

创新会展·省域篇

海南支持会展业发展方向更明晰

■ 本报记者 胡心媛

8月4日,海南省新闻办公室召开的《海南省支持会展业发展资金管理办法》(以下简称《办法》)新闻发布会宣布,对纳入海南省政府重点培育的现有品牌专业展览或会议,每届给予组织单位最高700万元奖励,《办法》将于9月1日正式实施。《办法》是海南自贸港政策后首个出台的省级会展业资金支持政策。

海南省商务厅相关负责人表示,乘着自贸港建设的东风,《办法》将进一步从资金支持层面,引导海南省会展业转型升级,对加快推动海南省会展业发展具有重要意义。《办法》指明了海南省会展业发展方向,即规模化、品牌化和国际化。

政策支持方向明确

“在加快建设自贸港的背景下,《办法》出台是一项重大利好,增强了会展业发展的信心。”海南省会展协会常务副会长詹斯雄表示,新兴的海南会展业具有后发优

势,机遇与挑战并存。海南加快建设自贸港、打造“面向太平洋和印度洋的重要对外开放门户”,需要会展业发挥“排头兵”和桥梁作用,这是海南会展业借势上升,实现另类会展弯道超车、跨越发展的机会。《办法》导向性、可操作性强,对加快推动海南会展业优化发展具有重要意义。

《办法》明确,省级会展资金主要用于以下范围:一是海南省政府主办或者参与主办的专业展览或会议;二是纳入海南省政府重点培育的现有品牌专业展览或会议(不含省政府主办或者参与主办的专业展览或会议);三是引进在海南省举办列全国同行业内规模排名前三名的专业展览;四是引进在海南省举办的高端国际专业会议。

“与以往相比,此次出台的支持政策在支持方向上出现变化,突出规模化、品牌化和国际化的发展方向。”海南省商务厅副厅长荣延松表示,出台省级会展资金支持办法,一

方面体现了海南省对发展会展产业的高度重视,引导海南省直各部门、各有关市县,特别是海口、三亚、琼海、儋州四个城市提高对发展会展业的重视程度,真正把会展业作为发展现代服务业、推动国际旅游消费中心建设的重要抓手来抓;另一方面,通过海南省市两级扶持,积极引进和培育一批重大会展品牌,推动海南全省会展业形成特色化、差异化发展格局。

“今后省级会展资金重点引进规模在全国同行业内排前列的专业展览和高端国际专业会议,这样的展览或会议将给海南省的旅游、消费带来大量游客和消费群体,有利于补齐海南省会展业发展的短板。”荣延松说,海南省力争通过两到三年的支持和培育,积极打造出6至7个在全国知名的品牌展览或会议、2至3个在国际上有影响力的会展品牌。在引进举办高端会展品牌的同时,保护和提升海南省已有的博鳌亚洲论坛年会、海南国际热带农

产品冬季交易会、世界新能源汽车大会、中国药品零售产业信息发布会等较为成熟的会展品牌。

政策扶持空间增大

目前,海南省正积极利用各项政策利好,加快推动会展业发展。比如,将在海南举办的中国国际消费品博览会已开展相关准备工作,许多国际知名企业明确表示将参加该博览会。

“海南省将推动会展业向特色化、品牌化、国际化、专业化、市场化和创新发展,办好中国国际消费品博览会这一国家级展会。”荣延松表示,特色化就是将会展业与海南特色产业紧密结合起来,努力形成海南会展业发展的特色。

荣延松解释称,品牌化就是在保护和提升海南现有会展品牌的基础上,积极引进外来会展品牌;国际化就是积极吸引国外会展举办机构来海南办会办展,提高海南会展品牌的国外展商或嘉宾的参

与度;专业化就是坚持“专业的人来做专业的事”,例如邀请有招展资源和招展能力的国内外龙头会展企业来建造、运营和管理会展场馆等;市场化就是政府不过多干预市场,做到不缺位、不越位;创新化就是鼓励会展相关各方通过信息化手段整合各类会展资源,推进信息共享,促进企业互动、场馆联动,引导会展与城市经济融合发展。

“近年来,海南在会展业方面的成绩有目共睹。推进海南建设区域性国际会展中心,是我国实施区域发展战略、构建全方位开放发展格局以及进行全面深化改革的综合考虑,产业发展离不开政策的扶持。”海南大学旅游学院教授、博士生导师耿松涛表示,《办法》的出台给海南会展业的发展提供了动力和更大的空间。

记者了解到,海南会展业未来致力于成为自由贸易港建设的重要组成部分,海南将利用会展业的优势推动自贸港建设。

2020年服贸会 将办晚间和场外活动

本报讯 2020年中国国际服务贸易交易会(简称服贸会)将于9月上旬在北京举办。日前,北京市商务局局长闫立刚在境外商协会及外资企业交流会上透露,届时举办晚间活动,包括主题夜、商务沙龙等,举办场外活动向展商推荐北京特色科技文化旅游消费资源和线路,为展商商深度体验首都新形象、新科技、新服务提供多样化选择。

2020年服贸会将采用“线上线下相结合”的方式,举办7类活动,即全球服务贸易峰会、高峰论坛、行业大会和专业论坛、展览展示、洽谈边会活动、配套活动、设计两类配套活动,即晚间活动(包括主题夜、商务沙龙等)和场外活动。

2020年服贸会将免费提供线上参展服务,免费时间至下届服贸会举办前3个月,还将邀请更多的境外企业机构参展参会,举办线上线下展览展示及论坛洽谈活动。

(杜燕)

山东省举办 7场“云展会”促经贸

本报讯 日前,山东省商务厅副厅长张义英在山东省政府召开的新闻发布会上介绍说,为应对新冠肺炎疫情影响,山东加快发展新业态、新模式,举办山东出口商品中东欧、巴基斯坦、泰国、肯尼亚、澳大利亚等7场“云展会”,组织1500余家企业参加在线广交会、华交会。

据介绍,面对人员跨境流动困难、招商团组出不去的现状,山东省以视频连线方式,邀请相关人员云端相聚、线上交流,推介项目、网上招商,积极搭建不断线、不断链的线上招商平台。

(孙宏媛)

第三届进博会在济南招商路演

走进新时代 共享未来

青岛国际会展中心

Qingdao International Convention Center

2000年投入使用

会议室45间

室内展览面积60,000m²

室外展览面积50,000m²

无柱活动空间20,000m²

山东省青岛市崂山区苗岭路9号

www.qdceec.com.cn

0532-88898777

本栏目由青岛国际会展中心独家赞助

公司分别介绍了第三届进博会参展计划和亮点展品信息;参展商和采购商进行了互动交流。

中国国际进口博览局副局长孙成海表示,第三届进博会筹办工作已由招展为主转向招商办展为主,各项筹备工作取得良好成效。山东省近年来积极推动高质量发展、加快新旧动能转换,希望山东交易团把握进博会机遇,提高开放型经济水平,也为进博会注入“山东活力”。

山东省商务厅副厅长吕伟表示,山东交易团将坚持高起点、严要求,精心谋划、周密组织,扎实做好各项组织筹备和招商工作,动员山东企业积极参加进博会,为第三届进博会举办贡献山东力量。

本次招商路演举办地济南区位优势明显、交通便利,是我国多个战略经济区的交汇点,也是我国重要的制造业中心。

本场路演活动严格落实疫情防控相关要求,线上线下相结合,进一步满足了采购商等专业观众提前了解第三届进博会相关展商展品信息的需求。山东山左控股集团有限责任公司、济南维尔康实业集团有限公司等70余家采购商现场参加。

(何进)

本报讯 8月4日

上午,中国国际进口博览局、山东省商务厅在济南市共同举办第三届中国国际进口博览会招商路演。活动主要面向第三届进博会技术装备展区、食品及农产品展区的采购商等专业观众。

举办全国招商路演是进博会招商工作的重要内容,本次路演现场介绍了第三届进博会基本情况、筹办工作进展、食品及农产品和技术装备相关行业领域概况及发展趋势、采购商报名路径;介绍了技术装备展区、食品及农产品展区展商展品信息,参展商美国江森自控和新西兰NAC

2020会展三新展选址杭州

■ 本报记者 兰馨

日前,记者从杭州有关方面获悉,2020中国会展活动新技术新设备新服务展览会暨会展跨界合作交流萧山峰会(以下简称会展三新展)将于11月13日至14日在杭州国际博览中心举办。该展会成为国内唯一一个以会展活动新技术新设备新服务为主题的“展览+会议”综合性活动。

据了解,会展三新展是在新冠肺炎疫情防控常态化下推动会展行业加快恢复和发展的重要举措。按照商务部发布的《关于创新展会服务模式 培育展览业发展新动能有关工作的通知》要求,本届会展三新展将积极推进展会服务创新、管理创新、业态模式创新。

据介绍,会展三新展由杭州市

萧山区投资促进局、杭州市萧山区钱江世纪城管理委员会及中国会展经济研究会主办,北京华恺国际展览有限公司和杭州国际博览中心会展策划有限公司承办。日前,在广东东莞举办的2020年中国会展经济研究会年会暨中国会展经济(东莞)论坛期间,其承办方之一的北京华恺国际展览有限公司董事长许锋介绍说,会展三新展将集中展示应用于会展活动的最新产品和技术、服务,探讨新形势下会展业跨界融合和创新前景,推介国内外成功经验和案例,提供对接合作、学习社交的机会,导入与会展活动业高度相关的异业跨界资源,如沉浸设计、场景体验设计、公益项目、大型活动安全

健康防疫咨询评价等。

相关数据显示,现阶段,国内每年举办1万余个线下实体展览、数百万场会议,另有文创特展3.6万余场,以及数量庞大的其他各类活动。目前,5G、AR、VR、沉浸互动、数字艺术、绿色搭建、知识内容分发、防疫设备物资、MarTech全域智能营销、数字化管理工具等新技术、新设备和新服务在会展活动中得到广泛应用,文化、艺术、设计和科技与会展的跨界融合日益增多,疫情在全球的蔓延,激发了会展活动行业变革和服务升级的需求,有必要通过展示、宣传等手段向会展活动主办和承办机构普及和推广运用。

据会展三新展组委会有关负责

人介绍,该展会的专业观众将来自各类会展活动主办方,政府集采中心、承办方、公关活动企业,会展场馆、博物馆、美术馆、科技馆、企业展厅的投资方和运营方,商场、购物中心、景区、体育场馆、剧院、文创秀场等空间运营机构。展会同期举办展跨界合作交流萧山峰会,为会展产业链上下游提供商务对接、教育学习、技术产品演示的合作交流平台。

近年来,杭州在创新服务模式和数字经济等方面已处于领先地位。2022年,亚运会即将在杭州举办,萧山区会展业近几年来快速发展,处于该区域的杭州国际博览中心自2016年承接杭州G20峰会后,开启了中国第六代会展场馆的全新序幕。

会展大咖说

广东会展业变淡季为旺季的背后逻辑

■ 刘松萍

作者简介:

广东会展展业协会会长,广州大学中法旅游学院教授、博士。出版专著、教材《会展、经济、城市:中国广交会的综合研究》《会展服务与管理》等14部,核心期刊发表会展论文20余篇。

作为广东会展展业协会会长,先后策划举办、组织国际展人之声论坛、组展人沙龙、展览展示展、会展文化节等品牌会展活动。

而高度关注展览业的恢复性增长。

展览业是一个“无边界”产业,可以链接任何一个行业。对很多行业而言,展览会仍然是其行业上下游企业展示、交流、合作最高效的平台。在“保产业链、供应链——保市场主体——保居民就业”的工作主线中,展览业的功能体现非常明显。每个行业的会展活动都在促进产业上下游合作,这就是在“保产业链、供应链”。在展会上拿到订单,就是在“保市场主体”,从而达到“保就业稳就业”的目的。

7月21日,习近平总书记主持召开企业家座谈会并发表重要讲话

话,再次强调逐步形成以国内大循环为主体、国际国内双循环相互促进的新发展格局。展览业对提振消费、促进内销方面也有重要意义。

广东会展业上半年困难重重。仅从受疫情影响展会数量及面积看,根据广东会展展业协会统计显示,自2月至5月,广东省延期(或取消)展览172个,展览面积为945.77万平方米。此外,部分原定6月举办的展览会也已进行了调整,包括“中小企业博览会”“广州国际照明展”“深圳国际家具展”等知名展会。从受疫情影响会展业务营收看,据广东会展展业协会调研数据显示,80%的会展企业营收受到影响,21%的会展企业预计损失营收额在1000万元以上,市场预期比较悲观。其中,接近半数的会展企业营业收入同比下降50%以上。其中,展期安排在上半年上的会展主办企业尤为明显。对于会展场馆,场馆租金几乎为零。会展服务企业,展览工程搭建等人工密集型企业受疫情影响则更大。

另外,广州和深圳等会展业发达地区面临着展馆档期压力较大的压力。在面临疫情“境外输入”的情

况下,国际展商、观众到中国参加展会的可能性急剧下降,展览会的国际化程度受到严重挑战,一些展会的国际馆直接取消。第127届中国进出口商品交易会(又称2020年春季广交会)改为网上举办。众多展览会改期后,许多同类竞争展会开展时间非常临近,必定会产生同质化竞争加剧的情况。

会展业经过一段时间的“冰冻期”,终于在炎热的夏季出现好转迹象。在国家发布相关文件后,广东省各地市政府相继印发《广州市会展行业新冠肺炎疫情防控指南》《深圳市会展活动疫情防控工作指引》等文件,为会展业的疫情防控提供指南。6月24日,广东会展展业协会配合广州市政府办公室举办广州市会展业创新发展专题媒体座谈会,为行业发展提振信心。

6月5日,2020佛山汽车工业博览会开幕,这是疫情发生后,广东首次举办的展览会。

6月10日,2020年广州国际防疫物资展览会在保利世贸博览馆举办。这是全国一线城市举办的首个线下展会。该展会的举办展现了疫情防控中的广州力量、广州担当,标

志着广州会展业开始全面复展。

6月20日,深圳举办两个超10万平方米超大型展会,包括中国(深圳)国际礼品、工艺品、钟表及家庭用品展览会和粤港澳大湾区国际汽车博览会,这是疫情后全国首个超大型展会,为行业发展重燃信心。

此外,中山市于6月18日举办中山机床模具及塑胶机械展、中山工业自动化及机器人装备展,东莞于6月25日举办广东国际汽车展示交易会,江门于7月17日举办江门市汽车特惠节,珠海将于8月份启动首展。据不完全统计,广东省7、8月有接近120个展览会已举办或者即将举办,与往年展览数量基本持平。至此,珠三角地区会展业已基本全面复苏。

根据目前广东省的情况,对展览业发展趋势而言,笔者认为,应从四个方面进行客观分析和理性预判。首先,营商环境会持续优化。2019年,国家先后发布《国务院关于取消和下放一批行政许可事项的决定》《商务部办公厅 海关总署办公厅关于做好境外举办涉外经济技术展览会备案管理工作的通知》等政策文件,不断优化展览业发展环

境,持续深化展览业“放管服”改革。

其次,下半年展览会呈现密集举办。上半年广东展览会大面积延期至下半年,涉及展览面积900多万平方米。进入7月,广东大型展会陆续重启,7、8月原本是展会淡季,现在已成一展连一展的旺季。

再次,线上线下进一步融合。线上与线下会展并不冲突,两者的融合是必然的。但如何协调两者的关系,还需要整个会展行业不断探索,各会展企业、不同的会展项目呈现形式也将有所不同。

再其次,行业洗牌速度将加快。疫情严重冲击多数中小会展企业、会展项目,有的微小型会展企业会被淘汰出局。但是,行业的龙头企业、品牌展会的影响力与号召力还会进一步增强,展商与观众会向头部展会集中,会展业的“马太效应”将会得到凸显。

最后,会展企业业务呈现多元发展。受疫情影响,许多会展企业不再将业务局限在展览行业,而横向发展(加大力度在异地举办子展)、纵向发展(展览企业向上下游产业发展)、跨界发展(实体企业介入展览业务)等现象增多。

