

亲历与见证 2023年会展赋能经贸提质升级

编者按:2023年,本报《会展大咖说》栏目刊发了46篇文章,21位作者分别从复展促进国际经贸合作到国内发展战略、泛区域经济趋势到县域市场洞察、行业标准升级到技术迭代、团队协同运营到捕捉市场机遇,为会展主体快速适应新商业下的无界生态给出不同视角的解读和分析,在经济乍暖还寒时候,只有适时调整预期,心平气和地接受低增长,调整心理落差,才可能发现新经济市场中蕴藏的新蓝海。

本版编写 本报记者 兰馨
(排序不分先后)

促进与溢出效益 篇

赋能社会经济加快复苏

会展活动回暖,彰显中国经济的全面复苏和景气。会展是推进国家战略、促进投资贸易、推动科技文化交流、拉动消费、丰富人民生活的重要平台,在经济、社会发展具有重要作用,推动经济转型升级和产业升级优化的重要载体。

提升产业链供应链效能

首届中国国际供应链促进博览会作为全球首个以供应链为主题的国家级展会,诠释了会展助力产业链、供应链运转效能,提升价值链功能和作用。会展也是一种介质,提升产业质级,优化产业结构,增加产品、服务附加价值,带来价值链提升。

助力“一带一路”共商共建

近年来,除常年在境外举办的展会外,不少境内品牌展走出国门、在海外举办。东南亚、中东、中东欧、拉美及非洲等“一带一路”国家和地区成为首选国家和地区。展会“走出去”,开辟了会展服务国际交往合作的新途径,为国内企业挺进国际市场、中国优势产能跨国界投资合作以及当地经济社会发展和市场活跃提供了新动能。

重塑大会展新生态外延价值

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至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。在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。当下,各类会展、文旅、节赛、市集等活动,形成新经济下的大会展新生态。

推动服务贸易更高质量发展

会展业既是我国现代服务业的重要组成部分,也是关联所有产业的先导型和平台型产业。特别是在促进服务贸易高质量发展上,会展业展现其独特的作用和强大的爆发力。近年来,以会展促进服务贸易发展迈出了坚实步伐。粤港澳大湾区服务贸易大会开启了在区域层面举办服贸会的先河。

促进产业链供应链创新发展

会展不仅为城市带来“流量”,增强城市竞争力,也通过新技术、新产品和新理念的交流催生新兴产业业态。会展是链接生产与消费、供给与需求的重要桥梁,具有聚合经济、流量经济、平台经济等功能。会展不仅是服务于行业的产业,也是服务于城市发展的产业。

县域会展迈入新赛道

县域城市主要分为县城、城镇与乡村三个空间,且在其发展基础、阶段及水平上展现高度的差异化。发展县域会展,要通过空间再塑、内容挖掘和模式创新,探索出一条具有区域独特性的会展业发展路径,合理利用县城、城镇和乡村具有个性化的空间,运用“四全会展”策略和“会、展、节、赛、演”的多元形式,为新型城镇化建设构建会展的特色化平台布局。

中小城市会展业升级路径

许多城市已经意识到,中小城市与中心城市相比在经济规模、城市知名度、资源支配能力等方面仍有较大差距,过去简单模仿中心城市会展业的“道”行不通,但又找不到符合自身发展的“路”。中小城市会展业仍是一片“蓝海”,尽管目前还面临许多发展困难,但如果更多人关注并为其提供政策支持、智力支持、资金支持、项目支持,就将进一步推进中小城市释放会展业的潜力,使其迎来更好的发展机遇。

发展产业经济的重要推手

会展一头系着生产,一头牵着市场,在产业经济中可以构建市场关联、服务内外贸易、优化资源配置,其核心作用是深化专业分工、促成规模化合作,对信息传播、市场营造、技术推广和创新发展也具有十分重要的作用。

会展业的回暖,打通了贸易、投资、消费通道,对于各地经济复苏起到了振奋人心、稳定市场的作用。

——方向东

标准化提升 篇

提升国际贸易便利化

第六届进博会,标准化元素成为新看点,即进博会运营中的标准化、进博会论坛中的标准化、进博会中国馆中的标准化。在中国馆展览板块的“积极参与全球经济治理”部分,三项ISO国际标准以实物展示方式亮相,这是进博会中国国家馆首次展示我国的国际标准化成果。

ISO会展国际标准化发展与演变

国际标准化组织旅游与相关服务技术委员会(ISO/TC 228)公布编号为“DRC 247/2023”决定,将ISO/TC 228/WG 20工作组名称由展览与会议(Exhibition and convention)更名为展览与活动(Exhibitions and events),标志着国际标准化组织(ISO)会展国际标准化进入3.0阶段。这为中国更好地参与和推动展览与活动领域的国际标准化提供了广阔空间和实现路径。

职业培训与多元评价体系

职业培训是会展人才培养的另一种有效供给方式。首先,国家职业分类调整完善会展职业工种体系;其次,政府部门改革创新多元技能人才评价方式;最后,社会化职业培训与评价丰富会展人才供给。

——姚歆

出境展功能价值 篇

鼓励出境自办展助企拓市场稳订单

当前,中国企业海外参展缺乏主场优势,大展、要展展位不足,拓市场稳订单面临被动和激烈竞争局面。

实践证明,许多企业海外参展,不如一个企业海外办展。因为一个展会就是细分市场的“一条船”,上面可以搭载成百上千的中企产品。中国制造要走向世界,中国展会才是真正物美价廉、安全可靠的市场化平台。目前,会展目的地各国的大展要展展位紧张,如此,当前刚好成为我国出境自办展的有利时机。亟须抓住机会窗口,加强政策引导、社会各方发力,让出境自办展红火起来。

——张敏

出境自主办展进入全新时代

2023年,出境展成为“稳外贸、拓市场”的有效手段。

实践证明,加大出境自办展力度的这一做法,能够帮助外贸企业更好地锁定目标市场并获取订单。从推动外贸企业“走出去”,到中国专业展览主办方“走出去”搭建自办展平台,中国外贸正在形成高质量发展的创新服务业态。

——潘建军

亚洲地区为出境展主要市场

今年上半年,亚洲地区仍是我国出国办展的主要市场,主办方赴亚洲、欧洲、美洲和大洋洲、西亚非洲等五大地区出国办展项目的占比分别为35%、23%、10%、22%、10%。单独办展项目一半以上集中在亚洲地区。

——李保尔

中俄跨境贸易的双向奔赴

2023年上半年,在俄罗斯的建筑、家居消费品、电子、安全、运输和物流、包装印刷与纸业等15个领域的专业展览项目中,中国企业参展占比较大。

中国参展企业的表现刷新了主办方的认知,也成功地吸引了俄罗斯的专业买家,得到各国参展商的关注。在当前环境下,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。

——米亚赛·吐尔逊



方向东
天津建大副教授
IAEE国际培训项目讲师、评审



姚歆
国际标准化组织展览与活动工作组(ISO/TC 228/WG20)召集人
中国贸促会商业行业委员会秘书长



张敏
上海会展研究院执行院长
上海大学教授、博导



潘建军
米奥兰特国际会展董事长



李保尔
浙江省贸促会原展览部部长
浙江省会展智库专家



米亚赛·吐尔逊
俄罗斯ITE展览集团中国区总经理



储祥银
中国会展经济研究会首席研究员对外经济贸易大学教授、博导



姜淮
中国会展经济研究会常务副会长兼秘书长



刘松萍
广东会展组展企业协会会长
广东省会展业标准化技术委员会主任委员



梁洁
南京市贸促会(会展办)会长



朱飞跃
中国会展经济研究会中小城市会展业发展研究中心、县域会展经济专业委员会主任