

创新会展·项目篇

# 劳保会明年出境，扩张东南亚市场

■ 本报记者 兰馨

中国劳动保护用品交易会(CIOSH,下称劳保会)确定明年进入泰国市场。记者日前从中国纺织品商业协会了解到,近日,中国纺织品商业协会、杜塞尔多夫展览(上海)有限公司、杜塞尔多夫展览机构亚洲有限公司联合宣布,由三方共同主办的泰国劳动保护用品交易会(CIOSH Thailand,下称泰国劳保会)定于2024年6月上旬在泰国曼谷国际贸易展览中心举办。

作为国内举办历史最长的专业类展会之一,劳保会于1966年创办之初,为劳动保护用品行业搭建全国性交易平台,按订货需求,于每年的春季和秋季举办两届。近年来,劳保会春季展固定在上海举办,秋

季展为全国巡展。

联手国际展览巨头

今年4月中旬,第104届中国劳动保护用品交易会(春季展)暨2023中国国际职业安全与健康产业博览会在上海新国际博览中心举办。这是时隔两年(疫情原因),今年的劳保会春季展如期举办。但从展会名称不难看出,这是两个展会,记者了解到,本届展会由中国纺织品商业协会、杜塞尔多夫展览(上海)有限公司联合主办,其中,前半部分的第104届中国劳动保护用品交易会为创办于1966年的劳保会,后半部分则是杜塞尔多夫展览集团于多年前移植中国的

展览项目,因其进入中国后一直在上海举办,因此,双方于2020年达成战略合作后,一改劳保会全国巡展的惯例,将春季展固定在上海举办。而双方的合作也谋划了劳保会的国际扩张版图。

在第104届劳保会举办期间,中国纺织品商业协会与德国杜塞尔多夫市政府在上海签署劳保会发展战略备忘录,双方宣布,将进一步推动劳保会的未来发展合作。

在业界人士看来,随着劳保行业的转型升级,劳保会不止是一个商业性展,应该成为全球劳保行业的预见者,除展示功能外,要组织行业论坛、新品发布等,将科研与生产有效融合,为制造企业提供方向,就

职业防护,新材料、新技术的应用,劳保行业与中国制造业等进行深度探讨。

开拓区域市场新空间

“通过与杜塞尔多夫展览集团的强强联手,将为劳保会嫁接国际市场,参与全球合作开启新机遇。”中国纺织品商业协会方面有关负责人表示,作为“一带一路”的重点市场之一,泰国成为劳保会出境办展的首站。

杜塞尔多夫展览(上海)有限公司有关人员表示,泰国庞大的劳动力人口数量和蓬勃发展的制造业,推动着个人防护装备市场需求快速增长。相关调查显示,2030年,包

括泰国在内的东南亚国家个人防护装备市场规模将达到81.2亿美元。

在杜塞尔多夫展览公司亚洲区董事总经理 Gernot Ringling 看来,泰国作为新兴工业国家和市场经济体之一,也是东盟的第二大经济体,地处东南亚核心地带,经济增长迅猛,尤其是汽配配件、建材、橡胶、石油化工等工业发展趋势向好,对劳保用品的需求量出现持续增长。

与此同时,在提升安全防护的意识下,大多数行业对防护装备出现了不同程度的需求增长。可以预见,未来几年,东南亚地区对个人防护装备的需求将出现较大幅度增长。在此背景下,进入泰国市场举办劳动保护用品交易会将是难得的机遇。

## 厦门翔安区会展奖励资金单项可达300万元

■ 本报记者 兰馨

厦门市翔安区商务局、财政局日前印发的翔安区关于大力促进会议展览业发展奖励暂行办法》(下称《暂行办法》)明确,对会展企业、项目、演出、活动以及通过国际认证、会展人才培育等方面给予奖励。

记者注意到,该《暂行办法》根据厦门市会议展览局和厦门市财政局《关于进一步促进会议展览业发展的扶持意见》产业扶持政策制定发布。除对会展企业奖励的政策分为企业落户奖励和国际会议项目竞标牵头机构奖励两部分外,还提出,对于落户在翔安区的消费类自办展项目,符合要求的将给予1至6届奖励,单个项目每届最高补贴35万元。对符合要求的展览项目,首届给予50%的场租补贴,2至6届给予存量场租20%补贴,增量场租50%补贴,最高补贴30万元。

根据《暂行办法》,经贸类自办展项目,符合要求的展览项目在获厦门市市级政策规模奖补、场租补助的基础上给予10%的叠加奖励。对于经贸类展览面积首次超过10万平方米及以上,在获得厦门市级成长性奖励的基础上额外给予10万元一次性奖励。

《暂行办法》明确,对引进在翔安区举办的流动展览项目,按照展期场租30%给予一次性配套资金奖励。其中,对2万平方米以上的展会给予奖励不超过30万元。对长期固定在翔安区举办的展览项目(签约3届及以上的),按照展期场租30%给予一次性配套资金奖励,并对其中2万平方米以上的展会每增加5000平方米给予5万元的奖励,总共不超过50万元。对在翔安区举办的通过国际展览业协会(UFI)认证的展览项目,给予举办方15万元的一次性奖励。

在会议项目方面,《暂行办法》提出,对在翔安区范围内举办的各类会议(含影视剧组),按照参会人数和入住酒店间夜数给予会议主办单位(或承办单位)相应奖励。

其中,国际会议超过2000人以上的,按85万元给予封顶奖励。会议其他境内参会人员参照国内会议标准给予补贴。单个会议项目奖励总额最高不超过100万元。

对于特大型会议项目,参会人数达5000人及以上的特大型会议,参会人数达5000至7999人,给予40万元奖励。每再超1000人,增加5万元奖励。封顶80万元。

《暂行办法》按其当年度营业收入同比上年度增量部分,按照增长率给予分档奖励,每家企业每年最高奖励300万元。

此外,从外地引进的会展管理人才参照翔安区人才奖励政策给予住房保障、子女入学等多个方面的支持。

《暂行办法》有效期至2024年12月31日。



8月8日,第九届中国(绥芬河)国际口岸贸易博览会在绥芬河边境经济合作区会展中心开幕。博览会以线上线下相结合的方式同步举行,博览会期间举办木材制品供应链大会暨东北亚木材产业链对接会、跨境农业合作暨互市贸易推介会等多项活动。图为博览会期间举办的口岸集疏运体系企业对接会。(隆江)

## 成都大运会闭幕式实现新突破

■ 宗欣华

8月8日,第三十一届世界大学生夏季运动会在成都闭幕。在过去12天里,来自113个国家和地区的6500名运动员参赛。中国秉持简约、安全、精彩的办赛理念,赢得了大体联大家庭和国际社会的高度肯定。中国体育代表团获得103枚金牌、178枚奖牌,名列金牌榜和奖牌榜首位。

“本届大运会是非常成功的一次运动会。”国际大体联代理主席艾德在闭幕式致辞时表示,参与世界大学生运动会远不止为了运动成绩,更是为了收获一段经历、一段可能持续一生的友谊。

此次大运会闭幕式选址成都露天

音乐公园,这是世界大型体育赛事开闭幕式走出场馆、走进公园的一次突破。受到各界关注的是,这是一场用“直播”来呈现的闭幕式,即将接受观众的检验:闭幕式舞台以“手机”为设计元素,手机视窗高低错落,并创造性增设一名“大运拍客”,完成一场全球联动的青春“直播”。

据介绍,成都大运会闭幕不用地屏、不用投影,也不在一个体育场馆里,而是将舞台搬到了成都露天音乐公园,分为远、中、近三个表演空间。近处,是演员随时深入观众区的贴近式表演;中处,是闭幕式主脉络的情节和人物;远

处,是黄昏草坪、露营焰火营造的公园氛围。以此表达空间拓展到外场,欢乐的感染力拓展到整个公园。

整场闭幕式上,直播作为一种形式有机地融入了闭幕式全程。舞台现场有31块手机屏,象征着成都第31届世界大学生夏季运动会,最中间的一块就是“成都窗”。

作为一场世界性赛事的闭幕式,其间将川剧青衣与说唱歌手以传统与时尚的形式对歌,在一静一动的舞台呈现、古典与潮流的元素碰撞、一唱一说的演绎过程中,充分展现当代成都的时尚风貌,为成都大运会画上一个完美句点。

会展大咖说

# 重塑大会展新生态外延价值

■ 姜淮

和旅游部、市场监管总局五部门解读《关于恢复和扩大消费的措施》(简称《措施》)。明确鼓励举办各类体育赛事活动,增加受众面广的线下线上体育赛事。鼓励各地加大对商品展销会、博览会、交易会、购物节、民俗节、品牌展、特色市集等活动的政策支持力度。

党的二十大强调,要着力扩大内需,增强消费对经济发展的基础性作用。为坚定实施扩大内需战略、培育完整内需体系,加快构建“双循环”新发展格局,促进我国长远发展和长治久安。去年12月14日,国务院印发了《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》,提出持续提升传统消费,积极发展服务消费,加快培育新型消费等全面促进消费,加快消费提质升级的重点工作任务。中央经济工作会议指出,要把恢复和扩大消费摆在优先位置。商务部认真贯彻落实,将今年定为“消费提振年”,以“全年乐享、全民盛惠”为主题,会同有关部门和地方,开展“6+12+52+N”系列活动,做到“季季有主题、月月有展会、周周有场景”。从今年一季度开始,商务部组织开展了迎春消费季、全国消

费促进月两大主题活动,举办了全国网上年货节,启动了老字号嘉年华、中华美食荟等重点活动。4月开展绿色消费季,之后计划举办国际消费季、暑期消费季、金秋购物节等。北京、天津、河北联手举办京津冀消费季,江苏启动“苏新消费春惠江苏”活动,形成促消费浓厚氛围。

众多周知,会展业有狭义和广义之分,狭义会展的内涵指会议和展览业;广义会展则包含会议、展览、节庆、赛事、奖励旅游等,通常延伸为“会、展、奖、节、赛、演”六大领域。自今年4月以来,海口、西安、大同等地纷纷举办会展文旅活动,一时间,全国多地开展各类活动,形成“会展+文旅”双核驱动消费模式,激活城市消费热潮。

在3年新冠疫情期间,我国战略规划中“双循环”新格局的确立,重构了会展业新生态:即从单一生产性服务业,延伸为包括生活性服务业在内的整个国民经济循环体系的方方面面,乃至成为现代服务业中的战略先导性产业。会展业不再仅仅局限于固定场所举办的专业活动,而成为创新消费场景的“先锋队”,成为国家和地方激发市

场潜力、扩大内需、拓展国际贸易的重要抓手,会展业的价值属性和外延得到前所未有的挖掘与拓展。

服务于国家发展战略,服务于城市经济,服务于产业创新升级,既是中国会展经济研究会的发展宗旨,也是会展业的时代使命。站在贯彻新发展理念、构建新发展格局的大时代背景下,会展业的战略先导功能,得到前所未有的释放和扩大,广泛运用展览、会议论坛、会奖旅游和节庆赛事等平台,对扩大内需、激发消费、拓展国际贸易,将发挥直接的推动作用。

有鉴于此,笔者就会展先导性功能,分享几点建议:

首先,会展业内不同的主承办单位,亟需从理念上加以突破,从服务国家战略出发,将传统会议展览业延伸扩大到会、展、奖、节、赛、演各领域。其次,从制度上加以优化调整,打破条块分割,充分发挥国务院“促进展览业改革发展部际联席会议制度”作用,加强部门和单位间有关的统筹协调,促进会展业更好地服务于国民经济和社会发展全局。再次,推动地方联合包括商务局、发改委、文旅局、市场监

管、海关等多部门,围绕扩大消费,拓展贸易,优化整合现有鼓励政策,形成多领域合力协同的政策支撑体系。再其次,鼓励各类会展主体,围绕国家战略主线积极策划和举办各类会展、文旅、节赛活动。最后,各级会展文旅等主管部门及时总结典型案例,扩大传播,发挥典型示范引领作用。当然,这其中,业界专家学者持续深入实际调研,总结梳理时代背景下的实践应用,创新会展活动理论体系。

未来一段时间,随着各类会展文旅节赛的举办,各地将迎来各种形式的商品展销、节庆、市集等活动,形成新经济下的大会展新生态。



2023首届国际链博会  
扫码参观

(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。)

展现世界 展示精彩

中国国际贸易中心 集团公司  
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CORPORATION

会展传真

## 山东省上半年共举办会展活动407场

本报讯 山东省会展产业发展协会近日公开统计,2023年上半年山东省共举办各类展会活动407场,展览面积超过710万平方米,展商达到10.5万家,观众超过1200万人次。

据山东省商务厅相关负责人介绍,下半年,山东将继续保持高频次、高品质办展的良好发展势头,并加大对商品展销会、博览会、交易会、购物节、民俗节、品牌展、特色市集等活动支持力度,进一步扩大会展消费。据了解,第十八届中国林产品交易会、第二十届国际果蔬·食品博览会、第二十六届中国国际渔业博览会等一批国家级、国际性展会和第二届黄河流域跨境电商博览会、第三届RCEP区域(山东)进口商品博览会等众多具有鲜明特点的区域品牌展会等将相继举办。(陆粒)

## 泰国会展局下调市场预期

本报讯 泰国会议展览局相关负责人日前透露,尽管来自欧洲、印度和东南亚市场需求有所回升,但由于国际航班数量尚未完全恢复,团体签证申请流程缓慢等因素,导致来自中国的参展商、采购商在泰国市场的影响力下降。

数据显示,2019年,中国成为泰国会展业最大目标市场,接待目标旅客量超过247000人次,收入预测目标达到2010亿泰铢,远超今年预期的960亿泰铢。(邹思思)

## 全国糖酒会将于10月首次落户深圳

本报讯 第109届全国糖酒商品交易会(秋季)将于10月12日至14日在深圳国际会展中心(宝安)举办。这是全国糖酒会首次落地深圳举办。据悉,此次秋季糖酒会预计规模22万平方米,设置传统酒类、葡萄酒及国际烈酒等8大展区,以及酱酒专区、清香酒专区等13大专区;还将首次设立“大湾区乐慧潮食专馆”,其展览面积达1万平方米,集中展示粤港澳大湾区品牌,同时还将引入出口导向型企业及进口食品酒类贸易平台,促进进出口贸易联动。

据介绍,第109届全国糖酒会将继续发挥专业买家的资源库优势,瞄准粤港澳大湾区大市场,将糖酒会辐射范围由城市经济延伸至区域经济,促进交易破圈层增长。(权宏生)

## 2023商博会下周在乌鲁木齐开幕

本报讯 记者日前从中国—亚欧博览会秘书处获悉,2023(中国)亚欧商品贸易博览会(商博会)将于8月17日至21日在乌鲁木齐举办。

本届商博会由中国—亚欧博览会秘书处、商务部外贸发展事务局主办,展览规模近7万平方米,将设置三大展区。其中,商品贸易展区包括能源智能生活、文化旅游产业、数字化及高新技术、农产品食品、纺织品服装等6个展览题材;投资合作展区重点展示各省区市优势产业、投资合作及产业转移项目,新疆生产建设兵团及新疆各地州市发展成就、投资环境及与国内各省区市合作项目等;进口商品展区设置中亚国家、RCEP成员国及其他“一带一路”国家及地区投资合作专区和商品贸易专区。(辛欣)



作者简介  
中国会展经济研究会副会长兼秘书长  
广州市华南会展研究院院长

7月28日,国务院办公厅转发国家发展改革委《关于恢复和扩大消费措施的通知》(简称二十条)指出,深入实施扩大内需战略,充分发挥消费对经济发展的基础性作用,不断增强高质量发展的持久动力。7月31日,国新办召开国务院政策例行吹风会,国家发展改革委、工业和信息化部、商务部、文化