创新会展·城市篇

广州会展业：从外延扩张到内生性生长

■ 本报记者 兰馨

今年前三季度，广州举办展览近250场，展览面积达750万平方米，同比2022年增长超1.6倍，并超过2019年同期。在这一背景下，广州市商务局日前在北京举行2023广州市会展业宣传推介会。广交会（琶洲）展馆、广州白云国际会议中心、保利世贸博览馆、广州空港博览中心、广州越秀国际会议中心以及会展主办方在会上推介广州会展资源。

根据中国会展经济研究会近日发布的《2022年中国城市会展业竞争力指数报告》显示，广州会展业竞争力指数从全国第三跃居第一，并连续8年获“中国最具竞争力会展城市”。

记者了解到，随着广州会展生态的不断优化，新经济周期下的广州会展业或成为行业新样本。

广州方案

统计数据显示，近期闭幕的第134届广交会吸引境外采购商197869名，超过2019年同期。

广州市商务局副局长罗政表示，广州以城市属性及区位优势持续优化会展业结构，与此同时，会展环境为会展业发展提供了有力支撑。

目前，广州除广交会外，还有家博会、建博会、照明展、灯光音响展、美博会、酒店用品展等专业类展会。中国对外贸易广州展览有限公司总经理刘晓敏表示，作为广州本地成长起来的会展品牌，中国对外贸易中心集团旗下的家博会、建博会能分别发展成为全球同类展会规模最大的行业领先的国家贸易与消费促进平台，离不开行业各方的共同努力，离不开广州市政府的大力支持和广州会展优质的营商环境。

“广州是中国会展经济发展最重要的窗口之一，拥有以广交会为首的一系列大型展会。过去三年，广州多次扛起‘广州担当’，率先提供‘广州方案’，有效稳住全国会展经济基本盘，彰显广州作为会展‘领头羊’的深厚底蕴和强大韧性。”中国会展经济研究会会长曲维玺在谈到广州会展城市地位时这样表示。

不可否认，作为千年商都的广州，是我国两千多年来唯一没有关闭过的对外通商口岸，具有先天的对外贸易的枢纽优势。需要提到的是，广州正是借助其区位优势，利用展会平台无限外延其商业版图，拉动了湾区经济发展。

内生助力

“希望借助此次广州会展专场推介的机会，以广州为样本，探索城市会展创新的新模式。”中国会展经济研究会副会长兼秘书长姜淮表示，此次，广州集聚会展产业链上下游共同思考和挖掘未来城市会展发展的新机遇，为恢复后的办展办会机构注入新动能。

近年来，广州锚定建设国际会展之都的目标，先后出台了多项会展扶持措施，并建立市区两级会展促进体系，优化会展全产业链结构。

尤其是近两年来，广州坚持产业第一、制造业立市，诞生了一批相关题材展会，如广州国际生物制药展、广州国际轨道交通展等。

“制造行业专业展会要紧跟制造业的这一创新变革趋势，引导、促进企业创新转型升级。”机械汽车展览联合会名誉会长张效林强调，完善新的产业链和培育新的市场，为创新创业型企业搭建融资交流和开拓市场的平台。

中国珠宝玉石首饰行业协会常务副会长兼秘书长毕立君表示，广州番禺聚集了多个“珠宝小镇”，素有“世界珠宝，番禺制造”的美称，希望搭建会展平台，带动会展与产业相融发展。

此次推介会期间，中国生物制品年会、广州民族旅游产业博览会、中国零售商大会、中国化学会第34届学术年会等项目将于明年选址广州举办。

优化生态

“希望在广州举办更大规模的展会，或衍生其他类展会。”毕立君表示，广州不只是经济氛围好，这里是珠宝玉石的出口基地，具有行业引领的作用。

在北京博乾国际会展服务有限公司副总经理、联合创始人柏艳看来，广州不仅有软硬件营商环境，其近年来不断提升会展场馆、会议中心体系建设，为会展活动举办提供了创新模式下的保障。

今年9月，广州白云国际会议中心二期国际会堂建成运营。超过45万平方米的总体规模、智能化服务体系，成为该场馆吸引国际类会展活动项目的“杀手锏”。与此同时，今年举办的第134届广交会启用的广交会展馆四期——国际会议中心，其面积扩至6万平方米，满足“会+展”等各种类型活动的需求，弥补了广交会展馆会议空间不足的短板。

今年4月，在琶洲地区开通广州中心城区首个跨境水上客运口岸。截至目前，已累计运送出入境旅客量突破6万人次，日均客流量较运营初期增长约2倍。其一站式“海天联运”为展会客商提供了跨境水上客运新通道。

新政策提高入境旅游便利化

本报讯（记者 毛雯）在近日举办的2023中国国际旅游交易会期间，文化和旅游部在昆明举行了中国入境旅游政策发布会，外交部、国家移民管理局有关负责人介绍了近期采取的优化签证和提高入境旅游便利化政策措施。

外交部领事司有关负责人介绍说，为了给外国人来华旅游等活动提供更多渠道和便利，外交部调整外国人来华签证和入境政策，恢复实施单方面免签政策。持续优化签证办理体验，简化申请人办理签证手续，对符合条件的申请人临时性免采指纹。大幅优化外国人来华签证申请表，减少7个大项、15个子项填报内容，优化简化幅度达34%。逐步取消来华签证申请预约办理安排，目前有近百个驻外使领馆实现“随到随办”，并将于今年年底前基本实现全球驻外使领馆全部取消签证申请预约。此外，全球260个驻外使领馆持续畅通申办渠道，着力提高签证服务质量，签证申请人在大部分情况下可在任一签证申请地点递交签证申请。

国家移民管理局外国人管理司有关负责人介绍说，为服务保障国家高水平对外开放，便利中外人员往来，促进对外交流合作，国家移民管理局不断优化移民出入境政策措施。口岸签证政策方面，目前已在全国入境量较大的77个城市99个对外开放口岸开展口岸签证业务；过境免签政策方面，在所有对外开放口岸对各国公民实施24小时过境免签政策，在18个省（区、市）23个城市31个口岸对54个国家人员实施72/144小时过境免签政策；区域性入境免签政策方面，包括港澳地区外国人组团入境广东144个小时免签、东盟10国旅游团入境广西桂林144小时免签、上海邮轮入境15天免签、海南59国人员入境30天免签等。

AIIC 2023酒业创新与投资大会设置酒业新商节

■ 本报记者 毛雯

1月18日至20日，AIIC 2023酒业创新与投资大会在海南国际会展中心举办，主题为“大变局：突围与新生”。2000余人参加了开幕式，包括专家学者、产区政府人士、名优酒企代表、经销商及酒水产业链企业代表。

AIIC 2023由中国酒类流通协会、智海王潮传播集团主办，云酒智海承办。大会获得中国轻工企业投资发展协会、海南省工信厅、海南省商务厅特别支持，海口市商务局战略支持。

中国酒类流通协会会长王新国在开幕式上说，本次大会全新升级，在“一会一展一赛”的基础上举办首届酒业新商节，酒业大商新商齐聚，展示线上线下新的行业模式，共同研讨酒业未来。“从海口出发，打造酒业新愿景，进一步夯实酒业发展的根基，进一步推动酒业向健康、高质量、可持续方向迈进。”他说。

“海南经济韧性、活力、潜力正持续显现。”据海南省工业和信息化厅厅长刘立武介绍，五年来，海南各项经济指标向好，市场主体增速连续43个月位居全国第一，实际利用外资年均增速63%。今年1到9月份，海南对外投资达30.48亿美元，位列全国第七。

刘立武表示，海南的酒业市场是一个新兴市场。海南酒业市场规模在60亿元左右。其中，60%是白酒，30%是葡萄酒和啤酒，白酒、葡萄酒、威士忌这些酒类在海南发展潜力巨大。

20余平行活动、100多位主旨演讲嘉宾、2000多位参会嘉宾……面对瞬息万变的市场环境，本次大会做了全面升级。来自10多个国家和地区的500多家企业，使大会规模创新高。大会打造“论坛+展览+节庆+赛事”的会展架构，更加全面地呈现全球酒业发展现状，探讨酒业未来发展之路。

AIIC酒业创新与投资大会联合发起人，智海王潮传播集团总裁、合伙人谌立雄在接受采访时表示：“海南自由贸易港对于酒企的投资吸引力是多方面的。在创新的高地谈创新，在投资的热土谈投资。酒业创新与投资大会将继续探索行业新趋势，与万千新旧商共赴酒业新蓝图。”

会展新说

从参展企业营销策略看明年会展业发展趋势

■ 李伯文

今年开年以来，会展行业终于迎来了恢复性增长，很多展会的规模超越了2019年水平，创下历史之最。自下半年开始，因个别行业经历整顿，加上整体经济仍处于提振中，会展活动呈现过剩局面，一些项目遇到了招展招观的困难。笔者仅从参展企业营销策略入手，就明年会展业发展趋势做一些分析。

线下活动预算将进一步增加。客观来说，很多企业的市场营销预算并没有放开。一是家中“余粮不多”，必须控制支出；二是大环境持续低迷，需求增长缓慢，市场信心不足，企业只能选择谨小慎微的态度。

2023年，国内推出一系列稳健的财政、经济政策，加上“一带一路”、APEC等重要会议成功召开，中美、中日有望恢复正常的经贸交流，2024年的发展将获得巨大信心。

因此，有营销专家预测，2024年将是会展行业复苏的一年。随着企业对经济的信心不断提振，品牌方和客户、供应商等合作伙伴的交流也需要进一步增加。展会是聚集产业链上下游各方合作伙伴、深化合作的良好机遇，企业在线下活动营销的预算投资上将会进一步增加。

营销更注重投入产出比。这不仅仅是在营销端的改变，而是涉及全链条的改变。也就是说，企业将把营销费用重点投入到高利润、高销量的产品上，比如主打某一单品。同时，将更加注重展会选择，参加政府展还是参加区域性展会铺就市场，亦或是参加行业专业展挖掘潜在客户、拓展品牌影响力，企业将有一个较明确的方向。各个展会项目也应尽快明确自身的标签和定位。更为关键的是，要通过切实可行的运营模式，为参展商提供实实在在、看得见、摸得着的服务。

数字化进程将稳步推进。随着数字化转型的推进，各行业腰部以上企业大多开启了数字化营销转型，“降本增效”成果已经开始显现。2024年，人工智能在营销侧的应用将进一步增加，它们具备和传统营销活动耦合的能力。比如，经过营销数据治理及营销大模型的建立，配合自动化营销，将大幅降低营销成本，增加成交概率。2023年以来，逐渐冷下去的数字人、AIGC等元宇宙概念，可能将被默默用在短视频、直播及线下活动中，这些数字化能力将提升用户体验，激发企业创新活力。

面对展商的营销趋势，会展行业也应当做出必要的对策。一是坚持品效合一营销策略。一方面，多渠道组织实实在在的专业观众；另一方面，需要有更多触达提升品牌影响力，夯实行业地位。二是加快数字化转型、沉淀数据资产，必须购买或开发必要的营销系统、小程序平台等，在抖音、小红书等公域流量的抓取、各类私域平台流量的运营转化方面要尽快形成自动化营销体系。三是数字化进度快的会展活动项目，应尝试建立AI内核的贸易匹配平台，为参展商提供增值服务，开拓新营收模式。

（作者系北京雪行文化传播有限公司CEO）

李伯文

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处

广告
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

SIAL西雅国际食品展明年5月、9月举办

本报讯（记者 谢雷鸣）记者日前从SIAL60周年庆典暨2024西雅展启动发布会上获悉，SIAL西雅国际食品展将于2024年5月28日至30日、9月2日至4日分别在上海、深圳举办。据了解，明年展会的规模将超过以往，SIAL西雅展（上海）展会规模预计达20万平方米，SIAL西雅展（深圳）展会规模预计超过6万平方米。

SIAL品牌1964年诞生于法国，SIAL Paris西雅展（巴黎）已成为世界范围内规模最大的国际食品饮料展览会。以巴黎展为母展而建立的SIAL品牌遍布多个国家。SIAL品牌自2000年进入中国，现已形成上海与深圳双城双展的发展格局，主办方包括法国高美艾博展览集团、中国商业联合会、北京爱博西雅展览有限公司。中国商业联合会党委副书记、执行会长王民在发布会上表示，明年，中国商业联合会仍将发挥其在流通领域的平台优势，与SIAL西雅展一起持续助力中国食饮行业高质高效发展。

据北京爱博西雅展览有限公司董事总经理李悦介绍，明年双展期间，主办方将依托全球精准买家数据库以及MatchMe供需配对服务，计划完成超过2万组线上线下商务配对以及超过8000组精准现场配对，以海量客户资源全时促进贸易对接。

明年是中法建交60周年。法国驻华大使馆农业参赞周佳阳（Jo Cadilhon）在发布会上表示，中法建交60周年将为SIAL西雅展提供更广阔的国际舞台，希望SIAL西雅展能和法方一起持续发挥更大的桥梁作用，推动中法、中欧国际间经贸交流合作。

济南黄河国际会展中心将首迎大型展会

本报讯 11月23日，中国（济南）国际机床暨智能制造装备博览会将在山东济南黄河国际会展中心开幕。这是济南黄河国际会展中心（一期）落成后迎来的首个大型展会。

中国（济南）国际机床暨智能制造装备博览会以“智造联世界，起步向未来”为主题，规模达5万平方米，参展企业超过500家。展会期间将举办“智联万物、应用为王数字化高峰论坛”主论坛、工业“双碳”话未来研讨会等多场分论坛，举办以工业制造为主题的采购对接会、贸易洽谈会等十余场同期活动，邀请中外知名企业的代表参会，聚焦智能制造行业发展。 （卢一晃）