

●会展关注

园博园兴建热能持续多久？

■ 本报记者 谢雷鸣



近年来,部分省市兴起一股筹办园林博览会(以下简称园博会)的热潮,许多城市热衷兴建园博会展园(以下简称园博园)。例如,3月2日落幕的第二十四届广州园博会的展园面积达36万平方米,包括61个展园(园圃)、19组公共景观自然花境。荆州市第一届园博会园区已经正式开工,总投资约30亿元。将于6月在秦皇岛举办的河北省第二届园博会的部分展园也已施工建设。

从世界范围来看,中国已经成为

每年举办园博会较多的国家。大量工程上马对所在区域的社会经济发展能带来怎样的作用?一些人担心:伴随园博会举办而兴建的园博园将在园博会后“降温”,随后的运营问题可能会拖累当地经济。针对上述疑问和担忧,记者采访了业内人士。

恢复生态重于“秀风景”

现代意义上的园博会始自1951年德国第一届(汉诺威)联邦园博会,以恢复民众信心、修复被破

坏的绿地。20世纪60年代末,园博会的功能转为侧重大众闲余休憩。这是因为工业城市痕迹初现,高密度的人口密集区亟须增加公共绿地,作为城市通风走廊并提供休闲空间。

园博会不再单纯“秀风景”。1969年多特蒙德联邦园博会引入钢铁生产的重工业城市景观,观众在园中可看见远处高炉、矿山设备等工业景观。70年代末、80年代初,园博会开始将生态主义思潮功能设计纳入城市绿地系统框架下。

中国会展经济研究会学术指导委员会常务副主任陈泽炎告诉《中国贸易报》记者,园博园在选址时往往利用城市待开发的区域,借机美化城市,在促进城市建设方面发挥了积极作用。“一般来讲,举办园博会的城市会借助这一机会,利用原先的城市‘死角’或待开发利用的区域搞建设,在一定程度上促进了城建,例如北京园博园原先就是垃圾填埋场。”陈泽炎说。

据了解,20世纪末,工业废弃地改造成为许多城市共同面临的问题,园博会越来越注重区域活力的提升。每两年举办一届的英国利物浦园博会,连续五届的园址都选择城市工业废弃地。

效果不能一概而论

目前,园博园选址由城市核心区向城市新区转变,各地区的园博会不再是单纯意义上的园林展,对城市环境和区域经济推动等更高层面的意义被决策者纳入考量范畴。例如,去年在衡水举办的河北省首届园博会打造了全国规模较大的城市湿地园林,新建的园博园与改造提升的衡水湖湿地公园、馬拉松广场、荷花公园“四园合一”。第九届江苏省园博会落幕后,继续保留,成为苏州新景观。由广州市林业和园林局主办的广州园博会则将科技元素发挥得淋漓尽致,与腾讯公司合作打造“智慧花城”,展示和交流广州园林绿化新理念。

各地兴建园博园在拉动区域经济方面所起的作用是否被过分放大?陈泽炎表示,应视各地情况而定,不能一概而论。“废弃地在改造后土地升值,综合效益可能提高,总体应该肯定。大多数被利用的场地还可以进一步开发,展馆可再加以利用。总的来说,相应的花卉林木展览还可以积极开发利用,但各地要注意在筹划时做好周密准备。”

在场馆运营方面,举办过世界园艺博览会(简称世园会)的城市

或许能为此提供借鉴。2014年,青岛举办了世园会。青岛世园集团党委副书记、总经理孙卫东告诉《中国贸易报》记者,他们按照市场化思路和要求,在确保高标准运营的前提下,向管理要效益,通过节能降耗,优化人员配置,不断降低运营成本,2017年,景区运营支出比展会期间下降57%。青岛世园集团以园区后续利用和管理为着力点,以市场需求为导向,创新探索出“旅游+”发展模式,举办了一系列活动,还积极向外输出运营品牌,承办中外大型活动。

记者了解到,部分城市已经意识到园博园后期运营等问题,在选址等方面注重长远发展。例如,扬州今年将举办第十届江苏省园博会,园址定在仪征枣林湾生态园。扬州方面表示,该生态园位于南京都市圈核心圈层、宁镇扬城市群几何中心和南京—六合—扬州传统“宁扬通道”,在此举办园博会将为宁镇扬同城化提供一个重要的项目支撑,可以有效整合枣林湾片区的各类旅游资源,产生集聚效应,形成以园博园为核心、多个景点相呼应的“一核多组团”格局,打造宁镇扬区域旅游的新热点,避免出现空园、孤园、荒园现象。



●会展传真

俄罗斯阿穆尔州欲以会展促中俄合作

本报讯 中俄地方合作交流年已在黑龙江哈尔滨正式拉开帷幕。俄罗斯阿穆尔州州长亚历山大·科兹洛夫出席了开幕式活动并率团对黑龙江进行了访问。其间,亚历山大·科兹洛夫表示,阿穆尔州计划举办大型国际会议和展览活动以促进中俄双方各领域合作。他说,大型展会和为企业和政府间的合作搭建了共商并解决迫切问题的平台。

去年,阿穆尔州政府与黑龙江省政府、黑河市政府在布拉戈维申斯克市联合举办了阿穆尔国际展会论坛“阿穆尔博览会论坛”,在黑河市举办了国际经贸洽谈会。在布拉戈维申斯克,16家中企展示了产品和服务,90余家中企代表参加了B2B洽谈。21家俄企也赴华参加展览,展示包括食品、化妆品、珠宝、汽车用品在内的各类商品。今年将在第九届中俄文化艺术节活动的框架内举办布拉戈维申斯克合唱节等活动。(张华)

东博会将在金边办规模最大境外展

本报讯 记者从中国—东盟博览会秘书处获悉,作为今年东博会的首场境外展及主题国预热活动之一,2018东博会柬埔寨展将于3月30日在金边开幕。此次展会是东博会创办以来规模最大的境外展。

2018年是中国—东盟建立战略伙伴关系15周年、东博会创办15周年,是中国—东盟创新年,也是中柬建交60周年,柬埔寨再次荣任东博会主题国,中柬友好关系将迎来全新发展契机。

据介绍,2018东博会柬埔寨展的展览规模为8150平方米,设425个展位,主要展示机械设备、电子电器、轻工工艺、农产品食品、农资、投资合作、高新技术等产品。会期内将举办柬埔寨投资推介会、商务考察、贸易配对会等活动,帮助中企展示产品及企业形象,了解柬埔寨贸易政策、投资环境和合作前景,深耕“一带一路”新兴市场。(韦静)

境外大批企业“涌向”中国国际进口博览会

本报讯 中国国际进口博览会参展企业签约开始快速升温。

据中国国际进口博览局3月3日透露,截至目前,已有超过50个国家和地区的近200家企业签约参展,已签约展览面积达到5万平方米。在已签约企业中,来自亚洲、欧洲、美洲、大洋洲、非洲的企业数量占比分别为35%、32%、16%、11%、6%。

根据中国国际进口博览局业务统计,目前已有120多个国家(地区)的上千家企业,包括近百家世界500强和行业龙头企业报名参展。

11月,首届中国国际进口博览会将在上海举办,举办场馆是位于上海青浦区的国家会展中心(上海)。进口博览会不仅吸引了众多发达国家和发展中国家企业参展,也吸引了众多最不发达国家的企业。截至目前,已有22个最不发达国家超过140家企业报名参展,展览面积近5000平方米。这些企业将展示服装及日用消费品、食品

及农产品、保健品等最富本国特色的优质产品,以及当地丰富旅游资源和人文特色。

各国参展企业积极筹划参展方案,其中众多企业热切期待参加各层级论坛、贸易对接、行业交流、新技术新产品发布会等活动。还有部分企业提出申请,在进口博览会举办地点国家会展中心(上海)设立长期品牌广告、租赁固定经营场所,全方位常年展示本企业产品和形象。

在境外大批企业“涌向”进口博览会的同时,各个国家和地区的境外组展机构也踊跃报名参展,截至目前,已申请的展览面积达6万平方米。

中国国际进口博览局相关人士表示,根据当前掌握的各方信息,包括参展企业类型、特点、展览规模等,他们已开始预排各展区参展企业展位,部分早报名、早签约的世界500强、国际知名企业、行业龙头企业,将很快在2018中国国际进口博览会“安家落户”。(王莉佳)

三亚再签战略合作协议 推进会展业国际化

本报讯 随着经济全球化水平的不断提升和国际合作的逐渐加深,日渐兴旺的会展行业向国际化方向发展。日前,记者从海南三亚市相关部门获悉,在三亚市科工委与三亚市商务会展局的积极引导促成下,三亚市会展行业协会近日与ExpoPromoter、“中国加速”签订了战略合作协议。这意味着三亚会展业国际化进程向前迈进了一大步。

据介绍,ExpoPromoter是一个全球展会推广平台,在英国、俄罗斯、乌克兰等多个国家均有分支机构,在全球拥有6000多家联盟合作伙伴,目前已经跟800多个展会签订合作协议。“中国加速”是风险投资机构SOSV在全球设立的八家创业加速器之一,位于上海市,主要关注电子商务、金融科技、数字营销、教育等互联网热门领域,每年经营两届加速项目,既帮助国际上的创业公司进入中国市场,也帮助中国公司走向世界。



“ExpoPromoter与‘中国加速’均拥有大量国际性优质会展资源,此次签约就是要搭建更有效的合作机制和信息共享渠道,提升三亚会展业国际招展招商成效。”三亚市商务会展局相关负责人表示,三方强强联手是为了抢抓机遇,做大做强三亚会展业。

根据协议规定,三方将密切合作,发挥自身优势,充分整合多方资源,通过打造会展国际化运作体系、培育海南特色会展品牌、加强会展人才培养与国际人才合作等方式,引进更多的国际化会展品牌和企业落户三亚,进一步提升三亚会展业品牌化、专业化、国际化水平,推动三亚建设世界级滨海旅游城市,从而提高海南会展发展动力,国际竞争力与关注度,推动海南区域经济的国际化发展,助力海南成为国际知名的会展中心和国际著名的会议目的地,加快实现海南确定的“三年成形、五年成熟”的目标。(刘丽萍)



中国自助售货&新零售与商业支付博览会开幕

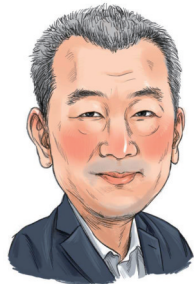
本报讯 3月4日,2018中国广州自助售货&新零售与商业支付博览交易会在广州广交会展馆A区举行。该展会由亚太自助售货行业联合会、广东省经销商商会、亚洲商业与办公供应商联盟协会和广东鸿威国际会展集团有限公司联合主办。

本届展会吸引了300余家参展企业带来最具品质和创新的产品及技术,如智能开门自取冰箱、无人便利店、智慧售餐机、生鲜售卖机等,展会总面积达25000平方米。展会期间还举办了以“新机遇·新零售·新未来”为主题的

2018亚太自助售货行业高峰论坛,论坛分为国际和国内场。澳大利亚、西班牙及波兰自动售货机协会分享了本国自助售货行业发展趋势。国内场由湖南中谷、上海鲜动等10家名企代表以不同主题展开演讲。(张晓力)

展览工程‘绿色供应链’解决之道

■ 李益



●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

可以预测,绿色会展将成为2018年会展行业的关键词之一。

然而,目前离绿色会展的真正落地尚有一段距离。当下,业界将绿色会展的焦点和压力都瞄准了展览工程环节,以至于展览工程企业自身也背负“推动会展业转型升级,实现会展业绿色可持续发展”的重担。事实上,绿色会展不是仅凭某一个环节的努力就能解决的问题,而是会展行业的一个“大系统”工程。

对于会展行业“大系统”中展览工程这一“子系统”而言,其不“绿色”的表象如下:污染、资源和能源消耗、材料浪费、粗放式经营等。针对上述情况,若以政策引导或强制管理手段,或局限于对某种(类)器材推广等,都谈不上治本。究其根

本,绿色展览的症结还须从展览工程材料、展览方式(形式)、管理三大方面着手解决。

笔者认为,“绿色”材料是源头,“绿色”展览方式(形式)为引导,这是推进绿色会展的关键,核心却还在于展览工程“子系统”层面的严格管理。

目前,展览工程使用的材料普遍集中在板材、铝材、钢材、玻璃、PVC、油漆、涂料及电器、电料、化纤材料、其他塑料制品等。这些材料通过采购和委托加工进入展览工程市场,再由展览工程企业通过一定工序和方式将其转化为目标客户需求。因此,参展企业无法决定材料的生产过程绿色与否,只能对供应商或产品品牌进行选择。

对于展览工程服务商而言,为展会客户提供服务,是以单位空间为载体,包括标准展位、小型特装、中型和大型特装,并以此细分经营类型。纵观现阶段一定规模以上的展览项目,其特装展位的数量、单个特装展位的规模、装修档次,已成为衡量其品牌的重要指标。但现实情况是,任何一种展示器材都无法覆盖特装展位的“绿色展览”需求,或者说特装的“绿色展览”途径更具多样性、多样化。

问题的关键在于,展览工程服

务商必须依赖供应链作支撑。首先由客户需求开始。其次从设计到原材料供应、生产、运输、仓储、销售等,贯穿客户参展的所有流程。再次,从传统展览工程的粗放式经营发展到市场、行业、专业细分之后的精细化营销。最后,供应链管理能力和水平将直接影响展览工程企业的竞争力。

而绿色供应链的管理,则是建立在包括从设计到原材料选择、加工生产,再到最终产品的跨界协作。主要包括:

绿色设计。遵循在绿色理念下的简洁化、减量化、模块化和可循环化,以及成本分析、设计数据库等。

绿色材料。针对材料、器材、设备供应商的选择、开发、采购与评估。

绿色生产。通过改进技术,实行清洁生产方式和废弃物循环利用的生产模式。但展览工程的现状是,这种模式尚难以企及和成本的势必提升,这就面临对于下级承包商、供应商类同“绿色材料”环节的选择。未来,市场出现规模化的符合环保评估的大型展览工厂,也未可知。

绿色包装。减少甚至杜绝不可降解的包装材料,包装减量化和重复利用,可回收。

绿色运输。合理选择运输工具,减少异地运输、迂回运输

和重复运输,发展多式联运和共同配送。

绿色营销。参展企业对于展览服务商的选择最终是价值观的选择。绿色营销不是“诱导”客户,也不是公关“美容”,而是通过价值引导和配对,发现、创造并选择市场机会。

绿色回收。分类回收和再利用。

唯有实现上述所有环节,才能将谈及“绿色”必言“3R(Reduce、Reuse、Recycle)”的空泛,有效落实到展览工程“子系统”的各环节,并有机集成起来,发挥整体最优效益,从真正意义上保障展览工程的绿色。

需要指出的是,出于对会展业的长远规划和对“绿色展览”的可持续发展,构建绿色供应链是治本之路,不从展览工程材料的源头入手,很难实现真正的绿色会展,而只是单纯解决了展览方式而已。

构建展览工程绿色供应链,需要得到行业组织、协会、认证机构、研究机构乃至政府的支持和扶持。如果只是企业自行运作或有限的联动,很难达成和具备规模效应,甚至导致投入成本成为发展绿色会展的桎梏。(作者系北京逸格天骄国际展览有限公司副总经理)