创新会展·关注篇

上半年会展商旅恢复加快

■ 本报记者 兰馨

记者调查显示，上半年，随着各地会展活动、赛事、节庆的恢复，会展的烟火气回来了。

珠三角会展客流回归

记者从有关方面了解到，根据不完全统计，今年上半年，广东省举办展览数量349个，同比增加289个，增长481.67%。展览总面积1249.88万平方米，同比增加1069.86万平方米，增长594.30%。较2019年同期，展览数量增加66个，增长23.32%；展览总面积增加222.32万平方米，增长21.64%。

统计显示，今年上半年广东省举办展览规模在10万平方米以上的21个，总展览面积为588.23万平方米。其中，广交会、家博会、深圳文博会、东莞名家具展等品牌展会的举办，超过2019年同期水平。同时，上半年，广东省举办会展百强项目35个，如华南国际口腔展、广州美博会、广州国际照明展、深圳机械展、深圳礼品展、佛山陶瓷展、广印展等。

记者注意到，深圳作为全球产业链供应链的重要节点和经济中心城市，今年上半年的会展恢复可圈可点。今年2月，首次在深圳举办的上海汽配展深圳特展为2023年会展找回了久违的烟火气。随后，深圳跨境电商展、国际传感器与应用技术展、ITES深圳工业展、电博会、国际橡塑展、粤港澳大湾区车展暨新能源汽车博览会、无人机展等相继举办，令深圳会展业成为业界关注的焦点。

据不完全统计，截至记者发稿，深圳今年以来已举办各类展会近80场，展览总面积近400万平方米。预计，全年办展面积超过800万平方米，创历史新高。

长三角会展复苏势头强劲

记者近日从上海海关了解到，今年上半年，上海海关共完成国际展会备案55个，服务保障21.6亿美元展品顺利进境参展，同比分别增长2倍、54.3%。

相关统计数据显示，今年前5月，上海累计举办各类展览及活动117个，所举办的展览活动总面积533万平方米。其中，5月，上海8个主要展馆共举办各类展览及活动45个，所举办的展览活动总面积291.83万平方米，与2019年同期相比增长31.75%。

近期，《上海市推动会展经济高质量发展 打造国际会展之都三年行动方案（2023-2025年）》正式发布，表明上海对会展业复苏的信心。

同样位于长三角的南京不仅迎来了会展的全面恢复，还出现国际品牌落地的良好势头。今年2月，慕尼黑展览（上海）有限公司在北京国家会议中心举办第七届亚洲运动用品与时尚展（ISPO）期间，与南京签订战略合作协议，继一线城市北京站、上海站之外，新增“ISPO南京站”，并将于今年8月在南京举办。

数据显示，今年上半年，南京举办的展览数量已恢复至2019年同期水平，展览面积比2019年增长11.05%。近日，南京发布《南京市推进产业强市行动计划（2023—2025年）》，对会展通过服务产业参与强市行动提出了新使命。

华北地区会展恢复加快

今年以来，北京多个大型专业展会疫后强势回归。4月上旬，在北京中国国际展览中心的静安馆和顺义馆相继举办的中国国际珠宝首饰展览会和第十八届中国国际机床展览会，令两大行业找回了久违了的繁荣景象。其中，前者吸引了超过1500家品牌参展，掀起了珠宝行业新风尚。后者则吸引来自28个国家和地区的约1600家机床工具行业企业参展，令各界看到了工业领域的新技术、新趋势和发展信心。

近期，北京市商务局发布《加快恢复和扩大消费 持续发力北京国际消费中心城市建设2023年行动方案》（以下简称《方案》），《方案》提出，推动会展业加快恢复。出台促进会展业创新发展政策措施，加强优质展会和市场主体引进和培育力度，积极吸引国内外会展企业和行业组织在京举办高水平会展和活动。

华北地区会展业恢复持续向好。日前，记者从天津市商务局了解到，今年，天津市计划举办60余场展会活动，总展览面积约280万平方米，整体规模超过往年水平。近日刚刚闭幕的2023年天津夏季达沃斯论坛，汇聚90多个国家和地区的1500余名嘉宾与会。此外，记者从国家会展中心（天津）了解到，今年以来，大型专业展的中国国际种业博览会、第七届世界智能大会等国家级展会已相继举办。

据了解，根据《天津市加快建设国际消费中心城市行动方案（2023—2027年）》，天津市将持续引进和培育具有国际和全国影响力的品牌会展项目，进一步扩大世界智能大会等展会的影响力，打造更多国家级知名品牌展会项目，建设会展产业集聚区。

会展传真

2025年UFI全球年会确定在香港举行

本报讯（记者 兰馨）国际展览业协会（UFI）近日宣布，2025年第92届UFI全球年会将在中国香港亚洲国际博览馆举办，并将增加在粤港澳大湾区同期举行活动。

UFI全球年会作为全球最大的展览业年度会议，于每年11月在不同地区举办，2025年的全球年会将是自2019年之后首次重回亚太区举办。2025年适逢亚洲国际博览馆运营20周年，UFI全球年会上一次在香港举办是2000年。

据悉，2023年、2024年的UFI全球年将分别在美国和德国举行。

今年两项体育行业博览会选址苏州

本报讯 7月18日，记者从国家体育总局体育文化发展中心获悉，2023中国体育文化博览会、中国体育旅游博览会（以下简称两个博览会）将于今年12月8日至10日在苏州举办。

今年是两个博览会同时同地举办的第十年。据介绍，2023年两个博览会将规划四大展区：传·薪火、融·文旅、促·交流、创·未来。同期将围绕体育文化、体育产业、青少年体育、体育文旅赋能乡村振兴等主题举办十余场平行论坛。展会现场还将举办冠军系列活动、中华体育文化优秀项目展演、中国体育旅游精品项目介绍等。（伊宇）

成都第31届大运会影像专区上线

本报讯 成都第31届世界大学生夏季运动会开幕在即，日前大运会官网携手视觉中国在CFP官网首页开设“成都大运会”专区，并将最优质的精华内容推荐至新华视觉专区及全球最大图库Getty Images。

本次成都第31届大运会专区搭建将汇集成都大运会优质视觉内容，赛时专区将面向网站众多主流媒体持续更新、重点推荐优质视觉内容，并通过—Getty Images这一视觉领域顶尖国际传播渠道进行推荐，增加国际关注度，打造成都大运会全球化视觉传播平台。

本次视觉中国成都大运会专区开设有城市风光、大运场馆、中国军团、回顾历史等图集，意在整合全球摄影师资源，聚焦大运赛事、天府城事，汇集大运赛场内外的“高光时刻”、动人一瞬。（荣岩再）

青海绿色投洽会亮点纷呈

本报讯 记者日前从青海省工业和信息化厅获悉，第24届中国·青海绿色发展投资贸易洽谈会展会将全方位、多角度集中展示行业领域适用技术、创新成果和先进产品，向国内外客商推介青海品牌。展会设绿色发展馆、商品贸易馆、合作交流馆3个室内展馆，以及氢能产业主题广场室外展示区，展览展示面积近4万平方米。

展会按照“突出整体设计、统一视觉识别、力求各具特色”的要求，从整体布局、板块划分，色系分层、属性归类入手，立足主视觉元素、色彩表现、结构造型，对“三馆一区”进行统一设计、总体规划。各馆区单元进行二次设计，实现四个区域有机统一、相互联系、各有亮点。同时，通过“线下搭建、线上办展”双线融合模式，使展会展陈升维感更强。（王菲菲）

深圳国际会展中心获AIPC2025年会举办权

■ 本报记者 兰馨

7月17日，国际会议中心协会（AIPC）年会组委会在卢森堡欧洲会议中心宣布，中国深圳国际会展中心获AIPC2025年会举办权。这是中国大陆城市首次获得AIPC年会举办权。

国际会议中心协会（AIPC）作为全球会展业三大协会之一，与国际展览业协会（UFI）、国际大会与会议协会（ICCA）共同组成会展业G3联盟。AIPC目前在全球61个国家有场馆会员190多个，伦敦ExceL会展中心、德国法兰克福展览中心、西班牙巴塞罗那会展中心、意大利米兰会议中心、悉尼国际会议中心、纽约贾维茨会议中心、国家会议中心（北京）、香港会展中心等知名场馆都是AIPC的会员。深圳国际会展中心于2020年申请成为AIPC会员。

AIPC年会每年6月底至7月初在各大洲巡回举行，会期3.5天。全球会展场馆C-level管理层、酒店业、旅游业、会务服务业、航空业、物流业等行业代表、会展行业媒体参会，探讨行业最新需求、产品、服务及技术发展趋势。据悉，2025年AIPC年会将颁发两年一度的全球会展场馆管理最高奖项——APEX全球最佳会展场馆奖。

AIPC CEO Sven Bossu表示，从申办方案来看，深圳国际会展中心的空间、功能、数字化服务、周边配套等都给我们留下了深刻印象，选择在该场馆举办年会，可以让AIPC全球会员有机会参观体验国际一流大型智能场馆设施设备，同时与中国会展同行交流沟通合作。

深圳市招华国际会展运营有限公司总经理金桥表示，深圳国际会展中心希望借助此次AIPC年会，让更多国际同行在了解深圳国际会展中心的同时，考察深圳会展市场的发展潜力以及城市魅力。

国际会议中心协会（AIPC）成立于1958年，通过教育、研究活动、交流活动及管理标准认证项目等，推动全球范围内多元商业模式及文化交流。

7月18日，首届中国（宁波）海洋经济博览会在宁波开幕，本届展会规模2.2万平方米，300多家海内外展商参展。展会期间，签约建筑、交通运输、制造业和海洋经济四个涉海项目。（孙蕾）

会展机构媒体江西行首站参访景德镇

■ 本报记者 毛雯

第三届中国会展主办创新大会暨第七届江西会展产业发展大会（以下简称会展主办创新大会）组委会日前在江西景德镇举行了“知名会展机构媒体江西行”活动（以下简称会展媒体江西行）。作为第三届中国会展主办创新大会前期预热活动，本次会展媒体江西行通过现场调研、交流考察等，对江西会展业现状进行深入了解。

活动期间，由中国会展经济研究会、中国贸易报、江西日报、《中外会展》杂志、凤凰网以及UFI中国会展精英联盟等组成的媒体机构考察了陶博城国际会展中心、国际陶瓷交易中心、陶溪川文创街区、景德镇陶瓷工业遗产博物馆、陶溪川直播基地、陶溪川创意集市等，进一步了解景德镇市会展行业发展现状。

景德镇市贸促会会长刘茨坪表示，今年以来，景德镇市组织企业“走出去”拓展市场，将计划组团参加中国国际进口博览会、中国国际供应链促进博览会、江苏南京国际电商产业博览会等多个国内国际会展活动。

中国会展经济研究会副会长兼秘书长姜淮指出，景德镇市具有得天独厚的陶瓷历史文化优势，多年来，依托瓷博会，不断探索会展新经济生态，聚力打造多元营销模式，致力打造“以展促产、以贸兴产、产城融合”的发展理念，已初步形成大会展生态发展格局。希望景德镇紧抓机遇，把握行业新趋势，通过发展会展文旅新业态赋能产业消费提升。

中国贸易报总编辑范培康对景德镇国际陶瓷博览会在展会国际化、专业化、数字化建设方面提出，建议通过打造瓷博会品牌，带动产业集聚，充分发挥会展经济对产业的推动作用。

陶博城以“发展会展经济，聚焦陶瓷贸易”为宗旨，项目占地面积约2平方公里，总建筑面积约150万平方米，作为景德镇市高质量推进国家陶瓷文化传承创新试验区建设先行先试的重点项目，由景德镇市国控集团投资建设并运营。

今年，在景德镇国际陶博城已举办了中日韩摄影展、2023景德镇市商贸文旅消费节等多个会展活动，形成了对消费的带动和示范作用。

据悉，会展媒体江西行下一站为赣州，将于第三届会展主办创行大会期间举行。

会展大咖说

俄罗斯展览印证中俄跨境贸易的双向奔赴

■ 米亚赛·吐尔逊

作者简介
俄罗斯ITE展览集团中国区总经理

随着全球展览活动的恢复，也让社会各界看到了经济的复苏。这其中，俄罗斯会展活动的如期举办，更是有着举足轻重的意义。众所周知，自欧美制裁以来，俄罗斯市场出现了真空地带。当西方企业相继退出俄罗斯市场，迫使当地采购商急切寻找新的供应商和业务合作伙伴。来自中国、土耳其等地区的供应商填补了俄罗斯空缺的细分市场。其中，中国企业在俄罗斯展览业的崛起中呈现出喜人的景象，不仅展览项目得到了稳步发展，还吸引了越来越多的国内外企业参与其中。

今年上半年，俄罗斯会展业的表现令人瞩目。以笔者所在的ITE展览集团在俄罗斯举办的展览项目看，几乎全部“爆满”，且大部分展会都超过了新冠疫情前的水平，有的甚至实现了倍数增长。这种暴增现象中，有一部分是源于释放疫情三年积压的参展需求，其更主要的还是俄罗斯市场对中国产品需求的大幅增长。俄罗斯市场需求的强烈程度，用一家物流展商的话：“我必须抓住俄罗斯市场的机会，今年我得像个疯子一样跳起来干活儿！”

这确实不夸张。事实上，从贸易统计数据来看，中国对俄罗斯的出口量实现了爆发性增长。2023年6月，我国对美出口额同比下降23.7%，对欧盟出口同比下降12.9%，对日本出口同比下降15.6%。但是，1至6月中国对俄罗斯出口大幅增长78%，这是俄乌冲突以来的最高增长率。目前，中国已经成为俄罗斯最大的贸易伙伴，中国对俄汽车出口同比增长两倍，建筑机械几乎增长了七倍。

具体到展览市场，今年上半年，ITE展览集团在俄罗斯举办了建筑、家居消费品、电子、安全、运输和物流、包装印刷与纸业等15个不同领域的专业展览。这些展览项目中，无论是到场的专业观众还是参展商数量都远超出预期，80%的项目是创办以来到场人数最多的一届。统计数据显示，3月下旬举办的第28届俄罗斯莫斯科国际建材展览会（MosBuild），展商数量同比增长了42%，观众数量同比增长了21%，创造了历史纪录。4月中旬举办的第27届俄罗斯物流及仓储设备展览会（TransRussia/Skladtech），中国参展商数量比疫情前翻了一倍，尤其是特装企业增量明显。很多没有拿到展位的国内企业一改以往没有展位就不去现场的状态，而选择到展会现场参观考察。根据展会现场问卷调查统计显示，这样的企业超过200多家。俄罗斯市场吸引力由此可见一斑。

今年上半年以来，不仅中国参展企业的表现刷新了主办方的认知，也成功地吸引了不仅是俄罗斯的专业买家，甚至是各国参展商的关注。在他们看来，在当前地缘政治环境下，中国企业在俄罗斯参展比例高是非常正常的，因为中国对俄罗斯贸易一直在爆发式增长。

基于现状看未来，近期俄罗斯市场也表现出越来越大的活力。俄罗斯制造业PMI仍保持在50%的荣枯线以上，服务业持续复苏，经济显示出较大的韧性。IMF将俄罗斯2023年GDP预测值从1月的0.3%上调至0.7%，2024年增长1.3%。这些数据足以证明，俄罗斯经济正在逐渐恢复，越来越有活力。

中俄经贸合作在近几年得到了长足的发展，而展会则成为推动中俄两国经贸合作不可或缺的重要平台。现阶段，俄罗斯举办的规模以上的展会不断涌现，吸引了越来越多的中国企业参展。

在这样的背景下，中国企业参展的积极性还在逐步提升。例如，ITE展览集团将于11月中旬举办的第25届俄罗斯国际制药设备、原料及技术展览会，目前整体规模增加了40%，中国参展商规模预计同比增长150%。疫情期间的“暂停键”提升了中俄双方对“久别重逢”的期待。

中俄两国的经济合作持续深入以及不可逆转的趋势已是不争的事实。这股浪潮推动着中俄两国产业得到前所未有的发展和进步，也为未来中俄经贸合作奠定了坚实的基础。近日，俄罗斯联邦经济发展部副部长德米特里·沃尔瓦奇表示，2019年制定的“2024年前将货物和服务贸易额增加到18万亿卢布（约2000亿美元）”的目标已经在今年完成。而且，俄罗斯和中国之间的贸易额还将在2030年前提高到25万亿卢布。

中俄两国就像是大海中航行的巨轮，带领着我们共同前行。在这个过程中，俄罗斯会展业也迎来新的发展机遇。相信随着展会多元场景生态的发展，将为中俄经贸合作提供更完善的平台和载体。

（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，转载请开通白名单。）