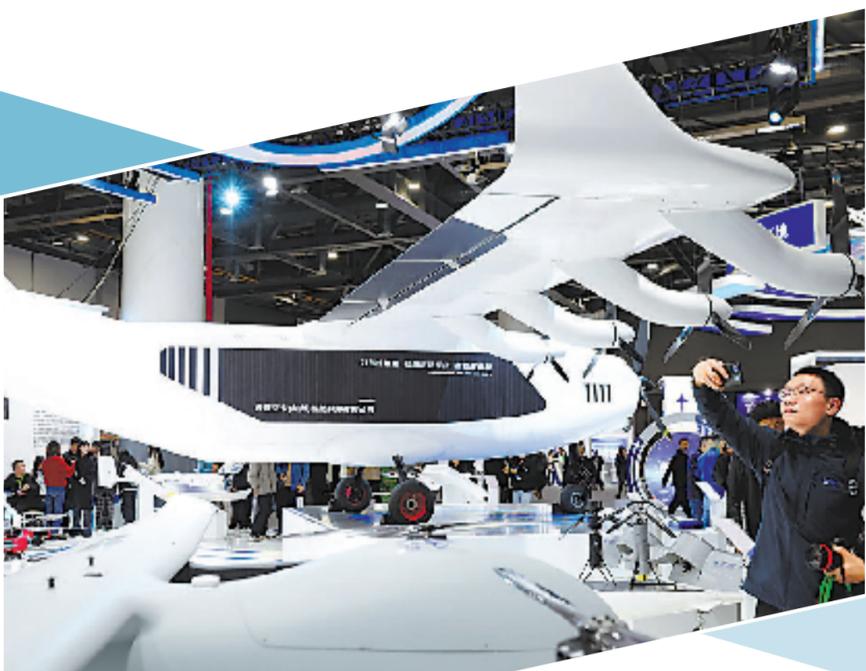


浙江发力会展经济 打开会展窗口 捕捉市场风口

本报记者 拜喆喆 吴丽燕



第六届浙江国际智慧交通产业博览会日前在杭州国际博览中心举行。图为展出的全球首款吨级混动货运无人机天目山三号。

本报记者 董旭明 魏志阳 实习生 裴宇宇 摄



在杭州举办的第三届全球数字贸易博览会上,来自广东省的爆款IP英歌舞机器人在表演。

新华社发



第二届“良渚论坛”在杭州举办期间,与会外国作家参观良渚博物院。

本报记者 杨佐零 俞碧莹 毛艺蓉 摄

办好一个展 带活一条链 县城切入新赛道

一端连着产业,一端连着市场。浙江不少县域城市,近年来也逐步切入会展产业这一新赛道。

前不久,由中国会展经济研究会主办的2024中国会展城市产业合作大会暨会展城市竞争力指数发布会上,“2023中国最具竞争力会展城市”榜单发布,县级市及县域城市前十名中浙江占半壁江山,包括义乌、慈溪、玉环、余姚、德清、温岭。

“排得满满当当,根本停不下来!”说起2024年以来的办展情况,德清县会展业促进中心主任邱奕直言频率前所未有。截至目前,德清已成功落地举办市场化会展项目39个,德清国际会展中心场馆利用率从原来的20%提升至75%。

与德清相隔180多公里的“世界小商品之都”金华义乌,各类展会更是丰富。2024年义乌已举办义博会、文旅博会、电商博览会等经贸性展览55个,同比增长7.8%,展览面积达112.63万平方米,吸引境内外专业采购商178.3万人次,新增举办饰品工厂展、日用百货科技展、电子电器展等经贸类展览项目15个。

浙江县域会展业蓬勃发展,与其民营经济发达、制造业企业众多、块状经济特征明显等优势密不可分。若是细看,入围的6个县域城市都有明显的标签,如义乌是“世界小商品之都”,慈溪是“小家电之都”,德清是地理信息产业聚集地,温岭是“水泵电机之乡”……这些产业集群,为会展业提供了丰富的题材和参展商资源。

办好一个展,带活一条链。温岭拥有3000多家水泵、电机生产企业,当下已形成泵与电机整机以及电机、铸件、压铸、电缆、密封等零部件企业协同的产业链体系。从2006年首次举办“中国(温岭)泵与电机展览会”以来,该展会已成为国内这一行业一年

一度的盛会。“很多配套客户都会在展览会上寻找合作伙伴,所以我们几乎每年都会参加。”科顿斯科技(浙江)有限公司负责人卢阳表示。

在2024年的展览会上,温岭还结合行业企业拓展共建“一带一路”国家市场的实际需求,定向邀请印度、埃及、约旦等15个国家的40余名国际采购商到会参展,帮助本地企业开拓新兴市场,扩大外贸朋友圈。

“家门口参展,节省了出差、运输等成本,也为企业间的交流合作提供了重要平台。”德清本土企业德华兔宝装饰新材股份有限公司品牌中心副总周国涛说,2024湖州国际绿色智能家居博览会去年10月在德清开幕,通过家门口的博览会,不仅推广了新产品、新品牌,更重要的是与专家学者及业内人士相互交流,感知市场变化、预见发展趋势。

在很多人的印象中,会展业是大城市的“游戏”,如今县域城市也积极发力,其底气在哪里?“通过自身产业优势和资源禀赋,差异化发展是县域打好会展业这张牌的路径之一。”杭州广源展览有限公司2024年在浙江多个县域承办了6场展会,都与当地特色产业息息相关。在公司总经理李俊看来,当前,交通网络越来越完善,而且各地都围绕其主导产业,以产业催生产业发展,以产业发展推动产业发展,使得县域的会展经济很“接地气”。

“与大城市凭借城市地位吸引参展不同,县域的展会往往与当地工厂紧密相连。”李俊说,这样的模式,可以让采购商在参观完展会后,直接前往工厂考察、下单,极大降低沟通成本。

当然,县域城市与大城市相比,在规模化、专业化、信息化、品牌化、国际化等方面存在差距。“从互补的角度来说,我们希望能够承接杭州等大城市溢出的一些展会,特别是一些可转移、感知快的优质品牌展会。”邱奕表示。

特色鲜明形成良性循环 办出亮点有门道

产业特色鲜明,已经成为浙江展会的一个亮点。

在这方面,杭州是一个“优等生”。作为全球数字化发展最好的城市之一,杭州的会展业传承了这座城市的数字基因,拥有许多数字应用的展会场景,例如年轻、极具标志性的全球数字贸易博览会。

“数贸会的举办一定程度上推动了整个会展业在数字时代的发展,发展数字会展也是我们的使命。”李健说。

2024年9月,杭州市会展集团携手国际展览与项目协会(IAEE)、浙江大学城市学院,共同成立了全球数字会展创新中心。未来,在杭州打造全国数字经济创新中心,全球数实融合创新之都的过程中,这一中心将在数字会展的经济理论研究、创新实践、人才培养等方面发力,构建起产业生态圈。

“每一个新兴产业,都有一个展会作为成长的载体。”李健分析,作为全国唯一的以数字贸易为主题的国家级、国际性、专业型展会,全球数字贸易博览会以浙江为举办地,势必带来数字贸易领域的一系列发展机遇、红利。

除了特色鲜明,展会的数量、质量也是大家关注的热点。去年10月在杭州举行的2024全球展览论坛上,有一个话题成了热议的关键:展会,是不是多多益善?在场一些企业给出了答案——能接单的展会,确有市场。

“对创业阶段的企业而言,如果一家家去拜访客户,成本实在太高。展会办,举办方投入大量的人力物力,把相关的客户聚集起来。所以,对企业来说,一次行业展会就是一次精准获客的机会。”宁波诚予进出口有限公司CEO

陈维维分享。

“从展览行业看,我们能明显感觉到,地方企业的参展积极性正越来越高。”温州海峡会展文化有限公司首席策展人李玉信说。比如,温州龙港市2024年组团参加了深圳礼品展,设置了龙岗专区,企业的报名积极性很高。

但对会展主办方而言,形成良性循环,远比办更多展会重要得多。

在李玉信看来,会展业是非常注重良性循环的行业。以礼品展最重要的深圳礼品展和香港礼品展为例,它们都有明显的特点:一是有相匹配的客户参加。随着会展在买家邀约方面有了更多积累,买家的成交数据逐届增加,也吸引了更多卖家参展;二是参展方有客户心仪的产品展出。如此一来,会展就形成了良性循环。

线上会展兴起也值得关注。有人对此产生了疑问:线上会展可否替代线下会展?

义乌市会展业联合会会长金亚非分享:“线上会展刚兴起的时候,很多同行担心会影响线下会展发展。但反观数据,我们发现,即使在跨境电商发展最蓬勃的时候,线下会展行业相应地也在增长。”

这是因为,即便是跨境电商,买卖双方也依赖通过线下会展看产品,以获得更深层的信任。

“我们从前在电商平台经营,借助广交会,接触了更多客户,开始接国外的批量大订单。”陈维维说。

站在新的一年,展望会展经济,受访的业内人士普遍乐观。大家正摩拳擦掌、积极备战,争取获得更好的成绩。

1:9 带动相关产业收入 会展迎来增长期

如同展示“窗口”的会展经济,有个业内公认的1:9杠杆效应——国际上展览业的产业带动系数大约为1:9,即每1单位的会展收入可以带动9单位的相关产业收入。包括住宿、餐饮、交通、通讯、旅游等服务行业,也有贸易、金融、物流等领域的间接收益。这使得会展业成为推动地方经济发展的有力抓手。

杭州市会展集团副董事长、总经理李健分享了一个有趣的例子。和很多人的印象不同,美国城市拉斯维加斯的会展经济如今是其支柱产业之一。拉斯维加斯承办了全球最大的消费电子展——国际消费电子展(CES)。根据2024年的数据,超13万人参与此次盛会,这些人的消费对于拉斯维加斯的酒店业、餐馆、出租车公司等服务业来说收入十分可观。

再比如,全球规模最大的车展之一法兰克福车展,吸引了全球领先的汽车制造商、零部件供应商和相关服务提供商参展,进一步提升了德国乃至欧洲在全球汽车产业中的地位。

“2023年,全球会展业进入复苏阶段。”浙江省国际会议展览业协会会长陈瑾说。2023年,我国共举办经贸类展会3923场,同比增长117%。浙江当年共举办规模展览活动783场,同比增长340%;展览面积804万平方米,同比增长240%,恢复到疫情前2019年的83%。

2024年,会展业持续向好。根据国际展览业协会最新调查,2024年全球展览业收入增长17%。中国的数据则更为显著。据中国贸促会统计,2024年1月至6月,全国出国展览项目536项,实际展出面积32.44万平方米,参展企业22270家,项目数、展出面积、参展企业数分别同比增长57%、48.5%和70.8%。

根据省商务厅提供的数据,浙江省展览业2024年重点举办和支持的展会项目同比增幅约35%,在全球各类国际展会上都有浙江企业的身影。陈瑾分析,面对外部压力加大、内部困难增多的复杂严峻形势,我国经济运行总体平稳、稳中有进。“晴雨表”行业升温,正是信心与潜力的体现。

对于开放大省浙江而言,会展还是外贸企业拿订单、做生意的重要渠道。

对浙江外贸人而言,在“一位难求”的广交会上拥有一个展位,是对来年生意的一项保障。

根据官方数据,去年11月落幕的第136届中国进出口商品交易会(广交会),境外采购商首次突破25万人,人数较上届增长2.8%;达成出口意向成交额249.5亿美元,较上届增长1%。

在此期间,浙江举办了“第136届广交会浙江出口名牌企业新品发布会”,帮助企业吸引客商眼球。经过发布会现场时,埃及客商马尔被台上的植保无人机G50吸引:“原来除了小商品,浙江在高科技领域也这么强。”

浙江弩牌电器有限公司主要生产电风扇等电器,在第136届广交会上,公司展出了新品——无叶净化风扇。它配备激光传感器,可实时监测环境状态,同时有净化功能。公司总经理陈海波说:“我们一直在创新,要做别人没有的东西。”他估计,这届广交会为公司带来的增量订单在30万台至50万台之间。



2025年美国拉斯维加斯消费电子展(CES)1月7日开幕,图为人们参观TCL展区。

新华社发



客商在第136届中国进出口商品交易会(广交会)上体验按摩椅。

新华社发

专家观点

培养会展人才, 提升行业国际竞争力

郑蕾娜

在全球化背景下,会展业已成为连接各国经济、文化、科技等领域的重要桥梁。因此,培养具有国际视野、跨文化沟通能力和专业技能会展人才,是提升我国会展业国际竞争力的关键。会展人才的国际化培养正呈现出新的趋势与模式。

从趋势上看,会展人才的国际化培养正由要素国际化向体系国际化转变。这意味着,未来的会展人才不仅需要掌握扎实的专业技能,还需具备国际视野、跨文化交流、创新思维及团队协作能力等多方面的素质。同时,随着数字化、智能化的推进,会展人才还需掌握大数据、人工智能等现代信息技术在会展领域的应用。

在培养模式上,国际合作成为会展人才国际化培养的重要途径。通过与国际知名会展院校、会展组织及企业的深度合作,

可以引进国外先进的课程体系、教学方法及实践经验,为学生提供更多国际交流和实践机会。此外,海外实习、交换生项目、招收国际留学生、设立海外校区等也成为培养会展人才国际视野和跨文化沟通能力的重要手段。

同时,国际产学研结合也是会展人才国际化培养的有效模式。通过与企业、行业协会及研究机构的紧密合作,通过构建丝绸之路商学院联盟、“一带一路”建设研究基地等方式赋能会展业,为学生提供更多国际实践机会,提升其解决实际问题的能力。

(作者系浙江万里学院商学院教授,国家一流专业建设点——会展经济与管理专业负责人)

