●会展关注

珠海会展业加速国际化

■ 本报记者 兰 馨

日前，科隆展览（中国）有限公司（以下简称科隆）与珠海华发集团（以下简称华发）进行了实质性接触。

据知情人士透露，此次双方就联手开拓国际会展市场进行了探讨，一致同意在全球会展的组织、运营、管理及拓展等方面合作，借助双方各自的优势，共同在全球范围内拓展国际一流的会展业务。

华发作为珠海国际会展中心（以下简称珠海会展中心）的投资方，其与国际展览大鳄科隆联手，标志着珠海会展业的国际化向前迈出了一大步。

珠三角机遇

科隆中国自2002年在华成立以来，不断寻求更有利于其德国品牌展览项目落地中国。

3月下旬，国务院发布的《关于深化泛珠三角区域合作的指导意见》指出，支持重大合作平台发展。推进深圳前海、广州南沙、珠海横琴等重大平台开发建设，充分发挥其在进一步深化改革、扩大开放、促进合作中的试验示范和引领带动作用。

业内人士分析认为，随着泛珠三角战略的实施，珠海的区域优势将逐步显现。而澳港珠大桥的开工建设，令商业“嗅觉”敏感的科隆在珠三角看到了新的机遇。

据了解，早在两年前，珠海会展中心尚未运营前，科隆已流露出与珠海方面合作的意向。科隆看到的是长远的市场机遇，“十三五”将是珠海发展的黄金期。

谋局布阵

据《2016年珠海市政府工作报告》（以下简称《报告》）显示，“十三五”期间，珠海将加快建设“三高一特”现代产业体系，依托十字门中央商务区等重点区域，珠海将加快发展金融、物流、会展、跨境电商、文化创意等高端服务业，建成对接港澳、辐射珠江西岸的科技创新中心、区域物流中心和总部经济基地。

《报告》明确，珠海将优化城市发展空间格局，推进“五规融合”，着力打造港珠澳国际都会区。实施“互联网+”行动计划和大数据发展战略，“政府WIFI通”覆盖公共服务场所，推进智慧交通、智慧城管、智慧政务、智慧社会服务等项目建设，成为珠三角智慧城市群的重要一极。到2020年，基本建成国际宜居城市。

上述业内人士表示，根据《报告》规划，随着泛珠三角战略的深入，以及珠海国际都会区的完善，珠海未来承接国际性会展活动的优势日趋突出。

提升影响力

记者从珠海会展中心了解到，自2014年10月运营以来，该中心相继承接了中华医学会肾脏病学分会学术年会、沃尔玛新年准备会议、首届珠江口西岸装洽会等系列品牌会展项目。

4月9日，2016中国会展经济研究会年会将在珠海国际会展中心开幕。记者从中国经济研究会获悉，本届年会主题为“发展产业会展，助推产业优化”，由其与珠海市会议展览局共同主办。

此次年会期间，将举办中国(珠海)会展经济论坛和中国(珠海)会展业区域合作论坛，邀请业界资深专家为珠海会展业“十三五”规划出谋划策。此举被业内看作是珠海提升其城市影响力的策略。

●会展传真

湖南仅三所高校开设会展专业

本报讯 日前，湘渝两地会展教育及行业交流对接会在湖南商学院举行。据了解，湖南省会展产业虽然发展迅速，但专业的操盘手几乎没有，长沙会展人才缺口达1.5万。

据湖南商学院会展经济管理系主任王佩良介绍，目前，湖南仅有三所高校开设了会展专业，除了商学院，中南林业科技大学开设会展专业才两年，湖南会展产业专业核心人才严重不足。为了补齐人才缺口，湖南商学院会展专业通过课程改革、资源整合和产、学、研互动，培养企业需要的高端创意策划人员和技术类人才。

湖南省会议展览协会会长荣丽萍表示，与会展产业比较发达的城市相比，湖南的会展产业还有极大的发展空间，培养“会展湘军”迫在眉睫。（张 翼）

泸州打造四川会展第二城

本报讯 记者近日获悉，四川省泸州市将出台关于支持泸州会展业发展的实施意见，为泸州会展业发展指明方向，加快实现成为四川会展第二经济增长极的目标。

根据实施意见，今年泸州市将继续引进举办一批国际国内行业展会、高端会议、高峰论坛，吸引更多的高端人士和投资者把目光聚焦到泸州，从而促进泸州市招商引资以及拉动相关产业发展，对泸州产业拉动有重要作用的展会、会议和论坛给予明确的政策和资金扶持。

据了解，泸州市将把泸州国际会展公司做强做大，并引进国际国内知名会展企业以及会展专业人才，进行多元化的组合，增强泸州市会展业造血机能，从而带来更多的资本和品牌展会。

此外，泸州市还将加强会展基础设施建设，加快完善泸州国际会展中心餐饮、会议中心等必备配套设施，对展馆进行重新规划。除保留C馆中国名酒馆外，把泸州国际会展中心的B馆改造为精品馆，作为泸州酒文化的旅游景点常年对外开放，其余展馆将切合泸州市实际，引入其他一些品牌展会。（熊 腾）

宁波市贸促会与慕尼黑展览达成战略合作

本报讯 近日，慕尼黑（上海）展览有限公司和宁波市贸促会战略合作发布会在宁波举行。

慕尼黑展览有限公司与宁波市贸促会一直保持有良好的合作关系。该公司在中国、印度、欧洲及非洲都设有分公司，展会业务涉及机械、物流、环保、电子、激光、生化、体育等各大领域，是世界展会行业的佼佼者。慕尼黑运动用品展（ISPO）更是吸引了世界各大品牌运动用品企业前来参加，是世界最大的运动用品展。

发布会召开之前，宁波市贸促会副会长叶华育接待了慕尼黑（上海）展览有限公司副董事总经理Thomas Loffler一行，双方就下一步如何充分利用各自优势，更好地把宁波企业带出去达成了初步意向。（三 江）

第17届“ITM-2016”蒙古国国际旅游展在乌兰巴托举行

本报讯 近日，由蒙古国环境绿色发展与旅游部、蒙古国旅游协会主办的第17届“ITM-2016”蒙古国国际旅游展在乌兰巴托市米赛尔展览中心举行。

蒙古国环境绿色发展与旅游部部长H.巴特策日格宣布本届展览会开幕，蒙古国旅游协会会长D.刚特木尔、东戈壁省省长P.钢胡亚格、俄罗斯布里亚特共和国文化部部长T.策毕科夫、中国内蒙古自治区旅游局副局长郑家宁等嘉宾出席开幕式并致辞。本届展览会的官方合作单位为东戈壁省政府。

该展会今年吸引了旅游公司、酒店、旅游景区、高校、政府和非政府组织、文化艺术单位、旅游运输公司、旅游附加产品生产企业等约250家单位和企业参展。其中，参加展会的中国政府部门和旅游企业代表约100人。通过此次展览会，中蒙旅游界相互借鉴了彼此的经验，成为商业伙伴。同时，中国旅游界进一步了解了蒙古国旅游公司的新产品和路线，还了解了蒙古国旅游政策和在建的连锁酒店项目情况。（巴特尔）

广交会『老家』将变身

第119届中国出口商品交易会（广交会）即将开幕，广交会的“老家”也将迎来新生。记者近日从广东服装业“十三五”发展规划研讨会上获悉，广交会旧馆流花展馆经营权已经回归业主方广州城投，未来城投希望将该展馆打造成集服装贸易、大众化定制、跨境电商于一体的现代商贸综合体。

一波三折的流花展馆

曾经辉煌的广交会“老家”流花展馆经历了一波三折的命运。

2008年，广交会整体迁址琶洲，广州市政府将流花展馆产权划拨给城投集团。城投集团通过公开招投标形式，将9.23万平方米的流花展馆商贸区以及建筑面积约5.6万平方米的会展区的10年经营权交到广百集团手中。

2010年，广百集团、广州世贸、广州新芳共同投资成立广百世贸流花交易中心有限公司，广百占注册资本40%为大股东。2011年1月17日，广百集团将流花展馆整体出租给广百世贸中心，把流花展馆改造成广州国际服装展贸中心。据相关报道显示，展馆改造和经营投入共计约15亿元。

与广交会近60年的畅旺不同，流花展馆转型做服装批发城4年，却人气凋零，纠纷不断。

2015年12月31日，广州城投收回了流花展馆的经营权，但之前流花展馆的冷清状态在短期还未改变。

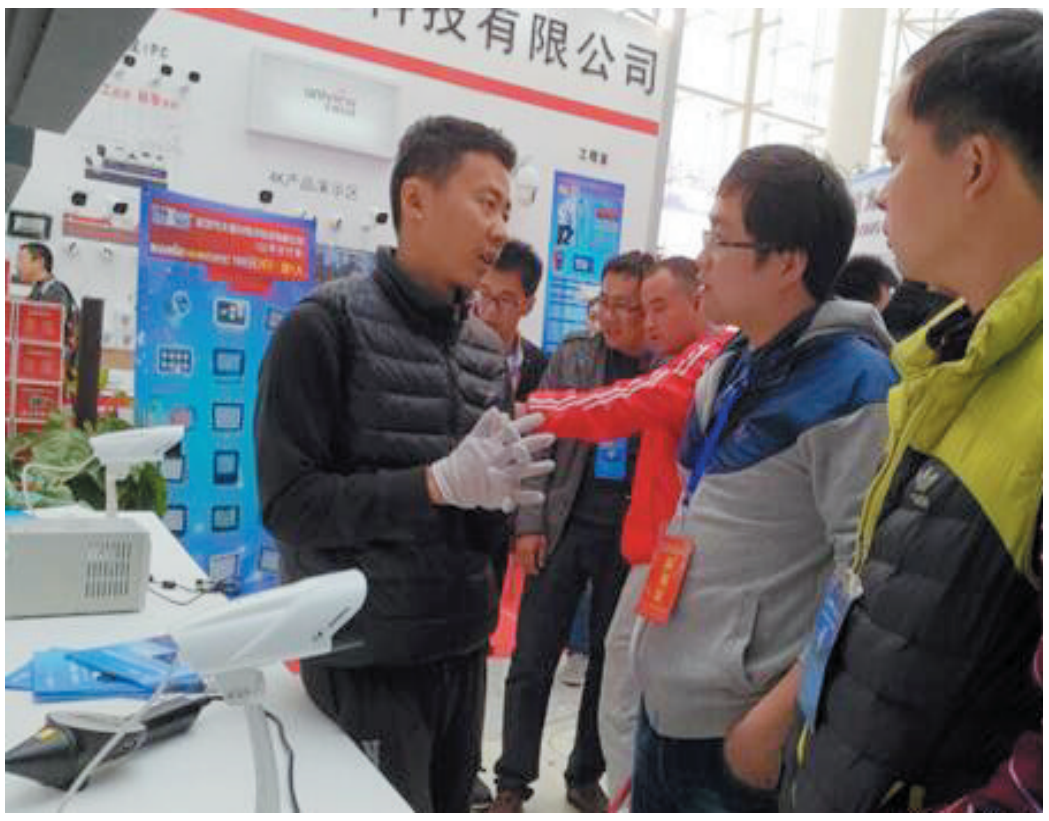
期待新的变身

流花展馆未来如何变身？

记者看到，广州城投已经发出了广交会流花展馆的招租信息。该信息显示：广州流花国际展贸中心为广交会旧馆流花展馆，建筑面积约20万平方米，定位为集服装贸易、跨境电商购物等于一体的现代商贸综合体。流花展馆的招租信息中还显示：招租的意向业态定位（包括但不限于）：酒店/公寓行业、服装服饰、电子商务等业态。

广州城投资产经营公司董事长陈强表示：“流花展馆作为品牌孵化应该是对其原来历史的一个延续，我们现在的品牌孵化将收窄我们的品类，就是面向时尚，主要在时尚产业里面变成一个品牌孵化。我们希望将其打造成为一个高科技的大众化试衣间，做大众定制。”

在采访中，很多广州人表示，希望辉煌了60年的广交会“老家”能够重新找到合适自身的商业定位，为千年商都广州增添新的亮色。（孙 晶 王思力）



近日，2016第十五届济南国际公共安全防范产品博览会在济南国际会展中心举办。本届博览会共有800多家国内外知名安防企业参加，展出面积超过2.5万平方米。其中，特装展位占全部展位数量的75%以上，大大提升了展会档次。

据悉，该博览会已发展成为全国省级城市规模最大的安防展会之一，规模仅次于北京安防展、深圳安防展。

（郑国强）

蓝色方略欲建会展活动智能生态系统

日前，蓝色方略披露了其新三板挂牌后的首份年报，公司的营业总收入和净利润均超过年初经营计划，2015年全年营收同比增长68.50%，净利润同比增长66.68%。

在优异的业绩增长下，蓝色方略亦积极探索于新技术驱动及资本助力下的智能会展新发展。

业绩高速增长

资料显示，蓝色方略主营业务为线下活动营销服务（除房地产行业），主要包含线下活动创意策划、活动全程执行等。

蓝色方略表示，公司的业绩增长得益于内外环境的双重因素：公司原有的团队销售能力和业务服务能力加速提升，并于2015年初开始对蓝色光标体系内的活动团队和业务进行整合，相关活动营销业务也随之转至公司，使得本年营业总收入和净利润相比上年同期都有较大幅度的增长。同时，在国民经济转型的背景下，作为现代服务业重要组成部分的会展活动行业亦不断成长与成熟，并迎来了发展良机。

打造航母级品牌

面对业绩的高速增长，蓝色方略表现出更大的野心。基于多年行业深耕及对未来趋势的判断，蓝色方略在2015年于行业内率先提出了“智能会展”概念，并将其作为公司未来发展战略，以期构筑线上线下结合的、基于SaaS应用的、全产业链的会展活动管理平台。

蓝色方略曾表示，“移动互联”及“资本化”将给这个看似割据的行业以整合的机会，并将引发服务内容、形式、手段、管理方面的巨大变革，重塑会展行业的竞争格局。而蓝色方略的愿景便是充分借助技术及资本的力量，打造会展活动行业的航空母舰。

2016年1月19日，蓝色方略正式登陆新三板，迎来了资本化的发展机遇。

除了资本带来的新机遇，技术的迭代更新亦对会展活动行业产生巨大影响。蓝色方略总裁罗坚表示，会展活动行业已经迎来了基于移动互联新技术所构筑的4.0时代，体验将变得越发重要，在体验时代，线上与线下的关系将是融合而非对立。而在即将到来的5.0时代，虚拟现实一定是未来的重要方向，继游戏和影视行业以后，虚拟现实技术将为会展活动业注入新的活力，甚至颠覆原有的线下体验方式。

根据蓝色方略的规划，未来公司将沿着数据化、平台化、标准化的方向，打造会展活动市场的航母级品牌。并在未来几年初步形成由会展数据平台、会展服务平台及会展资源平台三大平台构建的会展活动智能生态系统。（王 洛）

会展专项基金岂能成为“唐僧肉”

■ 姜 淮

曾几何时，会展对城市经济的功能效用，激发了大兴场馆、引进项目、培育市场，进而从经济社会发展的战略高度将会展业视为城市经济发力的“双核驱动”引擎，尤其在面临经济结构转型的阵痛过程中，其作为生产性服务业和高端服务业的产业界定，让各地有了发展会展经济的强力依据。随之而来的是各地会展地产的次第崛起，一批国家级和区域性高规格场馆的启动不断刷新着人们对会展载体的认知，“bigger than bigger”与场馆关联即为“比大更大”。

中国会展业的发展更多体现出制度的依存性，国家或区域阶段性战略需求成为会展发展的源头。凯恩斯主义在当代的失效、“三驾马车”的左冲右突、供求曲线的平滑跳动，一次次让决策者们聚焦于高端服务业在产业结构中的功能地位：扶持会展业，占领城市经济的高地。

纵观当下会展制度设计，大体布局于这样几个领域：

一是担纲主角，砸重金办展会、论坛。搞活动，虽经国家重拳整顿，但如果不能从根本上解决地方性公共诉求，后果只能是换汤不换药。当然，600个政府展被缩减为200多个还是卓有成效的。但从结构上、内容上、资金来源上分析，实际情况又如何？不可否认，在整顿中采取了一些“硬着陆”的手段，如对国家级政府展的“单双年”强制规定。另外，规范了国家有关部门对地方性政府展的主办，也在名义上弱化了政府办展的概念。需要说明的是，一些打着国字头旗号的政府展大都是“自下而上”的行为结果，即地方展升格为国家展，这些展有的经整顿后淡化了政府的主体角色，但投资主体有多少进行了改变、投入比例减少了多少，需要一定的数据和实例来佐证。更有太多的地方政府，为呼应区域经济社会的发展，仍然将策划组织展会、论坛活动作为满足其公共需求的抓手，投入巨资筹办。

二是引进展会或办展机构。从十多年前血拼“流动展”扩展至行业知名国际国内展会，采取财政补贴或奖励的形式，一般有对展览面积、参展企业数、观众数等的界定，按不同规模给予相应的补贴或奖励；有的地方政府对场馆给予奖励或场租补贴。

三是培育项目。结合地方支柱性产业、特色产业或战略性新兴产业，培育相应展览项目。一般有对培育规模、届数、成长性等方面的细分，制定相应的累进比例扶持或奖励。

四是宣传推广。参加或举办会展投资环境年会活动、筹办行业论坛、参与国际国内行业重要活动等，目前延伸扩大到建立公共信息平台、商旅活动宣传等。

就政策的方向和占比来看，城市会展专项资金资助的领域一般指向于后三者，即引进品牌展会和办展机构、培育展会项目、宣传推广办展环境。第一个领域一般不纳入专项支出政策中，会归于项目所在领域其他财政专项支出中。近年来，有些城市开始将部分项目预算逐步归入总盘子中。之所以大多数政府未将自办项目预算纳入总会展专项中，或因项目的发起方分属不同的职能部门，或文化、或科技、或旅游、或工业，等等。而会展属商贸流通领域，抑或其他部门具有各自的专项补贴政策，展会的效果也同样体现于不同领域的行政需求。

目前，众多城市以打造“会展名城”、“会展城市”为目标，有上百个城市出台了相关资金扶持政策，从百万到上亿元不等，从最初的“名义”专项，到近年来的千万级攀比，直至上亿元的血拼，其中很多地方项目或自下而上的国家级项目（地方财政支出，国家部委挂名）的投入资金并不在专项政策资金池中。如上面所说，因展会的发起和运作分属不同部门，有其专门的专项出处，比如文化部门提请举办的文化博览会之类，其资金来源或有“文化创意专项资金办法”的扶持；科技部门举办相应展会，则可运用“科技创新资金”类的有关专项补贴。而作为会展专项资金的主管部门，一般不愿意将有限可数的资金大方地“泽披四海”，否则有可能一个项目就可能把有限的资金占去一大半甚至倒挂。

近年来，会展专项资金的模仿攀比似已成为城市会展的路径依赖。

本地会展企业常常强调，有政府扶持的项目当然成长迅速；品牌展机构则问，来你们城市办展，给补贴奖励多少，某某市答应给100万，公共保障免费，宣传免费，你们能开出什么条件；会展职能部门会表明，某某市动辄拿出几千万甚至上亿做补贴，我们怎么比；不同部门之间会说，我们有会展专项资金，为什么还要用本部门序列的专项资金做展会，我们是专款专用，跟他们拿点。可以说，会展业关乎国民生产、生活各领域，大家都可以打“唐僧肉”的主意，成也会展专项资金败也会展专项资金。问题集中在了市级层面：加大扶持力度，从增资着手，发挥后发优势。可以看到，一个国际性国家级名义上的地方展，可以带动一个产业园区的建设，可以调动众多的行政资源围绕一个展会展开。其根本在于财政的支撑。城市发展会展业进入会展专项资金攀升的路径依赖中。

我们经常讲与国际接轨，不知哪个国家的会展产业是依托强大的财政支持完成了产业的积累，或许这是最大的中国特色。但市场经济的法则是我们推动产业升级转型绕不过去的基点。

（作者系广东现代会展管理公司副总经理、中国会展经济研究会副秘书长）

●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处