

国家发展改革委发布《关于恢复和扩大消费的措施》(以下简称《措施》)以来,各个单位、行业都对此做出了解读,并根据《措施》对相关工作进行了梳理。本期我们将围绕节庆会展这一版块,邀请在节庆会展中规划者与参与的文旅企业,聊一聊他们对于《措施》中乡节庆会展版块的解读。

## 解读国家发展改革委《关于恢复和扩大消费的措施》之四 节庆会展点燃消费引擎

◎ 记者 王珏



会展是经济的晴雨表,更是消费的助推器

发言人:思库(浙江)文化传播有限公司创始人兼CEO,浙江省国际会议展览业协会副会长 许欣儿

近三年,因为众所周知的原因,各行各业都面临着不同程度的挑战,会展业同样受到了巨大打击,大量项目的延期或取消、规模缩减、企业营销预算缩水,持续性的业务停滞带来的是所有会展人漫长的挣扎与坚守,暴风雨过后,行业也经历了一轮大洗牌。一直以来会展行业都是作为经济和产业发展的晴雨表,市场活跃则会展行业活跃,规模逐年扩大。在全球经济下行的大背景下,国际市场大量展会都选择了缩小规模。中国的会展、活动、演出市场在上半年呈现井喷的状态,一方面是因为去年推迟的活动,另外一方面也是人民对于交易和发展的渴望。但是在这个势头下大家也有发现成交在下降,客户的预算也在下降。传统的会展模式在这个过程中需要发生改变。在不同的产业赛道,会展的角色需要发生变化,从交易的撮合到商业价值的创造者。

今年7月国家发改委适时发布的《关于恢复和扩大消费的措施》,其中重点提到了“促进会展消费”、“增加大型活动供给”、“鼓励……特色市集等活动的政策支持力度”,会展业进入到全面复苏态势,会展更是需要成为消费的助推器。

### ◆关注产业会展对城市经济和消费的带动

2023年第108届糖酒会盛会在成都举办,展览总面积达32万平方米、展



许欣儿/摄

览商品来自42个国家和地区,参展企业达6517家,各地客商超过30万人。糖酒会每年也会吸引数十万人同时来蓉,其中产生的住宿、餐饮、交通、广告、旅游等消费超过200亿元,间接带动城市近1%的GDP。这是一个活生生教科书级别的案例,同样的还有上海车展等,这些与当下高速发展的产业和促进消费发展的大型展会将会带来市场消费的提振。

浙江作为会展大省但却不是品牌大省,一直以来缺少具有产业影响力的大型会展品牌。一是缺乏超大型的会展场

馆,这一点跟上海、广州、深圳、成都都有很大的差距,到2025年才有可能出现单体30万方以上的大型场馆,严重制约了规模集聚型展会项目的落地。二是缺少大型会展市场化运营主体,以产业会展主办方向的就更少了。几乎所有的产业展会都需要至少3-5年的培育周期,我们需要沉下心来围绕浙江的优势集中产业深耕。

### ◆关注消费类特色市集活动

市集作为会展的一种小型模式在2023年爆发式正直各地都在推进市集品

牌的建设,同时带动夜经济的发展。2023端午节思库传播与上海市黄浦区合力打造的“世博淞园”周末市集,有效利用黄浦滨江半淞园段和世博实践区南广场区域,5天时间吸引近7.5万人次,137个商家参与,其中22个商家以营销为主,115个商家总收天气等影响从营业额初步统计75万余元。有效激活了世博淞园的市集场景品牌,把一个长期闲置的空间有效利用,成为上海新的活动和消费场景。在活动期间得到各大官方媒体平台的大力支持和传播,同时与抖音、小红书等平台有效合作,整体曝光率突破7500W。尤其是与抖音生活服务联合打造的夏日夜宵季,让特别的烟火气重新回来。

我们在市集的设计上充分考虑了差异化和在地化,采取了与同区其他市集的差异化竞争以健康生活方式为主导,同时融合黄浦滨江沿线运动的特有属性,把潮流运动带到线下,集合了25个社群品牌,充分联动,资源置换。商业+社群的模式得以印证。完善补充了配套商业的先天不足,重新激活这片公共空间的可能性,此举大大提振了市场主体对于区域商业可行性的信心。

这两个案例就是会展作为经济和消费助推器的典型案例,我们相信在《措施》的指引下,会展、节庆、演出等行业将会得到充分的释放,带动消费的整体提升。



文化根脉抽枝散叶,加码古城发展“软实力”

发言人:慈城镇党委委员 王逸

慈城是江南地区保存最为完整的古县城,距今已有2500多年的历史。文化之于古城是重要的“不动产”,“文化+”是古城焕发生机的突破口。对照《措施》所提及的增加大型活动供给方面,大家可以看到,在不同时间节点、不同文化场馆,慈城一直在不断“上新”一批批的文化活动。比如,我们7月份刚刚举办的宁波翠屏山建筑文化节活动,来自全国古建筑领域的20余位专家、浙江千年古城复兴试点单位,以及许多建筑领域的从业者和爱好者,不少游客和本地居民,参加了此次为期3天的活动,总体来说效果不错。这两年,我们慈城古城积极响应

中央和省关于“我们的节日”和宋韵传世工程号召,围绕“耕读文化”“慈孝文化”“建筑文化”“药商文化”等四大文化,举办了建筑文化节、慈孝文化节、年糕文化节等特色品牌活动,开展了慈城“宋韵十二时辰”、“七夕国潮宋韵夜”等系列主题文化活动,市民的生活“娱乐圈”不断丰富、游客的旅游体验感明显增强。

近几年,慈城坚持提速项目建设,持续优化基础设施、串珠成链形成主游线,实施了瓮城、游客中心、景区亮化、街景提升等系列工程,为慈城商气、文气、人气集聚打下坚实基础。在要素保障上,持续丰富功能业态,加大文化挖掘和呈

现、产业研究和导入力度,做深“旅游+”文章,打造了10大特色人文场馆、10大精品民宿,核心区招商入驻企业超百家,投资上千万以上重大文旅项目近10个,建成了20个停车场、2300个停车位,增设了旅游观光车、自助电动车等交通设施,培育泥金彩漆、骨木镶嵌、年糕主题等一批文创、非遗项目。

当然,在此过程中我们也发现了一些问题。比如,我们文旅的开发与古城的文化适配性不足,业态布局不完整且缺少新奇性、可玩度,文化资源的创新性转化和创造性发展方面明显不足。

结合此次《措施》条例,在丰富文旅

消费方面,我们也做了相应的谋划和安排。今年,我们启动了慈城古县城5A级景区创建工作。我们锚定文旅深度融合的发展方向,将在未来3年加大投入,健全旅游基础设施,不断完善古城风貌,实施智慧景观建设,提升智慧管理水平,打响文化“好品牌”,走好文旅“致富路”,推动实现古县城旅游景区高质量发展。

接下来,我们的三大街区之一“迎春里”将开街迎客,古城国庆期间的文旅活动正在紧锣密鼓的筹划中,一些业态招商也在紧密的洽谈。结合《措施》中关于政策支持力度等方面,促进文旅节庆消费。