

●会展关注

会展业成为城市竞争重要砝码

■ 毛雯

会展业是我国经济发展、社会进步、改革开放的窗口、标志和缩影。会议和展览不仅成为一个城市积聚财富的重要渠道,而且还是增长无形资产、全面提升城市形象的有效方式。

近年来,各大城市纷纷将会展业作为城市经济发展的重要引擎、国际城市建设重要载体,“软硬兼施”,提高硬件设施水平,加码产业扶持政策,提升首位度,发挥引领力。上海、深圳两地会展业就以较高形态驶入新一轮发展快车道。

上海会展经济进入“加速跑”阶段

作为全国重要的会展城市,2018年,上海以994场展览、1906万平方米展览总面积高居全国会展城市之首,分别占全国的9.13%和13.19%。上海新国际博览中心利用率超过70%,属于全球领先水平。

经过20多年的快速发展,上海目前会展业的展览数量和展览面积等指标已居全球前列。

尤其是2018年11月5日举行的首届中国国际进口博览会,是迄今为止世界上第一个以进口为主题的国家级展会,表明经贸展览作为服务贸易的窗口和平台,在中国进一步扩大改革开放和主场外交中发挥了积极而独特的作用。

能体现上海会展业“国际范儿”的还有环境支撑、服务保障、政策制度供给。在政策制度供给方面,行业盼望多年的会展业立法已于今年被上海市人大列为正式立法项目。作为一项顶层设计,立法的重点是要建立与国际接轨的会展业事中事后监管机制、知识产权保护机制、纠纷解决机制。

为打造具有国际先进水平的会展服务业,上海出台了一系列扶持政策。上海市商务委员会于2018

年9月印发的《上海市建设国际会展之都专项行动计划(2018—2020年)》从品牌展会、品牌主体、营商环境、经济社会效益等四个方面提出发展目标。其中,品牌展会目标为:到2020年,全年展览总面积达到2000万平方米,国际展占展览总面积的比重达到80%,单次展览面积在10万平方米以上的展会项目达到50个,培育一批具有国际领先水平的顶级展会,入选世界百强商展的展会数量超过15个;经济社会效益目标为:到2020年,会展业直接收入超过180亿元,拉动相关行业收入达到1600亿元以上,展会的贸易平台和风向标作用进一步增强,会展业的贸易促进功能和消费引领功能凸显。

深圳占据粤港澳大湾区“C位”

会展业是深圳建设国家经济中

心城市和现代化国际化创新型城市的战略选择,也是发展大湾区经济的重要支撑。随着全球经济格局调整和会展业发展重心向亚洲转移,包括深圳在内的粤港澳大湾区将成为全球会展业发展的重要区域。

2018年,深圳共举办了111场专业展览,规模展览总面积348万平方米,同比增长6.88%,全年展馆使用率为65.16%,居全国领先水平。深圳会展也存在明显的短板弱项,整体规模落后沪穗,缺少具备全球影响力的品牌大展。

深圳这个世界级城市在等待一座会展场馆。这个梦想即将照进现实。正在建设的深圳国际会展中心总投资244亿元,总建筑面积151万平方米,是集展览、会议、旅游、购物、服务于一体的综合会展类建筑群。

作为未来深圳与世界相会的“会客厅”,深圳国际会展中心到底有多大?深圳人有一组生动又形象

的对比:总建筑面积堪比6座“鸟巢”,总用量相当于37座埃菲尔铁塔,金属屋面可覆盖106个标准足球场。建成后将超过德国汉诺威国际会展中心,成为全球最大的会展中心。竣工后,深圳会展业发展将形成“一城两馆”的全新格局,届时,深圳的品牌展会、机械展、礼品展、家具展、光博会、安博会等,将迎来再次腾飞的机遇。

目前,已有30多家中外展览机构表示,在未来的两三年内,将在深圳国际会展中心举办大型展览会。更多的国际会议、国际论坛及大型活动也将申请落地深圳国际会展中心。一个与世界级城市匹配的国际会展中心将矗立于大湾区核心,强力助推深圳迈向世界级城市行列,产生难以估量的经济、生态效应。借此,深圳占据粤港澳大湾区的城市C位,具有带领粤港澳大湾区会展业进入新阶段的实力。



●会展传真

第七届中国慈展会全面启动报名工作

本报讯 日前,第七届中国公益慈善项目交流展示会报名工作在深圳市民中心举行。在启动大会上,中国慈展会组委会办公室发布了“聚焦脱贫攻坚,共创美好生活——第七届中国慈展会动员招募令”。

本届慈展会将以“三区三州”等深度贫困地区需求对接为核心,发挥“互联网+公益”优势,探索采取“线上展示对接”与“线下资源服务”相结合的方式,与政府、企业、社会组织、个人等社会各界共同凝心聚力,铸就脱贫攻坚的中国力量,真正打造“永不落幕的慈展会”。

启动大会还开启了“中国慈展会历届成果展”,设展于深圳市民中心东展厅,并同步启动了第七届慈展会参展、中国公益慈善项目大赛、中国公益映像节等展会重要活动报名工作。本届慈展会将在研讨会板块深化“1+N”模式,为全球脱贫减贫汇聚更多中国智慧和方案。

(王学军)

鸡西利用展会推介“生态旅游名城”

本报讯 在第六届中俄博览会和第三十届哈洽会即将举办之际,黑龙江省鸡西市精心筹备,力求通过此次展会开展多种形式的“展、论、谈”活动,向内吸引客商,向外推介优势资源。

展会期间,鸡西市将以经贸合作和招商引资为主线,开展多种形式活动。该市将参加广东——黑龙江两省经贸对口合作交流、中俄地方合作论坛等16项商务活动,还将举办重点产业推介和项目签约等商务活动,针对高纯石墨、粮油综合加工等近20个项目进行深入洽谈。

鸡西市提前邀请了俄罗斯部分州区官方和企业代表参加此次展会,将于展会期间与客商在跨境电子商务平台建设、进口液化石油气、甲醇、聚乙烯等项目进行深层次交流。此外,鸡西市还邀请了国内对口合作城市广东肇庆的政企团参会,双方将就对口合作产业项目等进行深层次交流。

(何进)

品质服务传递张店会展名片

本报讯 近日,2019第三届中国(淄博)通用机械博览会在山东临淄张店区落下帷幕。作为当地专业展、产业展的会展名片,机械博览会立足“产业+基地+市场”的运作模式,现场成交额近8000多万元。今年以来,张店区累计举办各类会展活动17个,展览面积20多万平方米,观众超27万人次,交易额超46亿元。

近年来,张店区确立了会展业“一二三四”工作思路,以“办好一次会,搞活一座城”为总体要求,以打造“鲁中会展名城”和“鲁中城市会客厅”为奋斗目标,重点推进招展引会、展城融合、平台建设三项工作,推动张店区会展业朝品牌化、市场化、信息化、国际化方向发展。

张店区重视会展业,采取了一系列措施大力发展会展业,不断优化会展业发展政策环境,积极搭建行业、信息、政企三大平台,为会展业健康发展营造良好的环境,推动成立淄博市会展行业联合会,联合会包含会展场馆、行业协会、展览公司、设计搭建、新闻外宣等多个行业,为会展产业链单位提供资源共享、信息互通、利益多赢的交流平台,实现会展业由松散、规模小的“游击队”向系统化、规模化、专业化、智能化“正规军”的全新转变。(吴宇)



北京世园会留下“丽水印记”

本报讯 北京世园会近日举办了“丽水城市主题日”活动。

本次活动以“绿色新丽水、两山新境界”为主题,通过“丽水三宝”“丽水山耕”展示及展演非遗文化、推介商贸旅游等活动,亮出“浙江大花园”核心区的生态之美、“千年处州”的人文之美、“革命老区”的精神之美,展示丽水近年来践行“两山”理念、加快绿色发展,推动乡村振兴、建设美丽城、探索生态产品价值实现机制等方面的生动实践和样板示范,努力为世界园艺发展留下“丽水印记”。

丰富的“丽水元素”令人目不暇接:丽水的山是“江浙之巅”,丽水的水为“六江之源”。浙江园人口右侧的瀑布和凉亭蕴含“山巅”和“江源”的意味。

作为全国首个生态产品价值实现机制试点市,浙江园内特意布置丽水形象及丽水生态产品价值实现机制试点实践成果和典型案例的展板,与海内外共商共谋绿色发展之路。“丽水山耕”是由丽水市政府创建的区域公用品牌,在点缀着“苔藓森林”的园区,丽水山耕农产品展示区生动讲述了山区城市各式农产品品类聚少

成多,建设生态农业的故事。在浙江园二楼展厅,誉满天下的龙泉青瓷、青田石雕携带古远气息而来,让观众触摸丽水。作为文化之都,遂昌昆曲、松阳高腔、景宁畲族婚俗、青田石雕技艺等丽水非遗项目集中展演,多彩的丽水风情尽显。

地处浙江省西南部的水,森林覆盖率高达81.70%,是浙江乃至华东重要的生态屏障,是全国空气质量十佳城市中唯一的非沿海、低海拔城市。400多年前,戏漏家汤显祖这样描绘丽水的山水——“山也青,水也清,人在山阴道上行,春云处处生”。400多年后的今天,丽水依然保持天然、古朴、神秘和秀美,成为一方原真净土。

丽水是开放包容的魅力侨乡。17世纪中下叶以来,一批又一批丽水人远赴重洋闯天下,成为中国最早赴海外创业的一大群体。如今,有42万丽水华侨遍布130多个国家和地区,为丽水与世界各国开展经济文化交流与合作的搭建桥梁。

近年来,丽水坚持走绿色发展道路,生态环境质量、发展进程指数、农民收入增幅长期位居浙江省第一。

(宗赫)



近日,在深圳市会展中心举办的第二十三届深港国际车展上,来自世界各地的名车吸引观众眼球。本届车展的亮点是新能源和智能化。(王东元)

再说会展场馆的平台价值最大化

■ 唐雪



●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

稍早前,笔者分享了深度参与2050@2019的亲身感触。此次,再分享与2050@2019同期、由阿里系举办的另一场活动——2019UCAN设计大会,该活动也在杭州国际博览中心精彩上演。UCAN设计大会始于2015年,是由阿里巴巴设计(Alibaba Design)主办的全球性设计师专业大会,集聚并展示全球设计师的创意才华,其核心目的则是搭建一个设计行业、机构和阿里经济体商家合作的平台。

笔者观察发现,近年来,包括淘宝造物节、云栖大会、UCAN设计大会、2050等一系列由阿里系主办的活动最终都在于为不同行业不同领域的人创造交流碰撞的平台与机会。如淘宝造物节,聚焦于为优质

的淘宝商家提供线下展示平台,而在去年淘宝造物节期间举办的“断桥时装秀”更是引发各界关注,展示的所有作品都是淘宝最优质的原创品牌,此举旨在让更多年轻设计师被世界看到。阿里从淘宝起家,离不开平台思维的运用,在其不断壮大的过程中,仍然保持这一思维模式,在资源流入的同时也在整合输出。事实上,无论是较为传统的会议、展览活动,还是时下热门的创意、创新活动,其实质上都是在为不同行业搭建平台,以实现成果展示、资讯交流、交易促进等场景,让人与人、人与物、物与物在其中产生联系,继续化学反应,探索新发展。

会展场馆作为会展产业链中唯一的实体,拥有庞大的人流、物流、信息流,可以说是作为资源整合中枢的不二之选,其平台价值也因此愈加凸显。在提及平台这一概念之初,最先思考的方向都是想要利用行业资源优势搭建产业平台:一是会展产业平台。以会展场馆为主导连接主办方、参展商、服务供应商等

主体,形成互联的产业网络。二是跨产业平台。助力城市(区域)产业发展,结合地区产业发展规划,圈定重点产业进行培育,作为产业平台的主抓手,在助推产业升级的同时也加速区域发展进程。产业平台固然重要,但在笔者看来,会展业更应该深入挖掘场馆的潜在价值,以会展场馆为核心,整合资源打造一个多主体共赢互利的生态圈。

在产业平台基础上,至少两个方向可以延展:

其一,构建社群圈子。人是推动发展触发变革的原动力。“社群”是老生常谈的话题,作为场馆的管理者,笔者在思维变革的浪潮中也一直在探索社群应该如何运作。大型会展场馆数以百万计的人流量如同潮水一般,稍涨即逝。场馆运营方可借助新技术的力量来捕捉到哪些人来过,但目前,这仅仅是一个数据,如何建立更长远的联系还须再寻入口。会员体系或许能够成为这个契机,以会展会员体系去沉淀一部分高质量人流,建立场

馆自有社群圈子。会展社群的活跃度提升更多聚焦于专业的会展资讯、精准的会展数据、细致的会展服务等互动。

其二,整合周边资源。商业配套不完善是目前会展场馆存在的普遍现象,而来到场馆中参展参会者的需求是多样化的,用餐、休闲、购物等都有可能是其所需。场馆除进一步完善功能建设外,还可以积极发展对外合作,与周边餐饮、住宿、景区等建立合作关系,由场馆主导将资源进行整合,建立周边资源网络。除周边资源外,场馆还可以成为城市代言人,

将当地特色融入场馆对外传播的信息中。但要注意的是,纳入资源网络里的外部资源必须经过筛选,保障服务品质。

纵观阿里、腾讯等互联网龙头企业也以搭建平台为基础不断扩大网络,最终形成一个巨大的生态圈滋养创新力量的生长。对会展场馆平台价值的理解不应只停留在成为招展引会的场地支撑,转变传统思维深挖会展场馆平台价值,是新时代场馆管理建设的重要一步。

(作者系北京北辰时代会展有限公司总经理、杭州国际博览中心总经理)

WINCHINA

第十二届烟台国际葡萄酒博览会

YANTAI 2019

全球葡萄酒名品荟萃·全产业链葡萄酒主题展会

22个国家 | 58个产区 | 500家展商 | 50场产业活动

6.28-6.30

烟台国际博览中心

欢迎扫码注册参加