

各地发布计划鼓励企业参展

■ 本报记者 谢雷鸣

一年之计在于春。当前，各地商务部门纷纷发布计划，鼓励企业抢抓境内外展会机遇、深耕市场，推动外贸稳增长、优结构，力求稳外贸、稳外资、扩消费。一些省份举办商务活动，希望借助展会推动经贸合作，推介营商环境，力争春季开好全年新局。

3月10日，第29届中西部(合肥)医疗器械展览会在合肥闭幕。本届展会吸引了千余家医疗器械企业参展，医疗类展品达2万余种，展会规模超过3万平方米，展品涵盖医学影像、手术室急救设备、智能医疗机器人、康复治疗等领域。本届展会奏响了合肥新的一年会展经济加速发展的“冲锋号”。

据了解，为打造众多“本地人常去、外地人想来”的消费新场景，合肥今年继续挖掘优势产业，推动“会展+论坛+投促+产业+文旅+消费+N”深度融合，全年谋划举办会展活动700多场。

合肥市商务局相关负责人表示，合肥通过优化展会结构，不断放大展会溢出效应，实现从“展会活动”向“展会经济”转变，力争全年展会综合收入突破千亿元。合肥今年一大重点展会是2024合肥国际新能源汽车展，目标是成为全国A级新能源汽车展。

合肥市商务局还致力于帮助外贸企业拓展海外市场。截至目前，合肥精创、合肥特丽洁等30多家当地企业已参加包括德国法兰克福春季消费品展览会、西班牙马德里能源与环保展览会、迪拜医疗器械展览会在内的30余场境外展会。合肥市商务局相关负责人透露，合肥将深入开展“徽动全球”出海行动，广泛宣传200余场重点境外展会，围绕汽车及零部件、先进光伏及新型储能、家电、高端装备制造等合肥市重点外向型产业，组织企业参加境外知名展会。

安庆市围绕“打造长三角会展名城”这一目标，主动对接专业展会项目，扩大安庆会展品牌的知晓度，将在办好汽车零部件、印刷业、绿色包装等专业展会和消费展会的同时，积极参加会展业内交流活动，加大展会推介力度，确保完成“举办各类展会10场以上”的任务。

江苏南京市商务局也在行动中。南京市商务局不久前组织60余家企业赴沪参展了第32届华东进出口商品交易会。展会期间，南京市商务局的工作团队走进苏豪集团、玺丞控股等南京参展企业的展位，了解企业需求，拟为企业提供更加精准服务。南京市商务局相关负责人介绍，今年南京市商务局将实施新一轮贸易促进计划，鼓励企业参加华交会、广交会、进博会等重点展会及百余场境外展会，深耕欧美日韩等传统市场，拓展“一带一路”等新兴市场。

江西南昌市商务局也将鼓励企业参加境内外展会列入工作计划中。目前，境内外知名展会被列入2024年南昌市商务局重点组织展会清单。清单上的展会遍及50多个国家和地区，包括美国国际消费电子展览会、德国柏林国际消费电子及家电展览会、德国慕尼黑全球智慧能源博览会、俄罗斯国际医疗设备展览会等知名展会，行业涵盖汽车及配件、新能源、电子消费、医疗器械、纺织服装、建材、医药原料、五金工具等领域。南昌加大对外贸企业参加境内外展的支持力度，鼓励企业采取“线上+线下”“境内+境外”等形式参加各类境内外展会，对符合一定要求的参加企业给予费用补贴。

四川乐山市商务局将目光瞄准了消费领域。近日，乐山市商务局副局长邹宏、市文化广电旅游局机关党委书记王英男在做客《乐山日报》《新闻会客厅》栏目时表示，乐山今年将围绕消费做好会展活动。具体来说，乐山市将策划中国(四川)

国际熊猫消费节乐山分会场、乐GO嘉州消费季、嘉州国际汽车展、乐山城市节等系列活动，筹办全市文旅发展大会、第十一届四川国际旅游交易博览会、四川省第十五届(夏季)乡村文化旅游节等活动。春季商务活动成为一些省、市招商引资的重要途径。在这些活动中，主办方和参与者希望借助会展活动来帮助企业拓展业务、增强区域经济发展活力。

不久前，河南省在香港、澳门举办了春季商务活动。河南省商务厅厅长王振利表示，港澳地区是河南省重要的贸易伙伴和外资来源地，希望通过港澳向世界展示河南形象，吸引外商关注河南、投资河南。在澳门期间，河南考察团重点调研了澳门会展业、酒店产业等领域。中央驻澳门联络办相关人士欢迎河南用好澳门展会平台，充分展示河南元素，让澳门成为河南企业、中原文化走向世界的窗口。

展现世界 展示精彩

中国国际展览中心(集团)有限公司

信息集结号

中国家博会展览规模创新高

本报讯 第53届中国国家博览会(广州)将于3月18日至21日、3月28日至31日分两期在广州琶洲举办，全面启用新落成的广交会展馆D区，展览面积达85万平方米，使用91个展馆，参展品牌超4000家，同比2019年的历史高位76万平方米增加11.8%，创下规模新高。

中国对外贸易广州展览有限公司总经理刘晓敏介绍，3月18日至21日举办的民用家具展以“新局”为主题，体现了两大方面的“升级”：一是扩馆升级，使用广交会展馆A、B、C、D区和保利世贸博览馆共46个展馆，展览面积约43.5万平方米，规模相较于2019年增加约3.5万平方米，增幅为8.75%；二是布局升级，调整餐客厅题材至广交会C区和保利世贸博览馆，同时打造户外家居展区、饰品家纺展区独立专区并分别调整至广交会B区和D区。(黄士)

双城时尚周促产业交流

本报讯 2024深圳·米兰双城时尚周将于3月19日至22日在深圳举办。该时尚周是深圳、米兰文化交流和产业合作的全新尝试，福田、南山、龙华三区将结合各区时尚产业发展优势，积极链接国际时尚资源，协同打造三大活动板块，全力推动时尚产业双招双引和商业落地。

深圳市南山区委常委、宣传部部长王远辉在发布会上介绍，本次深圳·米兰双城时尚周活动，南山区聚焦产品设计和品牌文化两个高附加值要素，一方面支持成熟的国际知名品牌进驻，同时引领时尚发展方向，另一方面以双城交流为契机，致力于发展国际新锐品牌展示与原设计师品牌孵化、发展时尚产业格局。本次南山区聚焦于作品、人才和时尚地标，策划了新锐时尚双城交流展、时尚沙龙、时尚巡礼、云端秀场等不同形式的活动。(段琳筠)

中国国际汽保汽配展聚焦绿色发展

本报讯 AMR中国国际汽车维修检测诊断设备、零部件及美容养护展览会(以下简称“中国国际汽保汽配展”)将于3月20日至23日在国家会展中心(天津)举办，本届展会预计将吸引超过1200家海内外参展企业同台亮相，整体展示面积达10万平方米。

中国国际汽保汽配展由中国机械国际合作股份有限公司与法兰克福展览(上海)有限公司联合主办。本届展会将顺应行业绿色及可持续发展趋势，全面围绕“可持续高质量发展”主题，精心打造各大产品板块、主题专区及同期活动，着力展示后市场创新技术、产品及服务。(王宁)

潮汕服博会打造沉浸式秀场

本报讯 第三届CTGE潮汕国际纺织服装博览会(以下简称“第三届服博会”)将于3月28日至30日亮相汕头博览中心，以“三生万物”为主题，通过系列活动向全行业展现一个国际化、专业化、集群化、规模化的纺织服装行业盛会。

在去年12个产业集群组团参展的基础上，本届潮汕服博会继续聚集了来自义乌、东阳、诸暨等全国15个贴身服饰及针织产业集群，目前已有800家展商报名参展，展会规模将达10万平方米，设有家居服、面料、设备、电商等12大主题场馆，展商参展范围涉及家居服、调整型内衣、袜子、面料、辅料、纱线等全产业链。本次展会将在行业首创“前展后厂”“日夜直播”模式，在行业内开创性采用3000平方米超大圆形秀场，打造沉浸式秀场。(赵映光)

智慧城市建设迈向创新发展新时期

■ 本报记者 钱嘉

智慧城市建设已成为城市发展的重要方向。随着人工智能、物联网、元宇宙等前沿技术和数字经济的发展，智慧城市发展获得关键推动力。在“2023年全球智慧城市大会·长沙”上，与会嘉宾普遍认为，可以借助数字经济的力量，更加有效地推进智慧城市建设，为城市带来更高效、更可持续的未来。

随着智慧城市建设这一话题讨论的深入，有关展会也获得广泛关注。其中，由中国信息协会、中国通信工业协会、广东省信用研究会等单位联合主办的2024新型智慧城市建设成果博览会将于6月5日至7日在广州举办。该展会将集中展示中国智慧城市发展的最新成果，宣传中国智慧城市解决方案创新案例，并充分展示最新数字经济成果，涵盖数字社会、数字政府、数字治理、数字城市等诸多领域，涉及智慧环保、智慧园区、智慧交通、智慧工厂、智慧工地、智能建筑、智慧医疗、智慧教育等行业。

知名智慧城市项目管理专家王健日前告诉记者，智慧城市领域的技术研究需要不断突破技术壁垒。其中，“基于物联网和云计算的智慧城市环境监测和资源管理系统V1.0”和“基于智能感知和智能展示技术的智慧城市环境安全监控和预警系统V1.0”为智慧城市建设的发展夯实了数字底座。

王健介绍说，前者为智慧城市的环境监测和资源管理带来了全新变革。该系统应用物联网手段和技术实时感知环境质量、污染排放、环境业务过程等信息，构建全方位、多层次、全覆盖的生态环境监管网络，推动环境信息资源高效、精准地传递。该系统基于云计算平台，支撑污染源监控、环境预测预报、公众参与等环保业务的全程智能监管，全面提升城市生态环境管理精细化、高效化和智能化水平。该技术成果在广西、安徽等多地的智慧环保建设中进行了应用。

后者为城市的公共安全管理带来了创新的解决方案。该系统通过智能感知设备和高清摄像头的联动，结合智能分析算法，实现了对城市公共空间的实时监控和异常行为的识别。一旦发现异常情况，系统能迅速发出预警信号。这种智能化的公共安全管理手段，可解决城市安全管理中的信息滞后、资源分散等问题。该技术成果在内蒙古、吉林等多地的智慧园区、智慧环保建设中进行了应用。

王健认为，技术贡献为智慧城市的技术融合与运营实践提供了可参考性的创新方向，为未来智慧城市的可持续发展提供了新思路。智慧城市建设作为一种以数字化、智能化为主要驱动力的新型城市发展模式，既是对传统城市发展模式的革新，也是推动绿色转型发展的重要举措。



“二月二”龙头全国舞龙大会3月10日在河北省秦皇岛市山海关区龙头景区举办。活动以“盛世龙腾、山海同庆”为主题，开展年俗特色浓郁、群众喜闻乐见、线上线下融合、文旅联动增效的舞龙大会。来自15省市舞龙队及各地的非遗表演轮番上演，包括河北昌黎地秧歌、河北井陉拉花、河北沧州舞狮等，让现场游客沉浸式感受多彩非遗之美。中新社发 仲伟铭 摄

北京建博会新技术新成果竞相绽放

第33届中国(北京)国际建筑装饰及材料博览会(以下简称“北京建博会”)日前在北京中国国际展览中心(新馆)举办。本届展会以“全品类定制，全链路打通”为主题，规模达12万平方米，吸引了来自意大利、德国、俄罗斯、澳大利亚、加拿大、韩国、阿尔巴尼亚、新西兰等20多个国家和地区的建材贸易商和专业人士参展参会。纳萨克、克力宝、银丰芦荟瓷等企业带来了最前沿的建筑装饰技术和材料，以实际行动诠释展会“立足华北、辐射全国、放眼国际”的品牌地位，彰显了“国际化”。

本届北京建博会汇聚了众多家居建材行业的优秀企业，从全屋整装到集成吊顶，从新型建材到集成电器，全产业链品类新品、新技术、新材料同台竞技，共绘行业未来趋势潮流。

记者在展会现场了解到，今年北京建博会上的参展企业可谓“南北融合”，既有总部在北方的品牌，也有不少粤系品牌，还有浙系品牌等等。从今年展会上参展的展品不难看出，智

能化和“绿色环保”依然是主线。

展会上，北方品牌的爱家高定带来了其准分子肤感板等新品；兰舍墙面定制展现了其全品类健康墙面产品；万师傅的数字化和智能化技术为整家定制服务带来新赋能；莫干山板材带来的ENF级环保板材很好地定义了其“生态家居美学”，以植物作为点睛之笔，在有限的展位空间里，设计师采用轻盈杜邦纸进行装饰，以“竹子”做点缀，突出东方美学设计理念，打造一个雅致、细腻、自然的展馆空间，给参展观众带来了全新的参观体验；北京金雕展出全新智能家具生产设备和整体解决方案；桃空间推出环保实用的PET吸音板和屏风系列；巴迪斯带来了“顶墙柜一体实用方案”等。他们的精彩展示，让观众领略到了家居建材行业的最新趋势。

记者从组委会处了解到，本届北京建博会尤为注重创新，围绕智能生活方式展出多种智能产品，重磅推出了首届“创居奖”和“2024中国家居新品潮流趋势大典”，鼓励、奖励在行业

有突出创新的个人及企业，让创新成为大家居行业迈向高质量发展的强引擎，也让参展观众有机会近距离接触到最新的家居产品和设计理念，感受潮流趋势的引领力量。

记者获悉，当下已有越来越多家居企业通过开展设计沙龙、设计大赛等方式与设计师群体建立起连接。2024北京建博会中推出的首届“创居奖”和“2024中国家居新品潮流趋势大典”，鼓励企业和专业群体推动产品创新，让设计造就潮流，让趋势引领未来，也为参展观众带来更多与专业观众交流互动的机会。

业内人士表示，从整个产业链来看，北京建博会涵盖了以木工设备为代表的上游产品，以门窗、集成电器、定制家居、橱柜、智能家居为代表的中游产品，以整装、整家渠道为代表的下游产品，顺应了家居产业链上下游品类的融合趋势，让参展观众能够对家具全产业链的细分品类实现“一站式观展”，并更高效地连接企业和买家之间的需求。(胡心媛)

“沉浸+”为会展业发展提供新思路

■ 本报记者 朗月

近年来，我国文旅市场快速发展，沉浸式文旅产品越来越受游客喜爱。在北京、上海、杭州、武汉、成都等重点旅游城市，“沉浸式”成为游客搜索旅游产品的热词。日前，文化部、国家发展改革委、工业和信息化部公布了第一批全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点项目名单，共有42个项目入选。这些名单中囊括了沉浸式夜游、沉浸式展览展示、沉浸式演艺、沉浸式主题街区等多种类型，引领全国智慧旅游沉浸式体验新空间的产业化、标准化、规模化发展，为文旅产业转型发展提供新思路。

文化和旅游部相关负责人表示，智慧旅游沉浸式体验新空间，是指依托旅游景区、度假区、休闲街区、工业遗产、博物馆等场所或相关空间，运用增强现实、虚拟现实、人工智能等数字科技，并融合文化创意等元素，通过文旅融合、虚实结合等方式，让游客深度介入与互动体验而形成的一种旅游新产品、消费新场景。

记者在梳理首批42个入选项目时发现，沉浸式文旅项目不仅仅

为这些人选城市的文旅市场带来了热点，也对城市会展业的发展有着启发和促进作用。

沉浸式体验频出圈

文化赋能，沉浸式体验新空间在全国各地开花，为游客提供了兼具艺术性和新奇感的旅游体验。首批42个入选项目，不少早已“出圈”。如，在西安“长安十二时辰”主题街区，游客们梦回大唐，饱览“火树银花不夜天”的盛唐美景；在山东尼山圣境，无人机托起承载着美好愿望的数盏孔明灯飞上高空，游客们诵读《论语》，感受儒家文化的博大精深；在河南清明上河园，游客们在IMAX巨型球形屏幕前360°感受传世佳作《清明上河图》，穿越千年历史画卷，一览宋代盛景……

各地博物馆纷纷推出沉浸式体验项目。中国共产党历史展览馆运用增强现实、虚拟现实、人工智能等前沿技术，全景复原了红军长征途中血战湘江、强渡乌江、飞夺泸定桥等场景，游客可以以“红军战士”的身份融入其中，切身感受当年的雨

雪风霜和枪林弹雨。在新疆维吾尔自治区博物馆上演的文物活化舞台剧《千年之语》，让游客们穿越时空，欣赏丝绸之路各民族交往交流交融的盛景。

颇为注重技术运用的还有江西“南昌VR主题园智慧旅游沉浸式体验新空间”。该项目引进了45项国际顶级VR体验设备，其中包括波音飞机模拟驾驶舱、滑翔项目slide VR。通过冒险、穿越、运动、对战等多主题、多场景的VR体验，将游客带进虚拟世界。

数字大屏上，汉字“雨”缓缓飘落，轻轻触膜，汉字散开，空间内“下起大雨”……北京朝阳大悦城内的teamLab无相艺术空间，让很多游客感觉身临其境。在近1万平方米的空间内，森林、海洋、天空等元素艺术化再现，30多个互动解构空间作品组成一场“探秘宇宙之旅”，让这里成为北京文旅市场的热门目的地之一。

“沉浸式体验新空间利用数字技术拓展了认知空间，构建了新型的故事讲述方式，展现了文旅消费的新场景，创造了新产品，形成了新

业态。”首都经济贸易大学旅游研究中心主任蔡红看来，“沉浸式体验新空间体验满意度和好评率很高，极大地刺激了消费，促进了文化产业和旅游经济的发展。”

“沉浸+”推动产业发展

推动旅游市场快速发展，文旅融合是当前的明显趋势，沉浸式旅游通过挖掘、提取、展现优秀传统文化，实现了文旅深度融合，丰富了旅游内涵。

武汉星月文化旅游开发有限责任公司副总经理徐维华认为，沉浸式文旅发展有两大趋势：一是业态集群化。以沉浸式的方式赋能文化景区、文化街区及文化园区，与餐饮、住宿、旅游、购物和娱乐等行业相关要素的创新相结合，使原本独立的旅游消费点形成组团化、规模化结构。二是旅游立体化。更多新技术的广泛应用，将给体验者带来多维度、全包围式、交互感强的体验。

在会展业中，沉浸式的展览也同样如此。专家指出，与传统实体展览相比，沉浸式展览无需搭建实体展馆和展台，降低了展览成本。还能增强

互动体验；沉浸式展览允许观众与展品进行互动，提高了观众的参与感和体验感。与此同时，由于不受时间和地点的限制，沉浸式展览可以吸引更多广泛的观众群体，包括无法亲临现场的观众。与传统实体展览相比，沉浸式展览更加环保可持续，减少了实体材料的使用和浪费。

业内人士表示，“沉浸+”正逐渐改变我们与世界互动的方式。首批全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点名单的公布，有助于充分发挥行业内的引领示范作用，带动沉浸式旅游等旅游新业态、新体验更好发展。文旅企业应紧跟消费趋势，打造更多样化、高品质的沉浸式旅游产品，激发文旅消费更大的潜力。“沉浸+”结合了虚拟现实、增强现实和3D建模等技术，为观众创造了一个全新的沉浸式体验空间。从艺术、文化到教育、商业等领域，沉浸式的应用场景不断拓展，为人们带来了前所未有的观赏和学习体验。随着技术的不断创新和普及，“沉浸+”将在未来持续发展壮大，成为我们生活中不可或缺的一部分。