

创新会展·城市篇

# 佛山会展业发力产地展

■ 本报记者 胡心媛

近日,广东省佛山市潭洲国际会展中心发布最新品牌战略,将构建“会展+先进制造+新基建”的会展生态圈,打造“中国工业会展第一馆”。近年来,佛山市以潭洲国际会展中心为依托,办好珠江西岸先进装备制造投资贸易洽谈会、中国(广东)国际“互联网+”博览会等重大展会,以打造佛山会展品牌。

记者了解到,为促进后疫情时代会展业的发展,今年5月份,佛山市政府专门出台了《促进潭洲会展中心招展办会的资金扶持办法》(以下简称《办法》),明确了扶持对象、范围、条件及标准,并推出了“1+10”叠加式精准补贴,单届补助最高可达500万元。

佛山市副市长乔羽不久前在接受媒体采访时表示,《办法》的出台充分体现了佛山对潭洲国际会展中心招展办会的扶持力度,以及扎实推动会展经济发展的决心。佛山希望通过培育2~3个在国内外具有较高知名度和影响力的品牌专业展会,带动佛山市会展业跃上一个新台阶,也利用会展业助力佛山产业转型升级。

## 借力产业优势促发展

据介绍,佛山制造业表现持续强劲,去年工业总产值达到2.32万亿元。乔羽表示,佛山是民营经济

大市,雄厚的制造业为会展业的发展奠定了基础。

记者在采访中了解到,潭洲国际会展中心于2016年9月投入运营后,成为国内第一个因工业服务、瞄准工业而建的专业展馆。与此同时,佛山与德国汉诺威展览公司合作,对标国际大型工业会展,高标准打造潭洲国际会展中心,4年来,累计举办各类工业会展146个。

“潭洲国际会展中心的不断发展,改变了佛山缺少大型商业展馆的历史,也标志着佛山进入一个会展经济的新时代。”中国会展经济研究会会长袁青再认为,“潭洲模式”的特色主要是植根于本地的工业产业,并依托于佛山的中德工业服务区,打造出工业会展的先进品牌。中德工业服务区(三龙湾)管委会副主任张云透露,潭洲会展将以“中国工业会展第一馆”为新品牌定位,围绕产业链部署创新链,实施六大行动计划,构建“会展+”生态圈,努力打造“工业第一会展品牌”。

张云说,“六大行动计划”指的是“会展+政策”支持疫后会展复苏;“会展+城市”完善功能配套;“会展+先进制造+新基建”一馆两平台,打造智慧馆、智慧展;“会展+服务”凸显潭洲特色;“会展+平台”赋能工业发展;“会展+”聚焦会展主业。佛山希望以这六大行动计划

助力优势工业延续国内外强大竞争力、激活中德工业服务区(三龙湾)高端创新集聚、推动大湾区战略下广佛全域同城会展协同发展,为疫后中国会展业重建以及工业服务助推实体经济高质量发展提供潭洲的思考,佛山的实践。

## 搭建“3D智慧场馆”

今年受疫情影响,各地都在进行从场馆到会展的智慧化探索。佛山也在不断推进会展业的转型升级和创新发展。近日推出的潭洲国际会展中心“3D智慧场馆”,起步较早,引起不少业内人士的关注。

据潭洲国际会展中心相关负责人介绍,“3D智慧场馆”可以在移动端、PC端以及专用设备上使

用,覆盖10个展厅10万平方米的展示场地。在会展中心鸟瞰图上,点击展厅名称,系统将带观众感受场馆实景,观众将获得身临其境的体验;点击场馆的地板、屋顶等,则显示地面承重、吊点承重、卸货门尺寸等说明。无论在任何时间、地点,展会主办方均可直观看到会展中心的外观、内在结构、技术参数,实现“云看馆”。

“这不仅使展会主办方看场地的成本大为降低,还提高了展会项目对接的效率。以前实地看场地,只有到现场的一两个人对展览场地有直接感受,现在通过技术改进,主办方整个团队可随时随地、全方位了解场馆情况。”该负责人表示,场馆智慧化只是打造智慧会展的第一

步。今后,潭洲国际会展中心将探索实现智慧导航、线上会展服务、线上办展业务、展会在线实时传播、展馆能耗监控管理等功能,增强潭洲国际会展中心的核心竞争力。

“潭洲国际会展中心要利用新场馆档期相对富余的优势,主动承接外溢资源。”潭洲国际会展中心相关负责人对记者表示,上半年受疫情影响而延期的展会需要调整档期,但广州深圳等城市的场馆利用率相对饱和,无法满足部分主办方要求,这给潭洲国际会展中心开拓市场提供了机会。除了与展会主办方加强对接,潭洲国际会展中心计划与周边展馆、行业协会等合作,通过客户推荐的方式开拓更多资源。



日前,第二十三届养生养老暨健康旅游博览会在南京举办。现场汇集了保健食品、医疗器械、健康旅游、居家养老等领域的产品。(王路宪)

## 广州会展全面恢复

■ 赵方圆

业的复苏与发展。”陈旺辉表示。

进入常态化疫情防控以来,广州业界对加快会展业复工复产的呼声日益强烈。广州市统筹推进常态化疫情防控和经济社会发展工作,在做好疫情防控的前提下,加快恢复会展业发展。6月10日,广州试水举办广州国际防疫物资展,展出面积3.6万平方米,到场专业采购商1.8万人,获得了在常态化疫情防控期间举办展会的重要经验。

在广州市会展业改革发展工作联席会议的推动下,广州会展业加快了复工复产步伐,从7月起全面恢复举办展会。

7月8日,第二十二届中国(广州)国际建筑装饰博览会(简称建博会)在广交会展馆举行,展会规模近30万平方米。德国西门子、美心门业、海尔集团等行业龙头品牌参展亮相。4天展期共有约19万人次进场,参展商和观众实名预约进场,自觉佩戴口罩。

广州近期举办的展览题材广泛,涉及建筑装饰、家具、国防科技、生物医药设备、工业自动化、纺织设备、汽车、环保、智慧物业、动漫、玩具、新零售、跨境电商、防疫物资、文化旅游、休闲娱乐等众多领域,为实体经济提供了加快恢复发展的专业采购和交流合作平台。受益于展会的举办,琶洲地区酒店入住率从上半年的不足20%升至80%以上。

展会具有人员来源广泛、人流量大的特点。为做好展会常态化疫情防控工作,广州市政府各相关部门、场馆运营单位和展会主办单位密切配合,全力保障展会安全有序。

7月以来,广州市商务局、公安局、卫健委、市场监管局和海珠区政府联合组成广州市展览活动新冠肺炎疫情常态化防控督导检查组,进驻广交会展馆、保利世贸博览馆、南丰国际会展中心、广州国际采购中心,督促、检查展会疫情防控和安全生产工作情况。

## 第三届进博会招商路演走进甘肃

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 60,000m<sup>2</sup>

室外展览面积 50,000m<sup>2</sup>

无柱活动空间 20,000m<sup>2</sup>



山东省青岛市崂山区苗岭路9号  
www.qdccc.com.cn  
0532-88898777

本栏目由青岛国际会展中心独家赞助

采购商参加了现场活动。甘肃交易团邀请辖区内采购商在线观看。

首届进博会上,甘肃交易团组织了514家企事业单位、1400多人参会,组织会谈、交流、签约活动12场(次),各市州代表团参加进博会相关活动达到106场(次)。第二届进博会上,甘肃省参会企业 and 人数均有明显增加,参会单位增至792家,登记人数达2073人。

进博会期间,甘肃组织多场企业招商推介、市场调研和非物质文化遗产项目互动展示等配套活动,借助进博会这一对外开放平台加大甘肃特色产业及发展环境宣传推介力度,提升甘肃对外影响力。

本报讯 日前,第

三届中国国际进口博览会招商路演在甘肃省白银市举办。此次活动由中国国际进口博览局、甘肃省商务厅共同举办,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。

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、技术装备和食品及农产品相关行业领域概况及发展趋势、采购商报名路径。活动还向采购商介绍了部分展区重点展商展品信息,数家参展商介绍了参展计划和亮点展品信息,并与采购商互动交流。白银有色集团有限公司等60余家

记者日前从广州市商务局了解到,广州会展业已经恢复正常,促进各行业全面复工复产达产。7月初至8月11日,琶洲地区各展馆已经举办了36场展会,展览面积总计约88万平方米,观众人数计约70万人次。受展会举办的影响,琶洲地区各酒店7月份入住率大幅提升,部分超过80%。会展业重启和一系列促消费活动,也带动消费升温,广州社会消费品零售总额连续3个月环比上升。

“7月,我们举办了建博会和家博会,两场展会的规模均达到近30万平方米。”中国对外贸易广州展览总公司总经理陈旺辉告诉记者,两场展会累计参展商达到了3207家有1370多家的参展企业来自广东省外,到会的买家观众合计30多万人,其中10多万人来自广东省外。

“省外企业和观众的到来,既促进了线下成交,也带动了广州本地运输、酒店、零售和会展业上下游产

会展大咖说

# 后疫情时代会展场馆新常态下的变量与思考

■ 唐雪



## 作者简介

北辰时代会展有限公司、杭州国际博览中心总经理,浙商总会会展业委员会主任,中国贸促会商业行业分会会展信息化委员会副理事长。

拥有34年高星级酒店和大型会展中心管理运营经验,曾在国家会议中心及珠海国际会展中心的开业筹备、运营管理等多领域发挥重要作用,是会展场馆管理模式的创新者和输出管理的倡导者。

所周知,会展场馆的收入结构相对单一,即便是杭州国际博览中心这样的综合型场馆,场租直接收入占比也高达60%以上,其余收入大部分也因场租而产生。一场疫情让这样单一的收入结构缺陷暴露无遗。除了对市场复苏翘首以待,大多数场馆都是无力而为。因此,提高场馆反脆弱性首先应考虑除了场地外,会展场馆还能卖什么?

一方面,不妨先基于“我们有什么”,扩充产品清单。过去,场馆生意主要依赖场地租用,但场馆生的绝不仅仅是场地,比如专业的设备

设施,久经历练的服务团队、强大的本地产业及政府资源,每一项都可以包装成多个产品。疫情期间,杭州国博打造了杭博直播间,并邀请电视台的专业人士为杭州国博罗列了大大小小百余项的专业直播设备清单,本以为需要单独采买这些设备,但没想到杭州国博的工程部音视频组几乎已全部配备,甚至有些设备还更专业,只不过没有想到通过这种形式去发挥设备的价值。于是,笔者请该部门罗列了杭州国博可售卖的产品清单,沿着空间、设备、服务、人员等几个维度延展,粗略统计竟已超过300项。每一项都可成为新的创收增长点。摸清自己的“身家”很重要,但更重要的是要学会转为“身价”。

另外一方面,还要基于“你需要什么”,灵活组合产品。要比客户更了解客户的需求,这是笔者对销售部门的基本要求。很多情况下,客户告诉我们的需求只是冰山一角,用专业解决方案去引导客户是占据主动权的根本。显然,在向客户介绍产品种类时,让客户逐一知晓上百条的产品信息是不现实的,需要销售人员挖掘客户需求,

根据专业经验、场馆实际以及活动案例,快速为客户提供定制化产品组合。确切地说,场馆卖的不是场地,而是满足客户复合需求的场地解决方案。

其次是服务,从抗疫到常态。经过此次疫情,大众对安全、健康、卫生等方面的重视程度大大加深。7月6日,商务部、公安部以及卫生健康委发布《关于展览活动新冠肺炎疫情常态化防控工作的指导意见》,其中展览场馆的防控责任是该意见的几大模块的不可或缺的重要组成。场馆作为活动的举办场所,可以说是防控工作的核心之一。首先要做到严格管控人群,配合主办机构做好门禁工作,各类人员进入场馆起就需要做好监测,人证合一、健康码、健康检测等环环相扣。为此,场馆方须做好防疫设备更新准备,在保障防疫工作的同时也在一定程度上减轻主办的成本负担。其次要严格保障现场环境,对公共区域定期完成消杀工作,安排工作人员进行现场巡查,时刻关注现场动向。同时对空气质量关注度提升转换为对物业空调、新风系统的关注,如中

央空调“坐冷板凳”的境遇已非首次。早在2003年非典时,各大空间的中央空调因为担心病毒交叉感染饱受质疑。这也成为本次疫情的防范重点。此外,分餐制是疫情发生后,社会生活的一个重要诉求,也是改变传统就餐习惯的一个契机。杭州国博酒店和展馆餐饮将在原来的相关管理规定中全面推行分餐制,以服务过国家主场外交活动的经验和“城市会客厅”担当,倡导文明的餐饮习惯,保障消费者的餐饮健康及安全。

最后是用工,从固定到灵活。毋庸置疑,人力成本的管控是综合性场馆面临的共性难题,本次疫情使其更为突出。以杭州国博为例,今年2月必须支出的人工成本和外包费用占全部成本比超过85%,此外,在市场复苏之前,不仅要面临近千名员工的工资支付,还要考虑这段时间员工的安全、工作及身心状态。过往一直盘旋在笔者脑中的问题再次冒出来,会展场馆究竟要有多少自有员工?疫情为所有服务型企业提供了一个新思路。自盒马鲜生率先宣布联合云海肴、西贝、探鱼等餐饮品牌共享用工以来,短短十

## 服贸会体育服务专题展 突出五大亮点

本报讯 日前在北京举办的2020年中国国际服务贸易交易会体育服务专题展新闻通气会透露,本届服贸会体育服务专题展将于9月上旬举办,以“体育世界活力北京”为主题,以需求、应用和服务为导向,设置体育服务展览展示、论坛会议(含“体育科技,智慧融合”主论坛、足球产业发展分论坛和项目推介会)、体育服务交易匹配和晚间直播带货等四大内容。

本届体育服务专题展将采用线上、线下融合方式举办,呈现五大亮点,即突出体育新科技、连通体育产业链、增强体育互动感、倡导体育新风尚、助力运动健身潮,力求延展体育产业链条、释放体育激情效应,引导体育产业发展方向、促进体育生产要素流动,让体育赋采小康社会、赋能经济发展。(刘珂)

## 天津发布会展疫情防控最新要求

本报讯 天津日前发布了《天津市会展行业新冠肺炎疫情防控指南》,就会展活动人员进入、人流量控制、餐饮管理等问题提出要求,并提出禁止在展会期间进行促销、表演、抽奖等易引发人员聚集的活动。

《指南》要求采取线上预登记、错峰观展、人员限流、实名入场等方式,对展览活动参与人员实施登记和健康排查。展览活动的进馆人员要检测体温,出示天津健康码,佩戴口罩。复展后场馆内瞬时人流原则上不得超过场馆有效使用面积(展厅面积去除馆内搭建面积)最大承载量(1/㎡)的50%(不超过0.5/㎡)。随时掌握现场人员密度及流量,及时启动限流措施。(何发)

## 第十届中外会展项目(南京)合作洽谈会即将举办

本报讯 第十届中外会展项目(南京)合作洽谈会(EPFIC2020)将于8月19日至21日在南京空港国际博览中心举办。本届洽谈会以“筑梦十年·遇水而兴”为主题,将延续往年“会议+展览”综合型的会议形式,在确保会议空间有足够社交距离的同时,本届洽谈会将进一步扩大展览展示区域的面积,预计本届洽谈会“会议论坛区+茶歇洽谈区+展览展示区”整体面积将超1万平方米。

此外,在多方资源的汇聚下,今年大会形式依然丰富多样,为期两天半的会期内包含全体开幕大会、会展推介会、高峰论坛、项目对接会、9场分论坛、多场社交茶歇、宴会、“金五星”颁奖典礼暨“金五星之夜”社交晚宴等活动,为参会者创造更多洽谈合作的机会。(毛雯)

几天,“共享员工”模式已从商超与餐饮业发展到了物流和制造业,从一线城市扩展到了二三线城市。灵活用工一时成为人力资源领域最热门的话题。2017年1月,笔者曾在《中国贸易报》会展大咖专栏撰文提出灵活用工的设想,但当时碍于劳动法的种种约束,只在企业内部使用了帮工制,此次疫情为灵活办公注入了更多的法律可能性。3月17日的国务院常务会议指出,支持发展共享用工、就业保障平台,为灵活就业者提供就业和社保领域服务。该精神的出台无疑对柔性用工的常态化提供了支持,对于承担高额人工成本的会展场馆而言,有必要去了解并应用于新形势的各种用工可能。

阴霾终将散去,低谷中再见阳光的会展业界不能忘记这场疫情危机所带来的思考。这是触发点也是催化剂,过去束之高阁的创新理念、发展思路在此次疫情危机的推动下有了实践的可能性与动力。传统行业模式显然已不足以支撑时代发展的需求,时刻保持危机感,不断提升行业的反脆弱能力,是会展业在后疫情时代要深度思考的课题。