

创新会展·城市篇

武汉时装周：区域产业重构新样本

■ 本报记者 兰馨

武汉时装周已成为武汉城市形象的传播平台。日前在武汉江汉红T时尚创意街区闭幕的2023武汉时装周以“多元·无界”的主题引发了业界关注。

本届武汉时装周期间,新品、新作、新秀、新消费场景融合,呈现出纺织服装产业的新气象。武汉本土品牌首发率达到100%,近500件新品同台首发。与此同时,本届时装周链接电商流量,打造线上线下时尚营销活动,探索品牌商业发展新路径。

在业界看来,源起汉派服饰的武汉时装周正以“多元”的姿态打破虚拟和现实时尚的边界。记者注意到,虚拟人、元宇宙、VR等数字元素让时装秀场成为一场“时尚+”的嘉年华。武汉时装周的背后,折射出武汉乃至湖北省纺织服装行业生态的重构。

汉派服装产业转型

作为新一线城市,武汉的时尚

消费增长趋势明显。在本届武汉时装周期间举行的武汉时装周企业座谈会上,汉派服装产业转型成为业界讨论的重点。现阶段,在武汉纺织服装产业转型升级的同时,品牌建设成为核心竞争力。

在业界看来,武汉时装周作为引领中部纺织服装产业发展的平台,正在推动产业创新、品牌升级,提升产业资源整合,引导区域纺织服装品牌建设。

据了解,武汉时装周作为纺织服装供应链平台,在湖北省纺织服装产业集群基础上,通过大数据、物联网、区块链等技术,为纺织服装行业提供在线采购、内外贸易、智能仓储、供应链金融等供应链服务,降低企业运营、融资、物流成本,提升湖北纺织服装行业竞争力。

湖北省服装行业协会执行会长冯力表示,湖北服装产业历来拥有很多优势,随着时代的发展,武汉应立

足于总部经济的角色定位,充分发挥“1+8”武汉城市圈的协同发展。与此同时,加快全产业链布局,提升产业服务、消费体验,通过时尚展贸,多措并举推进纺织服装产业升级。

“当前是湖北省大力发展纺织服装产业的重要战略机遇期。”中国纺织工业企业管理协会常务副会长谢青认为,汉派服装产业的发展,要弘扬企业家精神,利用全新的商业模式,创新潮流产品设计驱动消费者需求增长。

打造时尚消费新高地

“本届武汉时装周创造了跨界融合的全新体验。”在业界人士看来,创办于2012年的武汉时装周的举办规模、品质以及国际化程度不断提升,从早期邀请国际“大牌”造势到如今立足本土、兼备国际视野的多维发布格局,从最初单一的作品发布到如今创意设计与商业落地并重的发展趋势,武汉时装周的专业化提升,

赢得国内外知名设计师和品牌专家、纺织服装行业协会、时尚买手等业界专业人士的认同。

上述人士表示,武汉时装周一路走来,是一个质变的过程。如发布作品由传统的服装到女装、男装、休闲装、婚纱礼服、童装、亲子装等品类,逐步覆盖时尚全产业链,包括箱包、鞋帽、眼镜、丝巾等各种配饰产品。同时,结合武汉本土的商业资源,打通时尚产业链的采买壁垒,帮助企业品牌实现商业落地。

本届武汉时装周聚焦国际化,打造了多个新消费场景,助力武汉建设引领中部、服务全国、链接全球的国际消费中心城市,加快打造中部时尚之都。

武汉时装周从江汉出发,走出中部、迈向全国、奔向世界,已成为时装周发布国际化舞台、时尚资源对接的平台。

武汉市发改委相关负责人表

示,未来,武汉时装周将进一步接轨国际风尚,密切国际间经贸往来,加速时尚产业国际化进程,打造国际时尚消费新高地。

延伸纺织服装产业触角

本届武汉时装周品牌发布秀邀请了16位设计师,安排了15场时尚秀,并首次打造快闪集合店,利用“首店”效应,搭建更多品牌展示的平台,通过打造地标商圈买手集合店、快闪店等商业阵地,搭建“首店”品牌展示平台,促进首店经济发展。

在2023武汉时装周开幕秀上,熊英以“扶光”为主题,打破艺术边界,以东方的气韵作为服装的灵魂,将中国文化与当代时尚相结合,呈现出具有国风特色,且时尚度与实用性兼具的服饰作品,让“中国风”再次引领风潮。

据中国纺联流通分会分析,2023年,我国纺织服装流通领域将

开启全新的发展阶段,未来将呈现三个发展趋势。

一是在全国统一大市场建设的指引下,纺织服装专业市场将继续呈现数量减少、结构优化、水平提升的运行特点,优质资源将进一步向重点商圈、重点市场集聚,不断提升专业市场集约化发展水平。

二是纺织服装流通领域将积极把握新一轮科技革命背景下,“产业革新、城市更新、市场焕新和主体创新”的发展新机遇,把握数字化、网络化、智能化发展方向,强化新平台、新模式、新业态的探索和应用,持续构建“线上线下融合化、供应链协同化和内外贸一体化”的产业新生态,实现专业市场新定位、新路径、新价值。

三是伴随我国纺织服装行业进入产业转移、产业创新、产业升级“三位一体”发展新阶段,将给专业市场流通和地区布局带来深刻影响。

香港诸多展会纷纷举办

■ 伊宇

由香港贸易发展局主办的7项大型创意展览近日在香港会议展览中心举办。超过4100家展商、200多个买家团参展。香港贸发局副局长张淑芬表示,这是香港贸发局首次将7项同类大型活动同场集中举行,希望通过提供全新平台为业界带来更大协同效应,助其开拓跨行业、跨领域商机。

7项大型创意展览包括4月19日至22日举行的香港礼品及赠品展、香港时尚家品展、香港国际家用纺织品展、香港时装节、香港国际印刷及包装展,4月19日至21日举行的香港国际授权展和亚洲授权业会议。7项活动涵盖礼品、家品、家纺、时装、印刷及包装方案、授权项目等领域。

其中,香港国际授权展是此次活动的重头戏之一,吸引超过500个品牌及授权项目参展。来自海内外的知名授权品牌及参展商精心布展。展会分设九大展馆,包括规模最大的中国内地馆。故宫文创香港空间首次亮相,展示香港与故宫文化元素相结合的一系列创意产品,包括“海错图系列”“千里江山系列”等,吸引许多观众。

香港时装周汇聚约500家展商。其中,江西省首次组织展团参展,25个展商展示当地多元化服饰。香港国际印刷及包装展也吸引460余家展商参展。

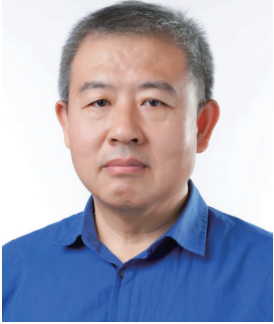
香港礼品及赠品展、香港时尚家品展及香港国际家用纺织品展共汇聚21个国家及地区的2800余家展商,增设的文创体验区集中展示具有文化创意及独特风格的设计师品牌和产品,包括竹木雕刻工艺品、陶瓷工艺品、剪纸书灯等。“这是我们疫情后首次来港参展,希望能让更多人感受到中国陶瓷文化的独特魅力。”陶瓷工艺品展位的展商李先生说。

日前,香港国际科创展、香港春季电子产品展及香港国际春季灯饰展三大科技展在香港会展中心举办,吸引逾6.6万名世界各地买家赴港观展和洽商。香港贸发局提供的数据显示,三大科技展共安排商贸会议超过3000场,汇集了来自20个国家和地区的近3000家展商,其中不少展商当场收获订单签约,或促成实质性的商贸合作。

会展大咖说

广州琶洲和上海虹桥会展场馆建设带来的启示

■ 方向东



作者简介:
天津城建大学副教授
IAEE国际培训项目
讲师、评审

广州与上海分别拥有我国两大国家级会展场馆。广州琶洲中国进出口商品交易会展馆(广交会展馆)首期建于2002年,广交会自2004年开始启用琶洲展馆。目前,琶洲被定位为“总部+会展+数字经济+商业”集聚区,成为广州市科技创新核心区。国家会展中心(上海)地处虹桥商务区,于2014年底建成并投入运营,2018年举办首届中国国际进口博览会,自此成为进博会专用展馆。如今,会展经济效应推动上海虹桥成为进出口商品集散枢纽,联动长三角、辐射全世界。

广州琶洲围绕会展场馆建设不断升级发展模式。广州在2012年围绕琶洲广交会展馆建设提出了国

际会展中心区规划,打造以琶洲为主的会展产业发展格局,初期重点发展“会展场馆+重点展会(广交会)”,2012年出台《广州市人民政府关于支持广交会做大做强的意见》,通过与中国对外贸易中心合作建设国家级展馆,加大对广交会的支持力度,反过来又以广交会等展会为支撑,不断扩大会展市场规模。2015年琶洲规划“会展经济+产业集聚+互联网创新”,通过延伸会展产业链、供应链、服务链,逐步形成会展经济模式升级,以“互联网+会展”带动“互联网+流通”和“互联网+制造”两大产业集聚,借助新技术、新经济发展,逐步形成琶洲电商总部区和互联网创新区。“十三五”期间,这一经济片区已发展为广州“数字+会展+总部”融合创新的产业新高地。

2020年广州印发《进一步支持中国进出口商品交易会提升影响力辐射面的通知》,制定发展目标为“推动广交会加快实现从货物贸易为主向货物、服务、技术全方位贸易转变,从出口促进为主向进口和出口并重促进贸易平衡转变,从展览为主向展览与会议结合转变,从线下为主向线上线下融合转变。”随后广交会展馆四期项目开始建设,目前室内展览面积增加到62万平方米,已成为全球领先、规模最大的会展综合体,有力提升琶洲会展经济辐射面,使广州距“国际会展之都”的目标更进一步。

上海虹桥“交通枢纽+会展场馆+重点展会+区域中心”递进发展。上海率先提出建设虹桥商务区战略,随后于2011年规划建设国家级展馆,依托虹桥综合交通枢纽和国家会展中心两大重点功能项目,打造现代服务业、国际贸易、总部经济的集聚区。虹桥商务区的区位优势 and 完善的配套设施,航空、铁路、高铁的无缝对接和交通便利,成为建设超大型展馆、发展会展产业的先天优势。

2014年,国家会展中心(上海)建成运营,一方面引入上海之外的诸多大型品牌展会,另一方面为上海本地面临规模瓶颈的大型展会提供解决方案,扩张上下游题材,打造全产业链大而强的展会项目,平均每年促使上海创造超过百万平方米的展览增量,为上海会展产业提供了后续发展动能,强化了上海虹桥对国内和国际两个市场的外部辐射吸引功能,陆续引进380多家世界500强、上市公司和内外资企业总部。

从2018年开始,进博会在国家会展中心(上海)连年举办,有效连接中国和世界市场,会展产业的溢出带动效应明显放大。上海推出“6+365”常年展示交易平台认定计划,建设虹桥进口商品展示交易中心、东浩兰生进口商品展销中心等常年展销平台,打造线上线下相结合的水永不落幕进博会。“会展场馆+重点展会(进博会)”让上海虹桥在

馆建设的特点;新建展馆供给水平在疫情背景下逆势增长;出国展览助力外贸企业出海拓市场,确保企业不缺席国际大型展会。

《报告》认为,2023年,中国经济呈现企稳回升良好态势,在此背景下,中国展览业发展将呈现五大趋势。

一是线下展览全面复苏。经济回暖给展览产业和展览企业注入新的活力,诸多政策利好让展览界持续看好展览业发展前景,广交会、消博会等展会相继回归线下,让展览业看到了全国展览活动恢复的确定性和发展机遇,可以预见今年展览业会强劲全面复苏。

二是展览题材更加丰富。中国

展览业发展将结合新一代信息技术、生物技术、新能源、新材料、绿色环保等新兴产业领域拓展展览新题材。随着中国经济复苏向暖,以提升传统消费、发展服务消费、培育新型消费、倡导绿色低碳消费等为题材的展览将实现快速增长。中国贸促会将举办中国国际供应链促进博览会,这是全球第一个以供应链为题材的展览会。

三是展览方式创新多元。数字经济与展览经济的交汇融合正在成为趋势,大数据和智能化将有力推动业态模式和管理服务创新,AI等新技术将赋能展览业高质量发展,展馆管理的数字化将推动客商有效对接。

四是出国办展迎来新机遇。中国

将着眼于促进外贸规模优结构和高质量共建“一带一路”,重点推动在发展中国家、新兴市场国家和战略性新兴产业领域参展办展,同时兼顾发达国家标志性展、含金量高的行业知名展会,助力企业出海拓市场。截至目前,中国贸促会已受理全国组展单位组织中国企业赴德国、美国等55个国家和地区的参展办展项目930项,计划参展办展面积超过56万平方米。

五是开放合作进一步加深。面向东盟、东北亚、南亚、中东欧、西亚非洲等区域的多双边、区域性展会将会越来越好,在充分引进国际重要展会、著名展览企业的同时,更加注重将中国展览公司、展览品牌植入国际市场。

展现世界 展示精彩

CIEC 中国国际展览中心 集团公司
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CORPORATION

会展传真

酒店旅游业会展复苏势头强劲

本报讯 根据国家统计局数据,1至2月全国住宿和餐饮业生产指数增长11.6%,是国内经济数据增长最高的业态。另据中国旅游研究院预计,今年我国国内旅游人数约45.5亿人次,同比增长约80%;将实现国内旅游收入约4万亿元,同比增长约95%。全年出入境游客人数有望超9000万人次,同比翻一番。

多重支持政策下,不断升温的旅游市场给酒店业注入了“强心剂”。随着生产生活步入正轨,被压抑已久的差旅需求迅猛释放,“报复性出差”热潮使商旅市场重现久违的繁荣景象,热门差旅目的地的酒店不仅“一房难求”,价格也随之上涨。

在此背景下,作为行业领先的酒店业展览,因疫情阔别近两年的中国国际酒店投资加盟与特许经营展览会(简称HFE)于4月19日至21日在上海世博展览馆1号馆举办,吸引了超过160个知名酒店品牌参展。(宗赫)

(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,转载请开明白名单。)