预见，广印展将成为我国印刷产业对接“海上丝绸之路”沿线国家的重要产品展示窗口和高效商贸交易平台。

本次国际媒体周邀请全国46个省区的新闻出版局、印刷包装、出版协会领导和国内专业媒体代表、大众媒体代表以及参展企业代表共200余人出席活动，本次活动全球同步直播，海外及港澳台地区的专业媒体、印刷行业协会代表等海外嘉宾实时线上参与，线上直播发布会观看达38535人次。

(中展集团供稿)



3月4日，由四川美术学院发起，联合艺术机构、科技企业共同构成联合主体，采用线上线下并行叙事模式呈现的“重庆全息碎片”展览元宇宙版本在百度希壤元宇宙平台的“云厅MAS”对公众开放。展览由“地理”“幻境”“形态”“生态”“空间”“未来堪舆”这六大碎片板块呈现对数字虚拟端艺术实践的探索。

(伊宇)

## 澳门全年争取举办千项会展活动

澳门贸易投资促进局日前公布消息称，今年将全力推进多项措施，全年争取举办700至1000项会展活动。3月至4月在澳门举办的企业年会、学术会议预计带动逾14000名与会者到访澳门，全面拉动当地消费。

澳门贸促局表示，鼓励业界紧扣“食住行游购娱”元素，为会展项目推出各类配套服务和产品的优惠方案，让具有较高消费能力的会展商务旅客延长在澳门的逗留时间，带动更多商贸合作和旅客消费。

记者了解到，一家大型企业日前

在澳门召开年会，近2000名商务旅客从内地各省市来澳参会，同时展开丰富的文化体验活动，包括感受综合旅游休闲企业的数字艺术装置、户外野餐、高空弹跳等活动，深入社区参观博物馆、古庙、网红红色小店，品尝澳门地道美食，领略澳门独特文化氛围，同时带动消费。

澳门具备举办大型会议或展览的实力和能力，不仅拥有国际水准的软硬件设施、高效的服务团队，而且能弹性应对各种突发情况。大型综合酒店可同时提供会展活动场地、住宿以及

休闲娱乐活动，再加上澳门中西融合的文化和美食，能为商务游客提供丰富多样的旅游资源，吸引力很强。

澳门统计暨普查局资料显示，2022年全年澳门共举办460项会展活动。澳门贸促局表示，2023年将联动横琴粤澳深度合作区、业界及综合旅游休闲企业，结合各方特点及客源网络，共同招揽及竞投国际性或区域性的专题会展活动在澳门举办，同时吸纳更多跨国企业来澳门举办年会、企业峰会、大型专题展览及产业博览会。

(宗赫)

## 会展新说

# 会展活动全域营销下的长期主义思维建设

■ 李伯文

2023年开年以来，各地会展活动陆续复苏。这一动作的背后，对应的是各会展活动主办方、组织方的会展营销的营销。笔者经过调研发现，疫情之后，会展营销已经发生了不同层面的变化，有鉴于此，不妨从以下几点着手准备。

一是在2023年，线下的营销活动将会强力复苏。具体到行业展会、峰会、论坛、新品发布会等会展活动，不管是会展主办方还是供应商，都会获得更多客户和项目。经过三年疫情，我们的人才储备、设备供应能否应对项目的爆发？面对三年来迅猛发展的数字化营销、双线会展，会展活动主办方、组织方能否为客户提供升级版的解决方案？能不能站在数字经济时代的新赛道，而不是走三年前的老路？这些问题

需要我们提前筹划并做好规划。

二是布局社交媒体搜索。相关数据显示，早在2021年初，抖音短视频搜索月活用户就已经超过5.5亿，微信搜一搜月活超5亿，而同期百度App月活用户5.58亿。可以看出，搜索时代已经从文字搜索慢慢走向视频搜索，这就迫使会展营销活动重新布局B2B的SEO和SEM。

随着会展活动客户的年轻化和阅读习惯的改变，他们查找资料的方式和习惯已不局限于在工作时间在电脑上去搜索，而会在多个场景、多个平台去搜索、多方验证。

简单地说，就是以往只注重百度搜索的策略要改变了。今后，每一个会展项目都需要建立一个关键词库，不要纠结是否要做视频号、抖音、快手还是B站或知乎，不

妨每个平台都入驻，不为别的，就为了占领内容赛道，占领未饱和的内容地带，增加项目和品牌在各平台的搜索权重。

三是建立直播间。经历三年数字化洗礼，直播已经成为会展活动项目不可或缺的手段。2023年，线下活动会复苏，但直播已经完成了普及并逐步完善，成为线下会展的线上补充，成为一种连接客户、服务行业更高效更便捷的手段。因此，如有可能，每个会展企业都应该有一个直播间，将直播常态化。

四是全域营销。腾讯、阿里、字节等互联网巨头都在强调全域的概念，多位营销大咖也提到，全域营销将是未来五年的营销主流。全域不是指全渠道，而是更多站在采购商、供应商、服务商、终端用户的视角，打造全方位、全流程的采购

商体验，利用一体化的数据更好洞察、理解、服务他们，传递核心价值。全域营销是一种长期主义的营销思维，立足于客户的真实需求，全方位解决用户痛点，赢得高质量的客户关系和客户信任，从而建立一种可持续的业务模式。

五是布局KOC扩圈。经历三年疫情考验，不管是会展企业还是参展商、采购商们，2023年营销预算不会大幅增加或恢复，企业一方面压缩市场预算，另一方面要追求更高的ROI，对于市场部如何持续低成本地创作有价值的内容并进行传播依然是严峻的挑战。

这需要会展营销在继续做精做深BGC(品牌产生内容)和PGC(专业生产内容)的同时，充分利用会展平台优势，充分挖掘行业KOC(关键

消费者)，通过开展产品测评、试用、体验等方式，进行内容创作及内容分发，从而打开裂变、扩圈入口。

相比于KOL(意见领袖)，KOC的数量更多，内容创作及分发费用更低，更善于进行社交媒体互动。因此，提高KOC资源的发掘和整合能力，进行低成本的内容共创，多渠道、多平台、多维度内容分发，是另一个会展营销的必修课。

(作者系北京雪行文化传播有限公司CEO)

李伯文

(本栏目文章涉及版权，转载请注明出处)

展现世界 展示精彩

中国国际贸易中心集团  
CHINA TRADE NEWS