

郑州国际会展中心作为集聚资源、促进消费、助推“双招双引”的重要平台,通过大力实施“会展+”战略,以品牌会展为依托,带动主导产业、文化旅游、住宿餐饮等行业发展,加快形成展会产业集群,持续放大展会溢出带动效应。今年以来,已承接展会项目183个,展出面积185万平方米,场地使用率50%以上,服务参展企业3.6万家,接待观众约222万人次。
记者 王阳 文/图



郑东新区实施“会展+”战略 迸发“三新”经济发展活力

会展+产业 打造区域经济新引擎

为优化会展经济发展生态圈,加快构建体系完善、市场活跃、效益优良的会展经济新格局,会展中心立足展览主业,多元化经营,促进上游招商、中游场馆管理、下游配套等全产业链融合发展。一是精准实施“一会一策”。根据展会类型、层级,政府、主办方、展商等各方共推共建,由专业策展团队和保障专班制订服务及宣传方案,持续推动“产业+发展”深度融合,做好外延式引流,不断加大“专业性展会项目+专业会展服务”引导力度。如第20届中国(郑州)国际汽车

后市场博览会、全国汽车配件交易会暨全国汽车配件采购交易会等展会方案已成熟,逐渐带活“车”系列“产业链”。二是助推产业发展“一体化”。聚焦深化产业与会展业融合,同步规划“会展+产业+功能区”,基本形成“一馆引领、N馆赋能、N群协同”的“1+N+N”会展场馆布局。2023年第28届郑州全国商品交易会便按照“1+6+N”模式布局,增加产销生态链的互动,并通过展前对上游零售制造企业发布产品采购需求、展中组织供采见面会、展后持续跟进重点客商签

约等方式,多角度助力区域经济发展。三是构建会展产业链“一条龙”。以会展促招商、以招商促产业发展、以产业发展促消费,形成会展业、消费业、主导产业、配套产业等多业态融合发展的会展产业链。2023年第31届中国(郑州)糖酒食品交易会吸引了省内外生产企业、专业经销商和观众拥入郑州,聚集了大量的人流、物流、商流。据统计,周边与会展业相关的住宿、餐饮、交通、物流、广告等衍生消费大幅增长,酒店整体客房入住率比去年同期增长了198%。

会展+品牌 赋能开放城市新发展

品牌化引领是发展会展业的重要方向,近年来,会展中心对标上海进博会、北京服贸会等一流展会,以展促产、以展兴城,在高起点上对品牌化发展新命题精彩作答。一是品牌展会加速集聚。将中国河南国际投资贸易洽谈会、全球跨境电商大会、世界传感器大会、商用密码大会等打造成为郑州市标志性品牌展会,大力培育郑州国际汽车展览会、中国郑州工业装备博览会等本土项目,形成一批品牌价值高、影响范围广、社会经济效益好的自主展会IP品牌。二是品牌效应日益凸显。坚持把促进经济恢复和扩大消费摆在优先位置,运用会展平台优势助力主办方、参展企业实现流量变现,进一步释放消费潜力。第37届大河国际车展成功吸引约17.6万名观众前来参展,据不完全统计,现场售出各类乘用车1.8万台,成交金额达到33亿元。三是品牌价值持续提升。围绕展会品牌化发展路径,会展业的品牌价值正在从单纯的服务贸易对接走向经济、科技发展。例如,2023世界传感器大会的召开,大会累计签约项目55个,协议总金额合计超过430亿元,逐步做强“郑州传感谷”高地,叫响“世界传感器大会”品牌。

会展+文旅 丰富多元融合新业态

为积极响应会展业促消费稳增长政策,分层分类创新“会展+文旅”融合模式,注重上下联动与条块结合,建立会展中心周边经济带共建机制,着力打造会展中心品牌名片。一是文旅展会联动,带动产业提速。聚焦文旅融合高质量发展,以丰富的展会形式延伸文旅产业链条,通过互动式、体验式、沉浸式场景的营造,以创新驱动激发经营主体活力。特别是2023中国(郑州)旅游休闲娱乐产业博览会、中国(郑州)旅游景区装备博览会及游乐设备展览会、中国(郑

州)国际旅游城市市长论坛会等一系列展会的召开,为郑州建设国际消费中心城市提供更多消费场景和产品选择。二是厚植文旅产业,带动消费增级。以“政府主导、部门联动、社会参与”为原则,充分发挥会展对产业的引领、带动作用,以会展中心为“圆点”,优化设置参展路线,采取“管理定位、标识指引”的引流模式,吸引展商走出会展中心、参展游客消费在CBD区域,实现“以会助产、以产兴会、产会融合”的良性互动。三是拉动夜经济消费,丰富业

态提升。积极发挥政府主导作用,将会展中心经济发展融入千玺广场企业发展联盟合作平台,利用平台优质资源,联合展会周边服务行业,打造“如意文旅团购大礼包”,深度“捆绑”展会期间人流量,为公众提供集游、娱、购、赏为一体的折扣式文化体验“组合餐”。据统计,展会时期周边餐饮企业均可达到爆满状态。周边酒店整体客房平均入住率可达80%以上;周边地铁口在有展会活动举办的周末人流量较日常周末人流量增加20%~40%。

