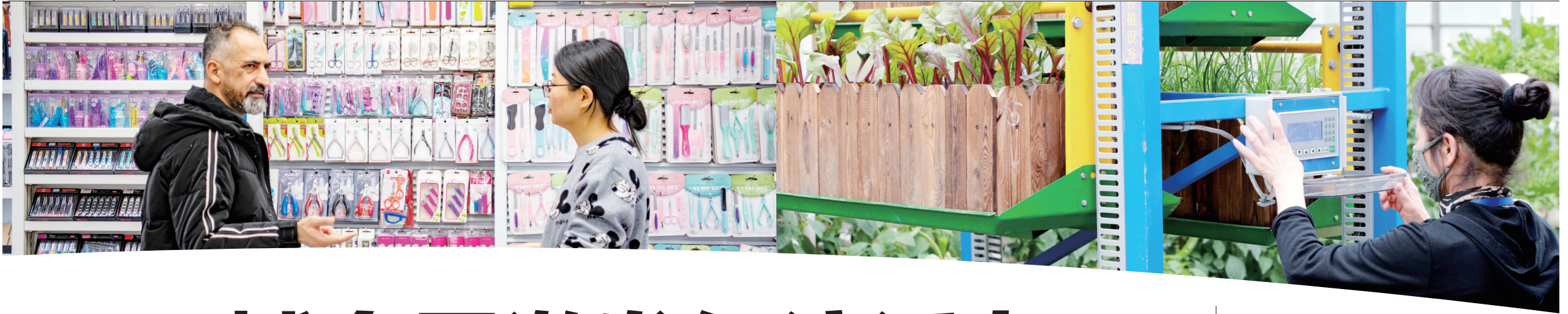




县域会展激发经济活力

■ 本报记者 马晓玥

近日在张家口崇礼区举办的中国(河北)国际冰雪旅游发展大会推出河北省14个设区市的重点体育产业招商项目,涉及城市路跑、滑冰场滑雪场综合开发运营、亲子研学、休闲运动体验等6个类别,总投资金额约453.78亿元。这即是展会与县域特色经济有效合作的新样本。

记者了解到,县域经济正在迎来一轮高质量转型,会展活动助力县域经济高质量转型发展。

县域会展通过丰富的主题设置和因地制宜的策划激发经济发展活力。县域普遍通过依托专业市场、借助本地资源等方式举办知名会展项目,推动优势产业做大做强,县域经济的高质量转型由此获得一个有力支撑。

记者梳理发现,目前,全国举办过知名会展项目的县城主要有以下几种:

一是依托专业市场,形成市场延伸。福建晋江是我国包装印刷产业基地和制造业聚集发达之地。据2022年晋江市印刷企业年度报告,晋江市印刷行业拥有从业人员超1.25万人,年度产值达66.34亿元。晋江的产业实力可见一斑。根植产业,晋江连续多年打造中国(晋江)包装印刷产业展览会,促

进产业链上下游融合发展。

二是借助本地资源,推动优势产业。山东寿光拥有全国最大的蔬菜批发市场,于2000年起连续举办中国(寿光)国际蔬菜科技博览会,已累计接待来自50多个国家和地区、3000多万人次的展商和游客。

三是促进产业发展,做生产性服务。浙江温岭拥有3000多家水泵、电机生产企业,从业人员超过10万人。从2006年开始,温岭连续每年举办中国(温岭)泵与电机展览会,实现县域会展的外部扩张。除了温岭,“机械之乡”河北东光、“毛衫之都”浙江濮院,“塑料之乡”安徽桐城,“丝网之都”河北安平等县级城市也通过会展活动充分发挥本地产业特色,吸引中外客商参加,成为县域经济腾飞的典范。

县域之间的竞争,从表象上看是环境设施、经济实力的竞争,本质上是县域影响力和城市内涵的竞争,是县域文化品牌的竞争。会展文化作为县城文化的一部分,与县域形象的提升和区位优势影响力的扩大息息相关。业内人士表示,县域城市根据实际情况,结合自身的比较优势和竞争优势,把会展文化发展作为

推进县域文化品牌建设的突破方向,能够推动经济发展。

县域会展经济发展也面临一些挑战。由于简单复制一二线城市的会展规划和设置可能存在投入产出不成比例的困境,因此,会展主办方需要依照县城城市的客观事实,具体结合本地产业发展情况,创新会展思维,摆脱依赖“依样画葫芦”的经验误区。义乌就提供了一种新思路。

中国义乌国际小商品博览会创办于1995年,规模已经远超许多地级市的同类型展会。义乌作为全球最大的小商品集散中心,拥有优良的会展设施,城市服务业发达,建有多条异国风情街,并配套各类外国风味餐厅。海关、商检、金融、保险、出入境管理、知识产权保护等配套组织齐全。同时,围绕打造世界“小商品之都”和建设国际陆港城市,义乌已形成“海陆空、铁路网、义新欧、义甬舟”多位一体的综合物流体系。义乌拥有发达的市场体系,独特的市场优势为会展经济的发展提供了广阔的舞台,众多卖家和买家群体为义乌会展业发展奠定了坚实的基础。会展产业的发展通过其自身的辐射力、渗透力和影响力,带动了义乌物

流、餐饮、住宿、旅游等相关产业的发展。由此可见,会展产业与其他产业互联、互动,能够产生良性的互动、叠加和极化效应。

此外,发展县域经济可以从“四全”角度进行布局,即鼓励全民参与会展、构建全域会展机制、组织全季会展活动、搭建全时空会展平台。通过会展业参与主体、所涉行业和地域范围、横跨时节等多角度主动适应变化,促进县域空间全年实现会展活动的多样性发展。在县域城市,冬季和夏季住往是会展活动的淡季,也是生产经营活动的休养期,比如海边的休渔和北方农村的冬闲。对此需要改变被动的思路,主动创造能够适应和利用季节条件的会展活动,如查干湖冬捕、长白山滑雪、哈尔滨冰雕展等。

县域经济和产业正在得到会展业界越来越多的关注。明年,2024年中国县域博览会暨中国县域产业发展大会(以下简称县博会)将在广州广交会展馆举行。本届县博会以“构建县域合作共同体,赋能县域高质量发展”为主题,将构建县域政策研讨、展览展示、产业合作、项目发布以及交流互鉴的全方位服务平台,赋能县域经济社会高质量发展。

今年恰逢共建“一带一路”倡议提出十周年。国家机制性会展活动、大型产业会展大都引入了“一带一路”题材展示。广交会、进博会、服贸会、消博会纷纷开设“一带一路”相关题材的会议论坛和展区。由中国主办或参与的“一带一路”共建国家专业性经贸展览会在扩大“一带一路”朋友圈等方面发挥了积极作用。

陆接八方

2023年9月6日,第六届丝绸之路(敦煌)国际文化博览会在甘肃敦煌举办。本届敦煌文博会开展了文化论坛、展览展示、文化贸易、合作交流等活动。敦煌是陆上丝绸之路的重要节点,借助文博会弘扬文化。文博会展世界文明交流融汇的灿烂成果,推动了世界文化遗产的传承保护,为推动“一带一路”建设、促进丝路沿线国家合作交流和民心相通提供了重要平台。

9月21日,第六届中国—阿拉伯国家博览会2023网上丝绸之路大会在银川举办。网上丝绸之路大会吸引了政府部门、国际组织、互联网企业、科研院所等机构的嘉宾,广泛涉及“互联网+”、北斗应用、新材料研发、信息通信等领域,涵盖生态农业、科技服务、交通水利等行业信息化应用,通过互联网项目融资推介会、云上签约、云计算和大数据应用展等方式推动企业、资本、技术的聚集。

11月16日,第七届丝绸之路国际博览会暨中国东西部合作与投资贸易洽谈会(以下简称丝博会)在古城西安举办。本届丝博会在广泛开展国际交流的同时,深入推进区域合作,达成一系列合作成果,涵盖现代农业、基础设施、装备制造、高新技术、轻工食品医药、节能环保、商贸物流、文化旅游八大领域。记者了解到,近年来,西安会展经济总量、规模以上展会数量、展会成交额等多项指标保持年均10%以上的增速。西安正在融入“一带一路”大格局,全面推进会展业创新发展,围绕大场馆打造会展生态圈,着力打造“一带一路”国际会展名城。

海纳百川

6月2日,2023广东21世纪海上丝绸之路国际博览会在广州举办。海丝博览会对加强广东与“一带一路”沿线国家和地区的联系,深化伙伴关系,促进区域文化旅游和经贸合作起到了重要作用。

广州作为海上丝绸之路重要节点城市,多渠道、多途径、全方位推动与“一带一路”沿线国家和地区的政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通,区域合作取得了丰硕成果。

近年来,广交会成为“一带一路”共建国家与中国贸易互通的重要平台,见证广东与“一带一路”贸易的蓬勃发展。许多参展企业与来自“一带一路”共建国家的采购商达成合作意向。目前,中国外贸结构多元化趋势愈加明显,许多企业正借力广交会,在“一带一路”共建国家市场中挖掘潜力。

9月16日,第20届中国—东盟博览会在广西南宁举办。本届东博会聚焦同东盟国家一道加强科技创新合作,把握变革新机遇,打造竞争新优势,设立智能装备、数字技术、先进技术、绿色建材与智能家居展区,集中展示绿色低碳技术和应用,助力“碳达峰碳中和”,促进区域绿色发展。



中国会展经济国际合作论坛即将举办

省贸促会、南昌市政府承办。

中国贸促会展览管理部部长邬胜荣表示,希望通过高质量举办论坛,推动中外交流、凝聚行业共识、促进开放合作,更好发挥会展业在扩大对外开放、促进产业链供应链稳定畅通等方面的平台作用,以会展业高质量发展更好服务中国经济发展和世界复苏繁荣。目前,论坛筹备工作进展顺利。

南昌市政府党组成员、副市长赵捷

表示,面对后疫情时代会展业发展面临的诸多困难与挑战,南昌市聚焦“引进一批全国展、打造一批产业展、培育一批消费展”的发展目标,坚持“主动引展、精心办展、强力宣展”。当前,会展已成为南昌又一张靓丽名片。

江西省贸促会党组成员、副会长朱晓燕表示,近年来,江西会展产业规模稳步扩大,品牌效应日益凸显。中国会展经济国际合作论坛首次江西南昌举

办,将为江西搭建一个沟通新理念、交流新技术、探讨新模式的高端平台,积极推进江西会展业高质量发展。

据南昌市商贸和会展服务中心主任胡星介绍,第十九届中国会展经济国际合作论坛专程邀请了一批会展界重要客商参会,南昌市将借此次契机宣传南昌会展支持政策,扩大城市影响力,吸引更多的头部会展企业及会展项目落地。

“消费提振年”成绩单:会展贡献多

■ 本报记者 谢雷鸣

商务部将今年定为“消费提振年”。全国各地纷纷举办消费季活动,以激发消费活力。会展活动是现代区域经济的“助推器”,在扩大市场消费、促进贸易合作等方面有重要作用,自然成为各地消费季活动的重头戏。

记者梳理发现,许多城市今年依托会展场馆举办诸多大型会展盛事,这些会展活动对消费升级起到了促进作用。主办方和组织者在展会中突出了“消费”这一因素,力求拓宽消费场景。一大批消费类展会更是直接瞄准了消费主题,力求激发观众的消费热情。

会展活动上消费唱主角

不久前,福建福州举办了第二届福品博览会。在海峡国际会展中心,福建省副省长王金福,福建省商务厅党组书记、厅长黄河明等嘉宾出席了“全闽乐购·福品跨年购”暨第二届福品博览会促消费启动仪式。福建省商务厅、省文旅厅在仪式上分别发布了2023年年终促消费工作安排、释放旅游消费潜力促进文旅经济高质量发展政策举措。

据悉,为全面落实商务部“消费提振年”部署安排,第二届福品博览会配套以政策融合消费,推动“福”消费全域铺开,举办活动包括肯尼亚市场专场推介会、福品推介暨一刻钟便民生活节启动仪式,并开启第二届福博会专项消费券等促消费活动。

今年以来,纵观全国,像第二届福品博览会这样侧重消费的展会数不胜数,展会的带动效应逐渐显现。

济南市政府新闻办12月19日举办的“加快服务业高质量发展”主题系列发布会第4场称,济南今年围绕重点消费领域策划组织举办重点促消费活动500多场次,打造“531乐购月”“101惠享季”两场标杆性消费节庆,形成省市区联动、千企万店参与、贯穿全年的促消费活动体系。

天津市围绕培育建设国际消费中心城市等重点任务,在“京津冀消费季”“2023全国消费促进月”“踏青消费月”等



时间段着重举办了一系列活动,促进各类消费市场回暖。依托国家会展中心(天津)和梅江会展中心,天津举办了春季碧海钓鱼产业博览会、中国国际软件博览会、中国北方国际自行车电动车展览会等。

盛夏是消费季活动举办的热潮期。各地的消费季活动引导商贸企业把握夏季“热经济”机遇以增加效益,满足居民消暑避暑、休闲旅游、夜间消费、欢度暑假等多元消费需求。这些活动的重要组成部分是节庆,大多采取“政府搭台、企业唱戏”方式,通过购物节、商贸市集等形式提升人气,塑造地方特色消费品牌。比如,重庆各区县在2023“爱尚重庆·仲夏消费季”期间组织“不夜生活节”,开展200余场促销活动。

以展会促消费,政策助力多多。一些城市今年积极出台相关办法,彰显会展经济在稳增长、促消费中的重要作用。武汉市就出台了《武汉市会展业发展专项资金管理办法(试行)》,奖励消费展,用近年来最大支持力度助力国际消费中心城市和国家会展名城建设。武汉市商务局会展处负责人介绍说,办法首次将大中型消费展纳入补贴范畴。

消费类展会提供创新和发展动力

今年出现了一大批以消费为主题的展会。这些展会多为首创、首届,将提振消费信心、繁荣消费市场、推动消费升级作为目标,为消费行业带来更多的创新和发展动力。

首届中国(沈阳)国际消费品博览会(以下简称沈阳消博会)即是其一。在沈阳国际展览中心,十二大特色主题展区聚集了近万种国内外商品,中船重工(沈阳)抗微生物科技有限公司等15家辽宁省国际商会的合作企业和会员企业免费参展。

9月22日至24日,2023江西省首届消费品博览会在南昌绿地国际博览中心举办,推介“江西造”精品。其中,一批文旅机构在文旅展示区借力文创产品、旅游景点线路、非遗展示等方式宣传推介,力求在中秋节、国庆节掀起旅游热。

西部地区也举办了多场消费主题展会。陕西省商务厅和西安市政府联合主办的2023西部消费精品博览会以“共享发展机遇、共创美好生活”为主题,举办了2023西部消费精品博览会、“盛世长安”精品消费节、精品消费直播带货周等

活动。这是西安市首次举办的中高端消费品博览会。

主办方力求放大展会对促进消费的推动作用,采取“线上销售+线下展示”模式。其中,“盛世长安”精品消费节联动西安各大商业圈,在西安市大型商场及大型连锁超市推出专场促消费活动,2023精品消费直播带货周借助直播经济帮助品牌“花式出圈”。

兰州市也举办了西部国际消费品博览会。该展会于10月19日至22日在甘肃国际会展中心举办,主题为“共抓新机遇 共促新消费 共创新生活”。兰州市商务局相关负责人称,博览会立足西北、辐射全国,是兰州促消费、稳增长、推动高质量发展的实际行动。兰州借助展会平台,充分发挥会展经济功能作用,精准发力招强引优,提质传统消费,培育新兴消费。

国际精品荟萃、满足消费者“一站式购全球”需求,是2023重庆国际消费品博览会暨遇见巴蜀·国际融合采洽会的最大特色。展会同期举办了南岸国际购物节消费促销活动,包括乐购潮品、乐享美食、乐惠生活、乐赏夜色等主题单元。“消费”同样成为重庆国际消费品博览会的关键词:成渝两地联动特色中古店、潮流买手店,配套开展沙龙分享、行业赛事,掀起潮流消费热潮。

全国范围内不乏细分领域的消费类展会。武汉今年就举办了体育消费博览会。从智能健身房、户外运动体验区到智能科技、电子竞技展演,2023武汉体育消费博览会吸引了140多家参展企业。以武汉体育消费博览会的举办为契机,武汉正式启动了2023武汉体育消费周,涵盖体育招商大会、体育与城市发展峰会、武汉马拉松、两江四岸灯光秀等活动。

“举办2023武汉体育消费周活动,旨在进一步激发体育市场消费活力,抓住体育消费趋势,创新体育消费场景,打造武汉体育消费新IP,实现体育为经济赋能。”武汉市体育局党组书记、局长雷利军说。