

创新会展·城市篇

深圳升级会展政策提速国际会展之都建设

■ 本报记者 兰馨

5月15日,深圳市商务局官网发布《〈关于建设国际会展之都的若干措施〉实施细则(修订)》(以下简称《实施细则》)通知,将从新引进国内外知名品牌展会、培育专业展会、支持本地展会做大做强、支持展会参加认定认证、支持举办国际会议、支持组团参加市外国内展会等六大方面给予“真金白银”扶持和奖励。

深圳市商务局方面表示,《实施细则》旨在加快推动深圳会展业高质量发展,助力国际会展之都建设,积极打造全球一流会展承接地。

近年来,深圳频出政策大力支持会展业发展。记者了解到,2022年,《深圳市关于建设国际会展之都的若干措施》出台,对办展办会给予扶持和奖励,推动会展业提质升级。根据深圳商务局通知显示,此次《实施细则》自5月16日起实施,有效期五年。《深圳市商务局市外国内展会重点扶持计划操作规程》《深圳市商务局专业展会场租补贴计划操作规程(试行)》《深圳市商务局〈关于建设国际会展之都的若干措施〉实施细则》同时废止。

业界人士表示,《实施细则》是对相关政策措施的细化、优化与升

级,是对会展业政策支撑体系的进一步完善,再次明确了深圳加快建设国际会展之都的发展目标。

聚焦“20+8”产业

《实施细则》提出,在新引进国内外知名品牌展会方面,深圳将聚焦“20+8”产业,支持引进行业影响力强、带动效应显著的国内外知名品牌展会,对符合条件的项目给予一次性奖励。其中,对新引进的世界商展100强项目,给予500万元的一次性奖励;对新引进全国展览100强项目,给予300万元的一次性奖励;对新引进的国际会议项目,给予150万元的一次性奖励。

在培育专业展会方面,深圳将对符合深圳“20+8”产业布局的新落地专业展会项目给予培育期资助。根据《实施细则》,在深圳专业展馆举办且办展面积超过1万平方米的新落地专业展会,按项目实际发生场租的25%给予连续三年的培育期资助,每个展会每年资助上限50万元,三年累计资助上限150万元。

据了解,今年1月中旬,深圳市商务局曾发布五条阶段性措施,助力会展恢复活力。其中包括,支持上半年举办消费电子、新能源汽车、

数字能源、高性能医疗器械和食品工业高水平专业展会,按照主办方实际办展成本的50%给予资助,最高不超过500万元。

加大会展业扶持力度

根据《实施细则》,在支持本地展会做大做强方面,将按照每天2元/平方米对在深圳专业展馆举办的专业展会项目给予场租补贴,其中15万平方米以下的展会补贴上限为3万平方米,15万平方米(含)以上20万平方米以下的展会补贴4万平方米,20万平方米(含)以上的展会补贴5万平方米。

《实施细则》明确,深圳将对经认定为“深圳市品牌展会”的展会,或通过国际展览业协会(UFI)认证的展览或机构给予奖励。其中,对经认定为年度“深圳市品牌展会”的展会给予50万元的奖励,对通过UFI认证的展览或机构给予15万元的一次性奖励。

同时,在支持举办国际性会议方面,深圳将对定期在深举办、符合条件的国际性会议给予资助,每届会议的资助总额最高不超过100万元。根据《实施细则》,国际性会议项目须经外事部门批准,在深连续

举办2届以上,且由5个(含)以上国家或地区(不含港、澳、台地区)或国际性组织参加,会期1天(不含)以上,与会人数100人以上,外国与会人士占20%(含)以上。

在支持组团参加市外国内展会方面,《实施细则》提出支持深圳企业开拓国内市场,对组织本市企业参加市外国内展会的展位费、装修费、配套经贸活动费、承办费等给予资助,每个项目资助上限为80万元。

提速国际会展之都建设

自今年恢复线下实体展以来,深圳相继举办了多个大型国际专业展。据记者从深圳国际会展中心了解到,近期相继承接了CHINAPLAS 2023国际橡塑展、第31届中国(深圳)国际礼品、工艺品、钟表及家庭用品展览会暨阿里巴巴1688工厂直采季(以下简称深圳礼品展)等多个大型专业展。其中,CHINAPLAS 2023国际橡塑展规模38.2万平方米,首次启用了深圳国际会展中心的全部展厅。据悉,第109届全国糖酒会(秋季)将于10月中旬在深圳国际会展中心举办,预计规模达20万平方米。

对于深圳会展市场环境,作为

深圳礼品展主办方的励展博览集团全球CEO仲昊(Hugh M. Jones IV)在此前接受本报记者采访时表示,励展将持续加大在中国、特别是在深圳的投资与合作。

在仲昊看来,深圳会展市场具有较大的发展优势。其中重要因素是,粤港澳地区有超过1.2亿人口,这是一个巨大的需求群体。另一方面,深圳作为中国经济特区城市,更方便国际参展商、专业观众签证,对于参展物质运输也非常便利。

此外,深圳国际会展中心目前是全球最好的场馆之一,也是最环保的场馆之一。多年来,励展在深圳展览项目都获得超出预期的效果,未来将在深圳举办其他题材的国际性专业展会。

据透露,今年,励展将推出新的展览项目,其中将于10月举办“智能网联汽车展Automotive World China”。明年,计划将包装工业博览会WEPACK引入深圳举办。此外,还将有新展计划考虑与深圳合作。

数据显示,一季度深圳举办展会超过50场。根据深圳市商务局方面透露,今年深圳预计办展面积超800万平方米,办展规模将创历年新高。

『经洽会』助力廊坊会展经济快速发展

■ 仲欣

“廊坊的发展与中国·廊坊国际经济贸易洽谈会(简称经洽会)紧密相连。自2000年经洽会落户廊坊,让廊坊开启了会展经济从无到有、蓬勃发展的新纪元,并逐渐成为领先全省的会展之城。”廊坊市人民政府党组成员、副市长、临空经济区(廊坊)党工委书记兼管委会主任丁凌日前在河北省政府新闻办召开的新闻发布会上说。

1984年,河北省人民政府举办了首届河北省利用外资引进技术暨出口商品贸易洽谈会,后会议名称几经变更最终确定为经洽会。自2000年起,经洽会落户廊坊,2010年,经国务院批准,成为商务部、河北省人民政府共同主办的国家级国际性经济贸易洽谈会。

丁凌表示,廊坊是京津冀世界级城市群重要节点城市,素有“京津走廊明珠”之称。一小时车程内,坐拥北京大兴国际机场、首都国际机场、天津滨海国际机场三大航空枢纽和北方最大海港天津港,路网密度河北第一,联通东西、纵横南北的轨道交通体系日臻完善,已经进入京津冀核心区半小时生活圈。

20余年间,廊坊相继建成廊坊国际会议展览中心、京津冀大数据创新应用中心、丝绸之路国际艺术交流中心等一大批现代化展馆,打造了经洽会、“一带一路”·长城国际民间文化艺术节、中国国际管道大会等一大批国内外知名展会品牌,锻造出一支能力强、水平高、经验丰富的专业会展队伍。

据河北省商务厅党组成员、副厅长安静介绍,今年经洽会将于6月16日至6月21日举办,是全国唯一以现代商贸物流为主题的省部级专业博览会。本届经洽会将围绕“现代商贸物流产业链建设”,策划组织“论、展、谈”系列活动,为境内外参会客商提供交流合作平台,打造全国现代商贸物流领域的标志性展会。

此外,有关部委和商协会将在经洽会上发布商贸物流领域的权威信息报告,进一步提升展会的权威性和影响力。



5月17日至19日,以“智汇融生 数聚未来”为主题的2023中国国际消费电子博览会在青岛国际会展中心举办。本届展会设置“芯屏智控展”“虚拟视听展”“AI应用”以及“工赋青岛”四个主题展区。博览会期间,组委会组织1场企业领袖高峰论坛、7场高规格平行论坛及多场配套活动,探讨消费电子领域前沿科技话题。

鼓励出国自办展助企拓市场稳订单

■ 张敏

问题在于,展会作为市场和订单的来源,本身就是稀缺资源。尽管展会主题决定了其细分市场面向品类而非品牌,在一定程度上天然具有公共性,但是出于主办方开拓市场的目标需求,客观上存在组展办会便利性方面的国家、体制、语言和文化差异,体现就近服务原则,优先本国企业。加之全球化逆流的不利影响,疫情导致中企复苏普遍较晚,当前中国企业海外参展缺乏主场优势,大展、要展展位不足,不仅难以获取好展位、特装位,而且仅能满足部分需求,拓市场稳订单面临被动地位和激烈竞争。

中国贸促会一季度中企海外参展数据表明,在海外参展排名前十位的展会平台上,中企参展商数量占比高达28.3%,表明出口意愿强劲反弹;然而展位面积占比仅为13.7%,平均不过15平方米,略高于标准准入最低要求,反映展位需求仅有部分得到满足,吃了个半饱。同时,一份题为“外展遭遇春季泥泞”的调查报告显示,中企参展展位不足的问题比疫情前更加突出,并将导致跟团率下降。因为几乎所有海外大展、要展,其展位大多已于一、两年前提售罄。而当前展位供应明显不足的国家,恰恰正是我们的参展目的地,比如受访者选择德国的比例高达59.76%,选择美国的占29.27%,选择法国的占8.54%,选择越南的占7.32%,等等。

为了解决这一问题,建议在积极组织企业出国参展的同时,把工作重点适当地转向动员会展企业海外办展。实践证明,许多企业海外参展,不如一个企业海外办展。因为一个展会,就是细分市场的“一条船”,上面可以搭载成百上千的中企产品。中国制造要走向世界,中国展会才是真正物美价廉、安全可靠的市场化平台。疫情前,会展中企海外办展已初见成效。目前会展目的地各国的大展要展展位紧张,刚好成为我国海外办展的有利时机。当前迫切需要的,是抓紧机会窗口、加强政策引导、社会各方发力,让海外办展重新红火起来。

在这里,外贸大省浙江拥有丰富的成功经验。特别是其“海外杭州”项目的成功做法,值得有海外办展实力的城市借鉴汲取。“海外杭州”由杭州市政府主办、专业办展公司承办,是一系列国别展、专业展的统称,在发达市场和“一带一路”、RCEP市场均有布局,成为目前中国在境外举办的最大规模的展会,是中企海外拓市场争订单的最重要平台。

展会最早于2012年在波兰启航,2022年在日本、阿联酋、印尼、波兰、土耳其、巴西、印度、南非、埃及、墨西哥十国分别举办实体展,全

年总规模突破20万平方米,恢复到2019年的八成,为企业提供展位7000余个,营收80亿元人民币。2023年自主举办的雅加达中国-印尼贸易博览会,展览面积达20000平方米,分纺织服装、消费电子、汽摩配件、美容美发、建材五金、家用电器、家居礼品、工业机械等专业展区,为国内二十多个省市的725家企业参展,提供了超过1000个展位。

“海外杭州”始终坚持国际化方向。所有十余个展会均获国际展览业协会UFI认证,并与世界自贸区协会、日中经贸中心等超过30家国际商协会和机构合作,积极邀请所在国政府部门参与;同时得到了商务部等国家六部门联合发文推广、全国26个兄弟省市合作支持,主动迎合了中国企业海外参展拓市场稳订单的迫切需求。

“海外杭州”为参展企业国际化提供资源、服务、技术和人才四重保障。就资源保障而论,展会十年来积累了国际买家即来自50多个国家的400万家企业;积累了中国卖家即来自家居和工业制品两大系列30大类超过500种产品的20万家企业;形成了国际贸易专业数据库,方便进行国别、行业或产品的市场分析和商务决策。

就服务保障而言,承办企业为

会展行业全国首家主板上市公司,实行政府指导下的企业自主决策,经营合法合规、接受社会监督;作为市场化平台,拥有国内8个分支机构、国际12个服务中心;根据就近原则,为中企出国参展提供专业服务,包括多语种专业翻译、采购商精准对接、大数据订单追踪和参展培训加助理服务。

从技术保障考察,项目拥有前沿数字技术的坚实支撑。2020年以来,其数字会展在线模式已投入4000万元研发成本,建起了线上展览、语言翻译、视频洽谈、细分营销四大标准化技术体系,有能力为实体展会现场配置相应的专网专线和本地服务器,且所有技术服务均不依赖第三方,数据产权及其应用后顾无忧。

就人才保障而言,承办企业拥有1500名员工,包括数字化专业人才近300人,驻外展会服务人员超200人;在会展目的地每一国家分别举办一个线下实体展会,探索形成了一套会展服务流程体系,展前线上营销,吸引目标客户;展中洽谈服务,促成商务交往;展后追踪订单,推动成交支付。企业参展可根据不同需要选择线下实体参展模式,或线下产品展示、线上商务洽谈的代参展模式。

“海外杭州”的长远目标,是优化货物贸易、创新服务贸易、发展数字

展现世界 展示精彩

会展传真

第六届进博会在非盟总部举办推介会

本报讯 第六届中国国际进口博览会(进博会)推介会日前在位于埃塞俄比亚首都亚的斯亚贝巴的非洲联盟(非盟)总部举行,来自非盟委员会、非洲多国驻非盟代表以及非洲商界人士参加活动。

在推介会上,中国国际进口博览局代表宋尚哲向非方介绍了进博会场馆、活动和筹备进展,表示进博会将为非洲企业开拓中国市场提供广阔的平台。

宋尚哲表示,进博会希望将中国大市场变为非洲大机遇。过去5年来,进博会汇聚了非洲优质商品,促进了中非经贸合作蓬勃发展,支持非洲企业开拓中国广阔市场。

第六届进博会将于11月在上海举办。(辛华)

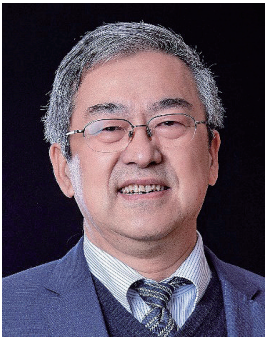
成都大运会创意短片全球上线

本报讯 5月15日,成都第31届世界大学生夏季运动会世界媒体大会在成都世纪城新国际会展中心举行。同时,成都大运会青年记者计划在此次会议上正式启动。

此次世界媒体大会上,《听见烟火三千年》创意短片上线。短片中呈现的成都永陵二十四伎乐,是一支“因盛世而生,为盛事而奏”的古代宫廷乐队,从石刻中走出来,穿过时光的裂隙,赴大运会盛事之约,在历史与想象之间,现在与过去之间,奏响成都脉搏里的音符旋律与烟火生活。(成运)

北京市文旅局公布21条文旅消费新场景

本报讯 5月16日,“边骑边逛·有FUN有YOUNG——北京21条文旅骑行线路”公布,北京市文旅局公布的信息显示,这21条文旅骑行线路涵盖中轴线、京剧梨园、钟鼓楼、冰丝带、冰立方、大运河、首钢园等各具特色的北京新老地标。据介绍,2022年,北京市文旅局历经6个月实地踏勘、踩线、设计,最终形成并推出“边骑边逛·有FUN有YOUNG——北京21条文旅骑行线路”。(毛雯)



作者简介
上海会展研究院执行院长
上海大学教授、博导

今年以来,外贸发展面临的形势复杂严峻。外需的不确定性仍然是最大的制约因素。国务院办公厅近期发布《关于推动外贸稳规模优结构的意见》(简称《意见》),要求相关部门落实稳外贸政策,加大助企惠企力度,首先稳住企业对发达经济体的出口,同时帮助企业深入开拓新兴市场。作为企业间交往的商务平台,展会理应承担帮助企业拓市场稳订单的重要职责。为此,《意见》要求各地进一步加大对外贸企业参加各类境外展会的支持力度,加强组织协调和服务保障;同时持续培育境外自办展会,并扩大办展规模。