

推动同安会展旅游业蓬勃发展

2023厦门国际会展周“同安·波特曼之夜”会展推介交流会成功举行

晨报记者 林燕萍

4月14日晚,2023厦门国际会展周“同安·波特曼之夜”会展推介交流会在特房波特曼七星湾酒店成功举行,中国城市会展协会联盟、中国科学技术协会等20余个协会的成员,30多个城市的行业龙头企业代表以及重要嘉宾等260余人受邀到场。

记者了解到,与会人员深入了解同安区文旅发展最新成果、扶持会展业发展各项举措,畅谈互通、共谋未来,促进同安会展项目合作洽谈。

本次活动由同安区人民政府、厦门国际会展周组委会举办,同安区文旅局、同安区工信局及厦门特房波特曼七星湾酒店承办。

政策支持 助推产业发展

“厦门国际会展周是厦门市对外扩大营销推广、展示实力、交流研讨、提升国内国际知名度的重要平台。借此机会,诚邀大家一起来感受同安的与时俱进和勃勃生机,更邀请大家对来同安办会办展进行一次身临其境的体



与会人员齐聚一堂,畅谈互通、共谋未来。
夏海滨摄

验。”交流会上,同安区政府相关领导向与会人员发出诚挚邀请。

同安区文旅局相关负责人就同安区旅游及会议活动扶持政策进行详细解读,让与会人员对同安的文旅资源禀赋、产业发展潜力和未来发展前景有了更直观、更深度的了解和感受。据介绍,同安区每年安排不少于1000万元旅游发展专项资金,并配套出台《同安区旅游发展专项资金使用管理办法》,专项用于引导和激励旅游产业培

育、旅游市场拓展、旅游公共服务和会议活动举办等。

“会展产业与旅游产业有着千丝万缕的联系,我们每年都拿出上千万资金补贴,助推同安会展旅游业发展。”同安区文旅局相关负责人介绍,对于符合条件的会议活动,给予主办单位或承办单位最高18万元奖励。去年共兑现33场会议活动奖励,金额达152万元,兑现奖励金额连续三年增长。

“软硬”兼备 打造烫金名片

优越的地理位置、迷人的滨海风光、完善的硬件设施等,让同安在举办会展方面具有明显的优势。随着特房波特曼七星湾酒店、万豪酒店、万丽酒店等众多高端酒店落地环东海域滨海旅游浪漫线,同安会展旅游业迎来新机遇。据统计,同安现有限额以上酒店16家,可提供客房3121间,成为同安会展旅游业蓬勃发展的

硬件支撑。

作为本次交流会的举办场地,厦门特房波特曼七星湾酒店也是同安会展旅游业的优质资源之一。“今年以来,我们酒店的会展承接数量呈整体上升的趋势。”该酒店执行董事陈庆宏表示,这座集度假、会展、婚庆、商务于一体的法式风情滨海度假目的地酒店,拥有超1600平方米的宴会厅、约600平方米的功能厅以及756间客房,可承接超过千人的大型会议,是同安文旅的一张烫金名片。

除了硬件支撑,同安文旅行业更是不断提升旅游服务水平,打造优质“软环境”,构建优质品牌。作为文化热土,同安不仅是理学大师朱熹首仕之所,还涌现出科技巨匠苏颂、民族英雄陈化成、语言大师卢戇章等诸多历史名人;作为生态热土,同安去年获评国家生态文明建设示范区、福建省全域旅游示范区;作为投资热土,同安形成了以银城智谷、美峰创谷、环东云谷等为主要载体的厦门科学城核心区,科、产、城、人日趋融合,创新创业源动力集聚效应逐渐显现。

拓展国际合作 汇聚30多场精品活动

2023厦门国际会展周举行

晨报讯(记者 谢晓婉)近日,2023厦门国际会展周在厦门佰翔会展中心举行。活动以“加强国际合作,促进高质量发展”为主题,举办论坛研讨、交流洽谈、展览展示、同期活动四大板块共30多场活动,有50多位来自会展业领域的高层级嘉宾、1000多名专业客商、400多家会议展览采购

商、400多家目的地供应商参与大会各项活动。

活动现场,会展集团、佰翔会展中心、厦门国际博览中心分别签订了多个展会项目,涉及展览面积超50万平方米。会展集团签下2024全球自有品牌产品亚洲展(厦门)、2025年东西部小动物临床兽医师大会、2023厦门智

能工程机械及汽车零部件暨轮式挖掘机装备展览会等,展会面积共计25万平方米。

佰翔会展中心即将服务食用菌全产业链(厦门)创新博览会、第十三届中国医院竞争力大会、第六届国际潜水救援与海洋工程装备展览会、2024中国超市商品采购年会等。

厦门国际博览中心则提前锁定了中国(厦门)预制菜博览会、ZCon2023/极潮嘉年华、行野行也出行方式展等主题鲜明的展会。

据了解,厦门是热门的展览和会议目的地,吸引了众多高端的会议和品牌展览落地举办。每年9月举办的中国国际投资贸易洽谈会已经成为全球最具影响力的

国际投资盛会,金鸡百花电影节长期落户厦门,厦门工博会、国际石材展、佛事用品展等专业展会品牌影响力日益彰显。同时,厦门每年举办的规模以上商业性会议近万场,展览面积超过240万平方米。厦门由此多次荣获中国最具竞争力的会展城市、中国会展典范城市等美誉。

福建体育运动品牌业绩亮眼

晨报记者 钟宝坤

安踏去年营收首次超越耐克,特步业绩大涨近三成,361度业绩也保持增长……近日,在港上市的福建体育品牌安踏、特步、361度先后发布2022年业绩报告,成绩亮眼。业内人士指出,海外品牌近年来市场份额萎缩,本土运动品牌市占率稳步上升,未来可期。

安踏营收首次突破500亿

安踏的2022年业绩报告显

示,去年全年收入增长8.8%,达到536.5亿元。这也是安踏年收入首次突破500亿元大关,其超越耐克在中国市场的514.22亿元(71.65亿美元)收入,成为国内市场年度第一的体育品牌。

安踏长期坚持“单聚焦、多品牌、全球化”的发展战略。主品牌“安踏”受益于北京冬奥会,在2022年实现销售收入277.2亿元,同比增长15.5%;另一大主力品牌“斐乐”收入为215.2亿元。“迪桑特”和“可隆”等其他子品牌也

增长强劲,全年收入44.1亿元,增长26.1%。

聚焦跑步赛道的特步也发布了业绩报告。其2022年实现收入129.3亿元,增幅高达29.1%。这也让特步超越361度、李宁和安踏,成为2022年营收增幅最大的国产体育品牌。

361度发布的业绩报告显示,2022年其营收创下新高,达到69.6亿元,同比增长17.3%。童装业务和电商收入都是361度年报的亮点,在2022年都实现了超过

30%的高增长。

体育消费需求加速释放

业内人士表示,2022年,安踏、特步、361度等本土运动品牌展现较强的经营韧性,收入增速优于我国运动服饰整体市场,预计在2023年将彰显高质量复苏态势。

今年4月12日安踏发布的2023年第一季度最新业绩显示,“安踏”品牌的零售金额同比录得中单位数的正增长,“斐乐”同比

录得高单位数的正增长,包括“迪桑特”“可隆”等在内的其他品牌同比录得75%-80%的正增长。

361度认为,在经济加速复苏及大型体育赛事催化下,将加速释放长久压抑的体育消费需求。

与此同时,特步日前也披露了2023年首季度中国内地业务的经营情况。其公告显示,其主品牌一季度零售销售同比增长约20%。预计到2025年,主品牌收入将达到200亿元,年复合增长率超过23%。