

创新会展·人物篇

刘国良：中国仍是潜力“大市场”

■ 本报记者 周春雨



刘国良

今年4月中下旬和5月上旬，上海和厦门分别组队赴德国考察，其间先后与德国汉诺威展览公司(以下简称汉诺威)签署战略合作。其中，两座城市分别明确将就工博会，进一步加大合作空间。

4月下旬，汉诺威米兰展览(中国)有限公司(以下简称汉诺威米兰)董事总经理刘国良在成都中国西部博览城举办的2023成都国际工业博览会(以下简称成都工博会)期间接受《中国贸易报》记者专

访时，他刚刚从德国2023德国汉诺威工业博览会(以下简称汉诺威工博会)赶回来，参加成都工博会开幕式。该展会作为汉诺威工博会和中国国际工业博览会(以下简称中国工博会)系列展，汉诺威方面看好成都位于中国西南腹地，在经济、工业、文化等方面举足轻重的经济地位。

深耕专业展

记者注意到，自今年开年以来，汉诺威米兰每月在中国一线以及新一线城市举办2至3个大型专业展。其中，成都工博会由德国汉诺威展览公司、汉诺威米兰展览(上海)有限公司、东浩兰生·上海工业商务展览有限公司主办。简单地说，成都工博会是由汉诺威工博会和中国工博会两大展会承办方联合在中国主办的“工博会系列”项目之一。本次成都工博会为第二届，规模6万平方米。主办双方在西南的布局，意在成渝地区作为我国经济增长的第四极作用日益凸显，加深国内国际市场联动效应。

本月下旬，华南国际工业博览会(以下简称华南工博会)将在深圳国际会展中心(宝安)举办。这一项目是汉诺威工博会和中国工博会两大展会承办方联合在粤港澳大湾区的布局，举办周期早于成都工博会，已成为华南工业领域不可或缺经贸平台。

继华南工博会之后，时隔三个月，第23届中国国际工业博览会将于9月下旬在国家会展中心(上海)举办。据了解，本届中国工博会将以“碳循环工业、数聚新经济”为主题，设置9大专业展，预计规模28万平方米，参展商超过2600家。创办于1999年的中国工博会，根据上海方面的发展规划，今年4月，中国工博会与汉诺威工博会的合作签约，希望进一步拓展合作领域，加强国际经济合作交流以此对冲风险挑战，加快经济恢复、实现多方共赢。

“今年的德国汉诺威工博会，中国仍是除德国之外的第二大展团。”刘国良表示，中国工博会是中国对外开放的一个重要窗口，本次签署战略合作旨在加快推动中国工博会全球

布局和国际合作，促进更多中国企业借助汉诺威工博会平台走向世界，助力更多的境外企业通过中国工博会展示最新技术、新产品，助推中国企业与境外企业合作开拓市场。

布局新赛道

刘国良介绍说，今年汉诺威米兰在中国将组织近30场贸易展，主题涵盖工业制造、物流、汽车、旅游、地面铺装和应急救援等，同时邀约中国企业参加德国汉诺威总部的涉及20余个主题的50多场专业展。

“在已有展览项目的基础上，将进一步提升服务质量和专业水平。”刘国良表示，现阶段，汉诺威米兰围绕“双碳目标”，在场馆设施、会展组织、展示设计、展台搭建、会展服务等环节参照绿色低碳标准推进。在提升展览项目影响力的同时，为参展商、采购商提供展示新产品、新技术、新理念的平台，促进市场开发。

“数字化转型仍将加速。”在刘国良看来，随着数字经济的快速迭代，展会主办方依托大数据分析每一参展个体需求，并提供个性化服务，已

成为新赛道的常规性服务，为线下实体展参展者提供更高效率的体验。

毋庸置疑，《数字中国建设整体布局规划》(简称《规划》)提出了新时代数字中国建设的整体战略，明确了数字中国建设的主要目标、重点任务等。可以说，提升数字化服务将成为竞争新优势。

刘国良强调，通过数字技术打破传统行业界限、空间界限和时间界限，减少信息流动障碍，加速展会资源要素流动，提高供需匹配效率，创造新的价值链和生态圈。

此外，展览项目通过数字化搭建新的连接方式和协作方式，对传统产业进行全方位、全流程、全链条赋能改造，提升参展企业创造的附加值。通过互联网、大数据、人工智能同线下实体展会深度融合，实现创新设计与生产制造的柔性化、精细化、个性化和智能化，满足参展商多样化、个性化需求。

“关键在于，通过信息化逐步实现数据积累，再到数据智能赋能展览项目创新已成为新经济下的‘生存法则’”。刘国良如是说。



2023广东21世纪海上丝绸之路国际博览会日前在广州举办。本届博览会以“开放合作 共享机遇”为主题，设置国际交流合作、国际优质品牌、外贸基地等3个综合展区 and 丝路电商专业展区，同期将举办70多场配套活动。(官晓裳)

上合组织“三会一展”呈现五大特点

上海合作组织产业链供应链论坛暨2023上海合作组织国际投资贸易博览会将于6月15日在青岛开幕。记者日前从上合示范区举办的媒体吹风会上获悉，同期还将举办2023上合组织民间友好论坛、2023上合组织友好城市论坛，上述四场活动简称“三会一展”。随着活动陆续展开，青岛将时隔五年再次进入“上合时间”。

据介绍，上海合作组织产业链供应链论坛、上合组织民间友好论坛、上合组织友好城市论坛，均为中方在2022年9月举办的上合组织撒马尔罕峰会上宣布举办的重大活动；上合组织国际投资贸易博览会则是上合组织框架下唯一机制化举办的国际综合性展会，也是上合组织框架下规模最大、层次最高的综合性展会。

在“三会一展”活动中，上合组织产业

链供应链论坛暨2023上合组织国际投资贸易博览会将在青岛·上合之珠国际博览中心举行。上合组织产业链供应链论坛以“协同共赢 链通区域经济合作新未来”为主题，为上合各国地方和企业、商协会建立沟通合作桥梁，加强各国协同联动，推动上合区域经贸合作实现跨越式发展；2023上合组织国际投资贸易博览会以“相聚上合·美好生活”为主题，总展览面积约4.4万平方米，是近年来规模最大的一次。

据了解，此次活动将呈现五个特点。一是聚焦主题主责，内容务实丰富，论坛采取“1+N”的形式举办：1是主论坛，N是多项产业链供应链合作平行论坛、产业对接会、推介洽谈会。

二是嘉宾规格高、范围广，目前已有超过150位国外嘉宾、超过700位国内嘉

宾报名参加论坛。

三是展示内容多、展品层次高，2023上合组织国际投资贸易博览会规划上合组织国家形象展、上合示范区四大中心展、上合优质产业展等重点展区，重点展示上合国家优质产业、特色贸易产品、商旅风情等。

四是预期成果丰硕，将发布上合组织产业链供应链论坛青岛倡议、组建中国-上合组织产业园区联盟，发布上合经贸综服平台2.0版本功能，并将签署一系列经贸合作文件。

五是活动精彩纷呈，市民可参与度高，上合之珠国际博览中心21个国家的国别文化元素区做了充实和提升，新设立RCEP国家、澳门和葡语国家，以及阿联酋、缅甸等新加入上合“大家庭”的国家特色商品展示区，进口特色商品品类从常设的5000种提升至1万种以上。(毛雯)

第三届生态博览会设置四场论坛

■ 宗赫

海西发布日前称，第三届中国(青海)国际生态博览会(以下简称生态博览会)将于6月15日至18日在青海国际会展中心举办，本届博览会期间将举办四场论坛：“实现生态产品价值 打造生态文明高地”主旨论坛、2023生态文明国际交流合作论坛，电子商务绿色发展大会、科技创新支撑生态文明高地建设论坛。

据了解，“实现生态产品价值 打造生态文明高地”主旨论坛将讨论交流绿色发展、生态产品价值实现等方面的先进理念和经验，为把青藏高原打造成为全国乃至国际生态文明高地提供智力借鉴；2023生态文明国际交流合作论坛将聚焦生态文明建设，以青海聚力打造生态文明高地的实践经验，生动宣介人与自然和谐共生这一中国式现代化的重要特征和本质要求，推动生态文明交流互鉴和国际合作。

电子商务绿色发展大会将围绕电子商务绿色发展主题，探讨交流数字化赋能对丰富消费场景，提升供应链效率，加强个性化服务的推动作用，为行业发展提供新模式、新智慧、新动能，助推实体经济数字化转型；科技创新支撑生态文明高地建设论坛将围绕打造生态文明高地，推进生态文明建设等内容，探讨交流在生态安全屏障构筑，国家公园示范省建设，生物多样性保护，生态价值实现，GEP(生态系统生产总值)核算，碳达峰碳中和等方面的最新科技成果。

据悉，第三届生态博览会规模达3万平方米，其中青海展区将分为四部分，青海打造生态文明高地展区、青海生态文明高地建设典型案例展区、生态产品展区、青海非物质文化遗产展区。

此外，来自荷兰、马来西亚、尼泊尔的10余家企业在国际展区进行绿色产业及产品展示；来自巴基斯坦、印度、伊朗等11个国家的企业参加藏毯展。

会展新说

会展为新经济发展凝聚合力

■ 高竞佳

一直以来，中国会展成为推动经济发展和文化交流的重要载体。在刚刚过去的近十年间，中国会展业不断创新，涌现出许多具有代表性的项目和创新点。笔者将2013年至2023会展业发展的三个阶段进行了梳理，并从数字化转型、可持续发展、国际化合作三个方面，探讨中国会展业的发展创新点。

首先，2013—2023年中国会展业大致可以分为三个发展阶段。其中，第一阶段为规模扩张。2013年至2016年，这一时期展览业主要以规模扩张为主要特点，各种类型的展览项目如雨春笋般涌现，展览面积和参展人数均呈现出快速增长的趋势。同时，随着信息技术的普及，数字化展览开始兴起，成为新的发展方向。

第二阶段为转型升级。2017年至2020年，这一时期展览业进入了转型升级期，展览品质和服务水平成为重要关注点。展览场馆和设施逐渐完善，展览内容和主题也更加多元化和专业化。此外，绿色环保理念逐渐深入人心，可持续发展成为展览业的重要课题。

第三阶段为数字化提升。2021年至2023年，受新冠疫情的冲击，这一时期展览业进一步深化数字化转型，利用互联网、人工智能等新技术推动展览业的创新发展。同时，展览业更加注重国际化和品牌化，积极承接和举办国际性大型展览，提高中国展览业在全球的影响力和竞争力。

其次，主要呈现三方面特点。一是数字化转型。随着信息技术的快速发展，数字化转型成为了中国会展业的发展趋势。数字化展览、智能展馆、虚拟展览等新技术应用，不仅提高了展览效果和参与体验，还促进了展览产业的升级和转型。

这其中，数字化展览成为了中国会展业的新亮点。通过数字化技术，传统的线下展览可以实现线上展示，为参展商和观众提供更加便捷的交流和合作方式。如2020年因疫情而采用线上展模式的第127届广交会，吸引了超过26万家企业参展，打破了历史上的参展记录。

智能展馆的建设也成为中国会展业的新趋势。智能展馆通过物联网、大数据、人工智能等技术，实现

了展馆的数字化、智能化管理和服务。如在2019年举办的中国国际数字经济博览会，采用了智能化的展馆管理系统，为参展商和观众提供了更加便捷的服务和体验。

虚拟展览也成为了中国会展业的新形式。虚拟展览通过3D技术、VR技术等手段，将展览内容呈现在虚拟的环境中，为观众提供了更加逼真的展览体验。

二是可持续发展。随着环保意识的不断提高，可持续发展成为了中国会展业的重要课题。会展业的可持续发展，不仅关系到环境保护和资源利用，也涉及到社会责任和经济效益。一方面绿色展览成为了中国会展业的新标准。通过节能减排、资源回收等措施，展览产生的环境影响得到了有效控制。如在2018年举办的中国国际进口博览会(CIIE)中，采用了多项环保措施，包括使用LED灯光、推广数字化展览等，实现了绿色低碳的展览目标。另一方面，社会责任成为了中国会展业的新要求。会展企业积极参与公益事业，推动社会和谐发

展。如在2019年举办的中国国际服务贸易交易会，组织“服务贸易公益行”等一系列公益活动，为社会做出了积极的贡献。

此外，可持续发展也成为了中国会展业的新机遇。通过推广绿色低碳、数字化展览等新模式，会展业可以更好地满足市场需求，提高经济效益和社会效益。

三是国际化合作。随着全球化的深入发展，国际化合作成为了中国会展业的重要方向。通过加强与国际组织、企业 and 专业机构的合作，中国会展业不断拓展国际市场，提升自身的国际影响力和竞争力。

这期间，国际化展览成为了中国会展业的新亮点。通过举办国际性大型展览，中国会展业可以吸引更多的国际参展商和观众，推动国际贸易和文化交流。如2018年举办进博会，共有172个国家、地区的企业参展，展示了各自的优质产品和服务。

同时，国际化合作也成为了中国会展业的新趋势。通过与国际组织、企业 and 专业机构的合作，中国会展业可以共同推动行业的发展和创新。如

2019年举办的中国国际数字经济博览会中，与联合国工业发展组织(UNIDO)等国际组织开展了深入合作，为数字经济的发展提供了重要支持。

不可否认，国际化合作也成为了中国会展业的发展新机遇。通过拓展国际市场，中国会展业可以更好地融入全球产业链和价值链，提高自身的国际竞争力。

最后，涌现出许多具有代表性的项目和创新点。中国会展业在过去十年，随着数字化转型、可持续发展、国际化合作成为了中国会展业的重要趋势，推动了行业的升级和转型。未来，也将在产业融合、数据共享、智慧城市、人才培养、安全保障等方面重点加强。相信，会展将为新经济发展和文化经贸交流搭建更高效平台。

(作者系中国机电产品进出口商会高级项目经理)

高竞佳

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处

展现世界 展示精彩

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

第六届进博会推介会在罗马尼亚举办

本报讯 第六届中国国际进口博览会推介会日前在罗马尼亚布加勒斯特举办。中国驻罗马尼亚大使韩春霖、国家会展中心(上海)时焯军、罗马尼亚前驻 华大使伊斯蒂奇瓦亚(Viorel Isticioaia-Budura)、布加勒斯特工商会主席斯托克洛萨(Iuliu Stocklosa)、罗马尼亚—中国国际经贸促进协会主席安德里左尤(Mihai Andritoiu)、中国银行(中东欧)有限公司布加勒斯特分行行长郭立新等出席活动并致辞。韩春霖表示，过去两年，中罗贸易连续突破100亿美元。今年一季度，双边贸易额创历史同期最高水平，总额25.6亿美元，同比增长4.7%。进博会秉持“新时代，共享未来”主题，通过落实全球发展倡议，扩大对外开放，与世界分享中国市场、共享中国机遇，为世界各国带来了实实在在的好处。

罗马尼亚前驻华大使伊斯蒂奇瓦亚表示，期待进博会为促进罗中经贸关系发展发挥更大作用。

据悉，罗马尼亚—中国国际经贸促进协会有意成为进博会在罗马尼亚的官方组织机构。(毛雯)

澳门一季度会展活动增长1.1倍

本报讯 据澳门统计暨普查局资料显示，一季度澳门会展活动同比增长1.1倍，达208个，与会者(入场观众)数量上升20.5%，达19.9万人次。其中，会议为196个，同比增加120项，与会者上升2.6倍，达到2.2万人次。平均会期增加0.2日至1.1日，总面积增长3.5倍，达到14.4万平方米。展会10个，同比减少4个。入场观众增长10.9%，达17.5万人次。平均展期同比增加0.1日至2.7日，总展览面积2.3万平方米，下降32.1%。

数据显示，一季度展览主办机构的收入为885万澳门元(下同)，同比减少11.9%，当中88.1%来自摊位租金，余下11.9%为政府机构资助。支出减少26.2%至649万元，用于宣传及公关和展场制作及布置分别占38.1%及34.4%。收入扣除支出后录得236万元盈余；在不计算政府机构资助的情况下，盈余为130万元，较2022年同期有所增加。(伊宇)

首届中国电视剧大会在厦门举办

本报讯 6月5日至6日，首届中国电视剧大会在厦门举办。此次大会以“放歌新时代 剧耀新征程”为主题，突出“交流、交易、定位，聚焦专业化、工业化、市场化、大众化，设置主论坛、影视制作技术应用等多个专题分论坛、电视剧创投、影视基地峰会、中国电视剧名家讲堂、优秀电视剧展播等20余场活动等。

首届大会设立“东道主+主宾省”影视产业宣传推介，邀请黑龙江、山东、广东、海南、四川、贵州五个主宾省，联合东道主福建省，共同推介地域选题项目、扶持政策、拍摄服务体系等。(陆程程)

上海国企促消费主打文旅、体育、节展与联动互惠活动

本报讯 日前，以“国潮四季美好生活”为主题的上海国资国企促消费行动第二季——“酷夏畅玩季”在上海锦江乐园启动。“酷夏畅玩季”于今年6月至8月，重点推进文旅、体育、节展、联动互惠等专题活动，打造一系列产品多元、价格亲民、体验出众的消费盛宴。

据了解，第二季“酷夏畅玩季”活动，覆盖四大消费主题：其中，旅游文旅以“吃、住、游、乐、行”等系列产品为主，同步开展线下快闪、狂暑季、开学季、老字号伴手礼集市以及锦江乐园“国潮奇幻星光夜”、“国际星光啤酒节”和“青春生活节”等创新活动。

畅览节展以上海国际电影节、上海电视节、上海书展等重点文化节展，推动展览展示、大型活动呈现，激发影院、书店、剧场等市场活力，发挥文化地标引流作用，推动文化融合带动多元消费。(胡筱筱)