2020年3月24日 星期二

厦门会展业力争下半年重启

■ 本报记者 **胡心媛**

会展经济是平台经济和流量经 济,以人员流动与集结为主要特征, 新冠肺炎疫情对会展业的影响最为 直接。作为中国最早布局、发展会 展业的城市之一,厦门市一贯重视 会展业,正在争取下半年为会展业 按下重启键,使会展业的发展势头 不至于减弱。

由于会展项目取消、延期,会展 企业及行业面临很大压力。记者日 前从厦门方面了解到,为应对挑战, 厦门通过社交媒体宣传厦门会展资 讯,进一步密切与ICCA、UFI等国 际会展组织的对接,推动更多高端 国际会展项目落户厦门。

从容筹备国际展会

记者从厦门会展相关部门了解 到,厦门会展业上半年营销活动因 疫情因素大幅减少。例如,原拟5 月份组团赴德国法兰克福参加国际 商务及休闲旅游展会(IMEX),行 程已取消,原拟于3月份组团赴上 海参加国际会奖旅游博览会 (ITCM),行程已推至下半年。营 销活动的变动,为厦门提升国际知 名度、招徕国际展会项目带来一定

中国国际投资贸易洽谈会(简 称投洽会)是厦门每年的经贸"重头 戏"。厦门今年9月将举办第二十 一届投洽会。记者从展会主办方处 了解到,国外的一些机构目前表示 支持投洽会各项工作的开展,国内 各省市等成员单位的展位安排也已 通过线上的形式顺利完成。

"我们期待着疫情尽早平静,投 洽会能如期举行。我们也跟商务 部相关机构和其他合作单位密切 沟通,做好预案的相关准备。"厦门 市商务局副局长王琼文日前透露, 当前疫情在境外蔓延,对第二十一 届投洽会的工作肯定会带来一些 不利影响:境外营销推广招商招展 工作和境内的推广与路演均处于 暂停状态。

他也表示,第二十一届投洽会 的整体筹备工作一直在有序、有效 推进,会根据境内外疫情防控的总 体情况,按照国家的总体部署和厦 门市委、市政府的具体安排,适时调 整筹备的模式、方式。

率先出台扶持政策

据不完全统计,受疫情影响,厦 门市上半年有近80个展览项目、 2000多个会议项目被迫延期或取 消,受影响展览面积达80万平方 米。业内人士认为,此次疫情对厦 门会展业的直接影响期约为半年。 受时空、产业和领域的限制,厦门会 展业很难做到疫情过后立即出现恢 复性增长。

"2月到4月底,原定在厦门举 办的会议活动基本取消,我市会展 业受到的冲击不小。"王琼文日前 在接受媒体采访时表示,针对当前 会展企业面临的档期、资金问题,以 及疫情后的营销启动困境,厦门在 全国率先拟定并出台了专门针对会 展企业和会展项目的政策措施。

记者了解到,这些政策措施是 基于今年正式施行的新版《厦门市 关于进一步促进会议展览业发展的 扶持意见》,既针对会展企业当前面 临的主要困难,帮助企业渡过难关, 又坚持适度原则,兼具可操作性。 具体包括:针对资金问题,厦门将加

速完成上年度政策奖补资金的拨 付,对今年举办、符合条件的会展项 目,分不同情况上浮奖补资金标 准。在档期调整方面,厦门制定提 供会展场地奖励措施,以保持会展 场馆租金平稳,协助办展办会企业 更加高效地调整档期。

持续优化会展环境

"疫情发生以来,厦门市会展业 界认真贯彻落实党中央、国务院决 策部署,坚持以大局为重,主动承担 社会责任。"王琼文表示,除了出台 专项政策措施帮助企业共克时艰, 厦门还将着手布局疫后重启,推进 会展业立法。

王琼文透露,《厦门经济特区会 展业促进条例》有望在今年出台,为 厦门市会展业持续健康发展提供法 律保障,全面提升优化会展营商环 境,进一步增强会展竞争力和城市 活力,推动厦门市会展业国际化、品 牌化、专业化、市场化发展。

同时,鼓励企业进行新的会展 项目策划和创意,鼓励厦门企业与 原定来厦门办展办会机构保持联

系,尽可能调整档期,做好疫情结束 后在本年度内举办的安排,辅导企 业培训练内功、创新营运模式,提振 全市会展业的信心。

记者了解到,虽然厦门会展业 上半年参展、路演计划均已取消,但 线上营销推广并未按下"暂停键" 厦门市商务局会议展览处副处长王 维焕在接受《中国贸易报》记者采访 时表示,厦门市商务局在疫情期间 仍积极通过官方网站、微信公众号、 脸书、Linkedin等社交媒体宣传厦 门会展资讯,与此同时,厦门市商务 局还进一步密切与国际会展组织的 对接,借助国际会展组织丰富的资 源进一步提升厦门会展业在全球的 知名度,推动更多高端国际会展项 目落户厦门,努力推动厦门会展业 朝国际化、高端化发展。

王维焕还表示,厦门市商务局 将运用互联网大数据平台搞创意, 策划一些会展网上营销模式。这些 措施最重要的作用是提振全市会展

"厦门会展业争取在下半年按 下重启键。"王维焕说。

晋江市国际会展中心 项目进入冲刺阶段

会展传真 |||

青岛出台实施意见

支持会展业发展

会展业发展的实施意见》,支持会 展企业复工复产、帮助企业缓解

经营压力、发展壮大青岛市会展

市场,多措并举,应对疫情给会展

业带来的不利影响,支持会展企

项目的扶持力度。提高对贸易类

展会的补助标准,对今年在青岛 市专业场馆举办的展览面积达2

万平方米的市场化贸易类展会,

资金补助总额在执行原有会展政

策的基础上上浮20%,单个展会 上浮补助资金不超过40万元;增

加对消费类展会的支持,对今年

在该市专业场馆举办的展览面积

超过2万平方米的消费类展会

以2万平方米为基数,展览面积

每增加1000平方米,补助1万元,

每个展会补助金额最高不超过

20万元;加大对展馆招展引会的

补助,今年新引进举办1万平方

米以上展会(首次在青岛市举

办)的数量,比2019年增加5个

及以上的展馆,给予一次性补助

20万元。

(耿婷婷)

《意见》提出,要加大对会展

业渡过难关。

本报讯 日前,青岛市出台 了《关于应对新冠肺炎疫情支持

本报讯 记者从福建省晋江 市国际会展中心项目部了解到, 该项目已全面复工复产,并进入 全速冲刺扫尾的阶段。

据项目相关负责人介绍,项 目各场馆的主体建筑于去年年底 落成。为加快进度,今年春节期 间,400多名工人留守工地,继续 奋战在一线。疫情期间,工地实 行封闭式管理,项目的收尾建设 在科学防疫中加快赶工期、抢进 度。为了推进复工复产,项目部 还以包车方式从省外接回200多 名工人。目前,每天投入的施工 人员均达700人以上。

首届中国国际渔业 线上博览会举办

本报讯 日前,首届中国国 际渔业线上博览会在大连市举 行。博览会由中国渔业协会和大 连市政府主办,中国渔业协会国 际贸易分会、大连市农业农村局、 大连市商务局、大连市贸促会、大 连新闻传媒集团、大连市甘井子 区政府等承办。50多家企业、 700余种海产品参展。

据悉,作为中国东北对外开 放的窗口和最大的港口城市,大 连盛产多种鱼、虾、蟹、贝、藻,沿 海约有角类280种,水产品年加 工能力近200万吨,年贸易量超 500万吨。在疫情防控特殊时 期,如何帮助消费者遴选优质的 蛋白源食材,并以快捷的方式带 给消费者? 首届中国国际渔业线 上博览会借助线上直播平台,以 直播带销售,为大连市众多海产 品生产和加工企业开启了新的营 (李小华)

走进新时代 共享未来



进博会外溢效应深度释放

本报讯 新冠肺炎疫情挡不 住参展商的热情,更挡不住第三届 中国国际进口博览会筹展工作的 推进。截至目前,第三届进博会签 约展览面积已超过规划面积的 50%;报名参展企业逾千家,同期 招展进度超过前两届。在这背后, 进博会巨大的溢出效应功不可没。

在第二届进博会结束后,中国 多地都在放大进博会的溢出效应, 进口商品受到热捧。承接进博会 外溢效应,发挥其对地方经济高质 量发展的带动作用受到各地重视。

日韩的人气面膜、欧洲的红 酒、牙买加的咖啡、加拿大的野生 北极海参……在上海杨浦的五角 场商业区此前设立的进博会优选 商品跨年集市上,500多款进口商 品主打"进博同款"概念,不少商品 首次走上中国货架。

这是进博会溢出效应释放的 个具体案例。进博会连续两年 举办,溢出效应已在各地显现。在 山西太原,数家超市设立了进口商 品专区,货架上的进口商品琳琅满 目:西班牙的橄榄油、葡萄牙的曲 奇饼干、澳大利亚的保健品,等等。

在第二届进博会举办期间,新 西兰奶制品企业纽仕兰在全球首 发了一款乳蛋白纯牛奶,随后打通 了从北上广深到四五线城市的销 售渠道。第二届进博会结束后,这 款牛奶不仅走进了海南省海口市 的超市,也走进了宁夏平罗、黑龙 江鹤岗等相对偏远的地区。对于 消费者而言,随着进博会溢出效应 持续释放,越来越多的进口商品输 向各地,这样的"进博同款"越来越

举办进口博览会,高度契合了 中国消费者乃至全球市场对高品 质高标准外来进口商品日益旺盛 的需求,为全球货物贸易、服务贸

易提供了一个全新的展示平台,不 仅可以满足市场对国际知名品牌 高端产品的需求,也可以满足对优 质服务以及高端技术的需求,丰富 国内消费者的选择多样化。

同时,进口博览会可以缓解供 需矛盾,有利于引导消费回流,将 成为消费4.0时代继代购、进口超 市、跨境电商等之外又一大优质产 品的进口渠道和平台,方便全球中 小企业与中国消费者直接对接,体 现以人民为中心的发展理念。

进口博览会促进优质产品、高 端服务的进口,在满足人民多样化 消费需求的同时,将对本土相关产 业产生鲶鱼效应,从而助推供给侧 结构性改革,提升"中国制造"的国 际竞争力。通过进口中间品、引进 先进技术、标准和管理经验,提升 国内企业的创新发展水平,将促进 我国传统产业升级换代,也有利于 培育新兴战略产业。进口优质最 终产品,将倒逼我国企业降低成 本、改进工艺、创新技术,从而提升 产业竞争优势。

中国贸促会研究院国际贸易 研究部主任赵萍说,进博会溢出效 应持续释放,呈现从上海扩至全国 各地的趋势。近年来,中国积极主 动扩大进口,持续降低进口关税, 畅通进口渠道,鼓励进口跨境电商 发展,经济发展呈现良好势头。与 此同时,进博会打造了"不一般的 平台",吸引全球企业参与,汇聚了 全球高品质商品,极富吸引力。此 外,我国各地对进口商品的需求持 续增加,中国各地组织的交易团完 成了数量可观的订单并达成诸多 合作意向,带动进博会持续释放溢 出效应。

(毛雯) 本栏目由青岛国际会展中心 独家赞助



会展业应对新冠疫情调研报告出炉 受损远超预估 期待精准扶持

本报讯 (记者 兰馨)日前,记 者从中国会展经济研究会获悉,由 中国会展经济研究会联合16个城 市会展主管部门、10个地方行业组 织,通过网上搜集、电话访谈、问卷 调查等形式,对涉及35个城市的 298个会展企业进行的《关于会展 业应对新冠疫情的调研报告》(下 称报告)显示,会展行业受新冠肺 炎疫情影响的程度超过了此前的 预估,会展企业较为普遍存在焦虑 情绪,期盼国家出台针对会展行业 的扶持政策,引导地方加大会展企

受疫情影响,所有线下会议、 展览等活动已经停止近两个月。 据业内专家测算,二三四月受疫情 影响的境内展会近3500场,涉及 展出面积5000万平方米,产值 2000亿元以上。出境展受影响程 度更为严重。会议产业受影响程 度也不亚于展览业。若五六月份 不能有序恢复举办会展活动,情况 将更加恶化。

目前,会展企业多为中小微企 业。疫情下,会展活动暂停、收入 锐减、现金断流、成本支出增加,给 企业生存、发展带来了极大的压 力,将导致部分中小微企业消失。

根据中国展览馆协会调查显 示,会展企业估计损失超过100万 元的达66.15%,50-100万元的为 16.92%。中国会展经济研究会问 卷调查298家企业反馈中,估计年 营收减少50%以上的有136家,占 45.64%;估计损失40%的企业62 家,占20.81%;估计损失30%的企 业60家,占20.13%。

报告显示,会展恢复期业务的 不确定性增大。会展活动的筹备 期长,产业链条复杂,参与人员的 国别和地区面广,涉及相关行业众 多。因此,不可能像旅游、餐饮等 行业一样,一旦政策放开即可恢复 运营。场馆运营方在会展项目取 消、延期后,面临档期的不确定性; 会展主办方面临参展商、采购商意 向的不确定性;会展服务商面临甲 方预算、价格等不确定性。况且, 国内的会展活动受全球疫情影响 更为直接。

现阶段,中央和各级地方政府 为扶持中小微企业和相关行业出 台了很多扶持政策,取得了一些成 效。从调查报告结果看,会展企业 从中受惠面不大,政策的精准度不 强。根据调查的12个具体项目, 在各级政府出台的房租、金融、税 收、保险等政策中,只有"社会保险 费推迟缴纳"一项,受惠面超过一 半,而大部分普惠型扶持政策,会 展企业受惠面不到30%。

商务部办公厅发布《关于进一 步优化涉外经济技术展行政服务 事项的通知》,给予展览企业特殊 时期的政策支持和服务。根据调 查结果显示,仅北京、上海、天津、 广东、江苏、吉林、陕西等省(市)在 扶持政策中提及了会展企业。专 门针对会展行业出台政策的有江 西省及厦门、西安、成都、南京、深 圳等城市;浙江、江苏、山东、福建、 河北等省份及一些城市出台了补 贴参展商的政策。此外,中央政策

中关注较多的是大型建设项目、工 农业生产和旅游、餐饮、交通、物流 等服务行业,会展几乎没有涉及, 针对会展的行业援助政策还未见 到;地方出台的扶持政策大多没有 涵盖会展行业。

报告建议,根据国务院2月26 日、3月3日等常务会议精神,将会 展纳入受疫情影响严重的行业,与 运输、餐饮、住宿、旅游并列,享受财 政部、税务总局联合发布的《关于支 持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防 控有关税收政策的公告》中的相关 政策优惠;享受国家、地方出台的企 业纾解相关政策优惠;调整会展企 业增值税税率至一般纳税人3%,小 微企业1%;鼓励地方减免疫情期间 会展设施房地产使用税等。

报告还建议,各级会展主管部 门主动协调当地财政、金融、税收、 保险等机构,确保会展企业纳入政 策扶持范围,制定具体落地措施, 打通梗阻堵点,使会展企业能够精 准享受到政策优惠。各地政府不 应减少现有会展业发展专项资金, 应该加大力度。应根据应对疫情 的特殊需求,合理调整会展专项资 金的使用办法,确保企业能够及时 把专项资金运用到展会项目上。



会展新说┤┤

袖珍小国摩纳哥的会奖营销启示

摩纳哥,欧洲的一个袖珍小国, 由于翻译的发音和名字与非洲的摩 洛哥相近,很多人因此分不清这两 个国家。对从事国际MICE的人来 说,摩纳哥并不陌生,因为它在 2014年时就获得了国际会议大会 协 会 (ICCA) 最 佳 营 销 奖 (Best Marketing Award)

这个国土面积仅有约2平方公 里的国家,还没有北京颐和园大。 它面朝地中海,三面被法国包围,没 有资源、没有工业、没有农业,却是 世界上富人密度最大的地方。出人 意料的是,这样一个弹丸之地,平均 每年举办的会展赛事活动竟有700 多场,如F1方程式大奖赛、蒙特卡 洛劳力士杯大师赛、国际马戏节、欧 洲超级杯决赛、摩纳哥国际马术赛 等。其中,平均每年举办40场左右 的国际协会大会,主要依托摩纳哥 的核心产业(金融、医药、IT等)实

现可持续发展举办。 笔者曾在摩纳哥PCO(专业会 议组织者)工作过,可以分享在商务 旅游的目的地推广方面的经历。摩 纳哥在这方面有许多有益的经验值

首先是专业且系统的宣传。摩 纳哥的官方宣传分为三个独立部分 ——奖励旅游、会议、补贴政策和指 标。一般来说,宣传有前两者即可, 但应根据主客户群体分类制作至少 两种语言以上版本,且做到每年更 新。其中,仅宣传册就分为会议手 册和奖励旅游手册两种,前者更注 重本身开会需求,即会议室&展览 场地大小、配套酒店等设施,以方便 商务人士开会为出发点;后者更注 重独特体验项目的类别与内容,以 让目标团队有激励作用和获得尊贵 感为出发点。

其次,寻找内核、突破定性。 突 破用户对一个目的地的传统定性, 需要目的地会展局或相关单位不断 发掘自己的内核与个性,再通过3A 方法即agile(灵活)、adapt(适应)、

adjust (调整)来满足新的市场需 求。简而言之,一个会展旅游目的 地可以做的从不是单一的,任何一 座城市、一个小镇都无须自我设限, 而是用具有的特质满足市场需求, 并打破用户定性,打消用户偏见,从 而让目的地的会奖活动变得多元化 且具有可持续性。

比如,摩纳哥经常被用户认为是 消费水准较高的目的地,但事实上, 在欧洲会奖目的地中,摩纳哥的价格 很有竞争力,摩纳哥会展局早些年的 会奖标语是"we offer a country"(我 们把整个国家给你)。换言之,别的 会奖目的地只是个城市,而我们给你 整个国家了,你觉得值不值?

笔者注意到,很长时间,摩纳哥 的宣传册上的UPS(独特销售点)第 一条仍是强调价格竞争力。2018 年,摩纳哥旅游和会议局推出了以 "绿色新魅"为宣传口号的新传播战 略,这个强有力的短句确定了摩纳 哥作为"负责任的豪华旅游目的地"

的地位,而调整的内核背景是摩纳 哥阿尔贝二世亲王继位后,名下基 金会成员一直在国家和国际层面推 行强有力的可持续发展政策,专注 于海洋保护、生物多样性、资源管理 等生态问题,极具前瞻性,这也是摩 纳哥近些年此类生态保护的研讨 会、协会会议不断增多的原因。总 之,摩纳哥善于根据国际风向标作 出快速反应和调整,优化内部产业, 并且大都充任"领头羊"角色,再通 过发展后的产业优势来吸引不同的 MICE活动,从而形成自己在MICE 界的核心竞争力。

(作者系初未乙国际文化创

