



一季度会展数据“开门红”，展览场次、面积均同比翻倍

火 了的,不止广交会

“从-20℃到600℃,我们的红外热成像镜头都可以自动生成物体的热力影像。这些产品拥有完全自主知识产权,链接手机十分方便,自动驾驶、宠物医疗等领域都用得上,在美国市场很受欢迎……”傍晚时分,新港烟台艾睿光电科技有限公司海外销售工程师姜雅腾支起一个三脚架,面对从展馆接踵走出的采购商们,卖力地比画着。“广交会展位太受欢迎,公司没有申请成功,但没有展位,也不能错过这个机会!”他说。

第133届广交会展览总面积从118万平方米增至150万平方米,展位数量从6万个增至近7万个。线下展企业从2.5万家增至近3.5万家,新参展企业超过9000家。虽然规模创下历史新高,但仍是“一位难求”。很多企业老板为了能够“挤进”广交会费尽心机:有的企业家试图翻墙进去展馆被罚款,有的在周边宾馆挨个敲门推销产品……

始于1957年的广交会创下多个“最”:全球历史最长、层次最高、规模最大、商品种类最全、到会客商最多、分布国别地区最广、成交效果最好的展会,被誉为“中国第一展”。数据显示,创办至今,广交会累计出口成交约1.5万亿美元,累计到会境外采购商接近1000万人,这一数字依旧是各大国际展会之最。

广交会对“东道主”广州来说更是意义非凡。

有分析认为,珠三角能晋级为世界工厂、广东能连续37年蝉联中国第一外贸大省、广深能够双双晋级一线城市,背后均不无广交会的助力。广交会直接将广州推向国际会展之都的高位,对带动全市现代会展产业链发展都起到了极其重要的作用。

今年,广交会新落成的展馆D区启用,对广州的会展经济也起到直线拉升的作用。新快报记者日前从广州市商务局获悉,今年一季度,广州市重点专业展馆举办展会56场,力压上海31场、深圳32场,位列全国第一。展览面积合计约192.9万平方米,参展览展超241.5万人次。展览场次、展览面积、参展览展人次分别是2022年同期的2.8倍、2.35倍、4.09倍,比2021年同期分别增长75%、26%、38.4%。

第133届中国进出口商品交易会 THE 133rd SESSION OF CHINA IMPORT AND EXPORT FAIR



展商信心倍增抢订展位

“我挤的不是春运,是美博会的人流!”第60届中国(广州)国际美博会3月10日-12日在广州举办,为期三天共接待专业观众逾46万人次,吸引全国各地20多个省市地区买家团参与,各大展馆商贸氛围火爆。在今年“开放贸易对接”的推动下,美博会吸引逾2000家海内外企业参展,共设20个主题展馆、50场特备论坛活动,聚集万千款美业新品和高端技术设备,“展期三天,我们看到了行业复苏的信号。”作为参展企业之一,深圳市赛点网络科技有限公司有关负责人如是说。

广交会开幕前刚结束的第51届中国(广州)国际家具博览会面积近70万平方米,较去年增长近10%。据主办方统计数据,展会规模和参展企业数均已恢复至2019年的93.3%,参展览展人次更明显超出2019年的水平。“家博会在疫情前已在国际化的赛道上奔跑,随着广州对外交往日益频繁,我们对扎根广州加快国际化步伐充满信心!”主办方接受记者采访时表示。

农历新年后首次落地广州举办的第五届全国森林消防装备展暨应急救援装备展获得远超预期的效果,展出的特种大型装备也是历届展会中数量最多、种类最全、科技含量最高的一次,覆盖森林草原消防救援

全产业链。“之所以选择在广州投入最多资源,不仅考虑到广州独特的区位优势,更主要感受到广州良好的会展营商环境和一流的服务意识。”主办方说,看好广州的会展经济,决定今年年底再办一场。

其他展会也是精彩纷呈。设计周今年的展会规模继续逆势增长,也是唯一一个同时三馆齐开的展会,展览面积、观展人流皆再度攀升,开展首两日进场人次几乎接近2019年全展期进场人次。口腔展达到90%的特装率,现场举办的行业活动从去年100多场增至200多场。第十二届定制家居展更是首次将展期延长到四天,让行业更充分交流对接。

不少展商表示,一开始只是抱着试试的态度参展,结果发现现场效果很好,马上信心倍增,纷纷抢着预订下一届展位。

多个展会项目落地广州

会展业作为现代服务业的一部分,链接着生产与消费、供给与需求、国际与国内,其产业带动系数一般为1:5至1:9,即会展业收益为一个单位,将带动相关产业9个单位收益,而广交会的产业关联系数更高达1:13.6。

跟制造业产业链带状结构不同,现代会展产业链是以实体产业为依托,品牌会展项目为中心,会展组织

企业为主体,会展场馆为载体,装搭服务、广告服务、资本服务、保险服务、科技服务、营销服务、咨询设计、通信服务、交通运输、住宿餐饮、仲裁服务等商务行业为支撑的网络状结构。

记者了解到,为促进会展业高质量发展,广州一季度先后印发了《关于申报2022年广州市促进商务高质量发展专项资金会展业专题的通知》《广州市品牌展会认定办法(暂行)》等政策,组织企业开展专项资金申报,积极引导展会往品牌化、国际化、信息化方向发展。

“作为全市会展业促进部门,广州市商务局通过‘走出去招’‘请进来谈’‘坐下来接’等途径,主动服务企业了解发展诉求。落实市支持市场主体38条,指导行业商协会组织金融机构为会展企业赋能。”广州市商务局相关负责人表示,目前全城上下齐发力助推会展经济,如航空公司、羊城通、旅游景点、住宿、餐饮场所等出台重点展会客商来穗参展、观展专属优惠,广州还制作发放《会展带你识广州》消费导引小册子,开发小程序、二维码、导航等功能,方便参展参会人员便捷获取消费场景体验方式。

据悉,今年广州已成功推动了地信展、预制菜展、轨道交通展、世界制药原料华南展、国际人工智能展等多个展会项目落地。

数说 广州会展业

●办展数量位居全国前列

广州每年举办展览数量和面积均居全国前列。如疫情前的2019年,全市重点场馆合计举办展览690场,合计展览面积1024万平方米,仅次于上海(1043场、1942万平方米),高于重庆(513场、992万平方米)、北京(324场、590万平方米)、深圳(121场、395万平方米)等城市。2020年,受新冠肺炎疫情疫情影响,全市举办展览575场,居全国首位(上海550场、深圳94场);合计展览面积471万平方米,居全国第二位(上海1108万平方米、深圳399万平方米)。

●全面加快会展场馆建设

近年来,广州编制发布了《广州会展

馆布点规划》,全面加快会展场馆建设。2020年以来,广州越秀国际会议中心、灵感创新展馆、富力环贸港等场馆相继投入使用。2022年底,全市会展场馆室内展览面积达约70万平方米,仅次于上海(97万平方米)。广交会展馆于2022年基本建成四期项目后,展览总面积达62万平方米,其中室内展览面积50.4万平方米,成为全球最大的会展场馆。广州空港会展中心项目已启动建设,其中展厅建筑面积25万平方米,预计2024年交付使用。随着广州国际会议中心、南沙国际金融论坛永久会址、广交会展馆国际会议中心相继开工建设,广州承载国际性会议的能力将进一步增强,专业会议中心会议室面积将超过15万平方米。

一家
中国工业设计企
业在第133届广交
会上展示的全自动
猫砂盆等宠物电器。
新华社发