

创新会展·特别篇

第三届进博会开幕 服务保障高质量

会展传真

中国5位会展人当选
UFI2020-2023新董理事会

本报讯 巴黎时间11月3日，国际展览业协会(UFI)宣布2020-2023年新一届董理事会选举结果。上海万耀企业发展有限公司创始人、总裁仲刚，东浩兰生集团会展产业基金公司副总裁陈爱新，上海新国际博览中心总经理Michael Kruppe，重庆国际博览中心有限公司董事长、总经理宋蔚利，沈阳新世界博览馆董事总经理陈倩5位当选。同时，仲刚连任2020-2023年UFI亚太区主席。

UFI董理事会选举每三年举行一次，会员来自UFI在世界各地的分会。据悉，UFI董理事会的职责是执行会员大会做出的决定，制定UFI政策，并拟订和国际贸易展览会相关事项的所有提案，将在年度会员大会上提交给UFI会员投票表决。

UFI董理事会最多由60名成员组成。

UFI现任主席MaryLarkin表示，今年，看到了创纪录的行业领袖参加这次选举。强化了UFI在支持和代表全球展览业方面所起的作用。据介绍，目前，UFI董理事会的董成员占到28%。三年前，该董理事会只有4名女性。

(万雯雯)

慕尼黑国际分析生化展
首次搬到线上

本报讯 日前，德国慕尼黑国际分析生化博览会analytica (Munich)首次通过全新线上展会平台analytica virtual举办。本次线上展会的核心主题为“数字化变革”。

据了解，analytica virtual 2020是analytica (Munich)首次以纯在线的方式举办的数字化展会，吸引了21641名专业观众在线参观，其中50%来自德国以外的国家及地区。除德国以外的观众来源国排序分别是瑞士、美国、英国、奥地利和印度(按人数排序)。展会同期举办了超过200场展商研讨会和119场科学讲座，共吸引33000多名听众积极参与。

据悉，下一届慕尼黑国际分析生化展将于2022年6月在德国慕尼黑展览中心举办。届时，将利用更多数字化形式为线下展会赋能。

(陈晨)

粤港澳大湾区生态环境展
首次在深圳举办

本报讯 11月5日，2020粤港澳大湾区生态环境技术与设备展览会在深圳国际会展中心闭幕。此次展会以“留住青山绿水，探索产业蓝海”为主题，吸引300余家参展商，展会规模达20000平方米。

有关方面表示，粤港澳大湾区生态环境展的办展初衷与深圳国际会展中心的主旨颇为契合。深圳国际会展中心从设计、建设运营伊始即致力于打造全新一代的绿色展馆，应用52项全球领先的绿色建筑技术，成为节能、节水、节材、低碳的世界一流的绿色展馆。

据悉，本届展会集中展示水与污水处理、大气污染治理、固体废物处理、垃圾分类处理、资源回收利用、场地修复、环境监测等环境治理、园林景观、环卫设施及清洁技术全产业链的前沿技术与解决方案。同期，还将举办一系列高峰论坛、学术性讲座和行业研讨会，邀请业界权威和行业专家分享市场新趋势、技术更新和行业实践经验。

(盛虹莹)

中国夜间经济论坛在无锡举办

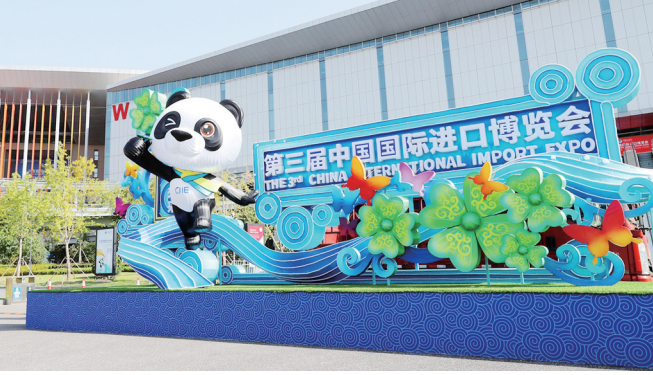
本报讯 日前，2020中国夜间经济论坛在无锡举办，本次论坛以“数字经济与场景营造”为主题，来自全国各省市及自治区的企业、专家学者和媒体机构代表共500多名参会。

此次论坛发布了2020夜间经济二十强城市、2020游客喜爱的十大夜商圈，以及《2020中国夜间经济发展报告》等重磅内容。据相关数据统计，城市生活体验成为游客夜游目的地首选，而从夜间消费场景吸引力对比来看，文化艺术场馆、电影院剧场、夜市及市集都是受大众欢迎的场景。

随着夜游项目品类、夜间消费场所的增多，以及数字科技的运用，潮流夜市、文创集市、微演艺、沉浸式夜游，正在成为城市夜间经济发展的重要活力因子。

(吴晓婉)

进博会释放强劲“磁力” 再扩朋友圈



11月4日，第三届中国国际进口博览会(以下简称进博会)在上海开幕。国家主席习近平通过视频发表主旨演讲。

当前，在新冠肺炎疫情仍在全球蔓延之际，第三届进博会如期举办，既是中国抗击疫情取得的重大战略成果，更是中国坚定不移全面扩大开放的决心。第三届进博会的举办必将推动中国形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，为世界经济复苏注入活力。

商务部部长、进博会执委会主任钟山表示，举办进博会是中国着眼于推动新一轮高水平对外开放作出的重大决策，是中国主动向世界开放市场的重大举措，是新时代高水平对外开放的里程碑。举办好第三届进博会意义重大，影响深远。

助力双循环

进博会不是独唱，而是大合唱。本届进博会，一些欧美参展国的展区面积甚至增长三成以上。世界上绝大多数国家和地区以及企业将进博会视为平台和机遇，这无疑是对当前逆全球化思潮、单边主义抬头等现象最有力的回应。

走进新时代 共享未来

中国·青岛国际会议展览中心
Hongqiao International Convention and Exhibition Center, China
青岛国际会议中心新馆
The New Generation Venue of QICEC

2019年投入使用

www.qdicec.com.cn

室内展览面积 150,000 m²
50间会议室
室外展览面积 200,000 m²
10,000余个停车位
无柱多功能厅 10,400 m²
1000间酒店客房

山东省青岛市高新区火炬路326号 0532-88898777

本栏目由青岛国际会展中心独家赞助

举办进博会，既释放了坚定扩大开放、共享中国大市场的积极信号，更是服务以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

进博会作为联通国际国内市场的重要窗口和重要纽带，全球的买家卖家在此汇聚，其溢出效应正在中国14亿人口所形成的超大规模市场释放并呈持续扩大之势——很多“进博同款”产品已搭建起完善的国内流通渠道，不少进口食品更是成为中国老百姓的“家常菜”。

高质量供给引领和创造新需求，是畅通国内大循环、促进国内国际双循环，全面促进消费、拓展投资空间的重要手段。进博会平台已成为一个有效载体，推动我国经济向更高质量发展，更好地满足人民对美好生活的向往。

“进博朋友圈”再扩大

尽管受到全球新冠肺炎疫情等不利因素制约，但各国企业积极踊跃参展，第三届进博会总展览面积比上届扩大近3万平方米。

第三届进口博览会首次开启“边招展、边对接”模式，帮助全球参展商和采购商更好对接。本届进博会企业展规划面积36万平方米，比上届增加6万平方米，增幅达

20%。世界500强和行业龙头企业的平均展览面积比第二届增加14%。企业商业展共设服务贸易、汽车、技术装备、消费品、医疗器械及医药保健、食品及农产品六大展区。

与此同时，本届进博会结合全球热点和行业趋势，新设公共卫生防疫、节能环保、智慧出行和体育用品及赛事4个专区。

第三届进博会又有新朋友加入“进博朋友圈”。今年首次签约的全球著名精品工业集团历峰，拿下500多平方米的展览净面积。首度参展的优衣库母公司日本迅销集团，签下1500平方米的展位。

在首次参展商看来，进博会不仅促进贸易往来，也积极带动投资；不仅提供商品进口，也帮助企业获得服务。参加进博会成为他们提升知名度、扩大业务的好机会。

“全球首发、中国首展”

今年，世界500强和行业龙头企业参展的意愿尤为强烈。其中，绝大部分去年参展的500强企业今年不仅继续参展，回头率超过70%，美国福特汽车、法国路易达孚、美国高通、瑞士罗氏等均连续3年参展。500强企业参展面积也大幅增长，有近百家企业甚至已经预定了

未来三届的展位。

中国国际进口博览局副局长孙成海说，世界500强和行业龙头企业参展数量达到往届规模，众多企业将进行“全球首发、中国首展”，展品和服务体现国际一流水平。

对于世界500强和行业龙头企业来说，今年进博会更具特殊意义，高通将借助进博会平台进一步推进与中国伙伴的合作，围绕技术研发等开展协同创新。

据介绍，今年还将有30个最不发达国家参加第三届进博会，展览面积超过4000平方米。

数字化促商业与文化交融

进博会交易的是商品和服务，交流的是文化和理念。11月4日晚，虹桥国际经济论坛将采用“线上+线下”的方式举行，围绕“同舟共济应对挑战、开放合作共享未来”主题，共话常态化疫情防控下全球经贸合作。

据介绍，虹桥国际经济论坛将打造共同维护多边主义的重要公共平台，为世界提供更好的国际公共产品。

第三届进博会还将举办上百场高规格、高水平、高质量的配套活动，增加国家级步行街、中国旅游等人文展示项目。意大利将带

来首个境外人文交流展示活动，展现该国55个由联合国教科文组织认定的世界文化遗产。

强化疫情防控

进博会前后，强化疫情防控，对入境参会人员严格落实闭环管理。按照《第三届中国国际进口博览会新冠肺炎疫情防控工作总体方案》，参展参会人员入境前，落实为期14天的自主健康监测；入境时，落实100%健康申明、100%体温检测和100%核酸检测；入境后，在指定宾馆实施为期14天的集中健康监测，并在第5天和第12天分别进行核酸检测。

不只是入境人员，所有参展参会人员、展区内工作人员也将全员核酸检测，在首次入馆时必须具备7天内有效的核酸检测阴性证明。

和往届进博会不同，今年进博会展区将不再零售冷冻生鲜食品，禁止试吃未经“全熟加工”的冷冻生鲜食品。同时，规范进口冷链食品采样、监测和消毒工作，强化冷链食品全链条防控，关键岗位人员核酸检测“应检尽检”。

上海市卫生健康委方面表示，进博会期间，要求参会人员每天开展自主健康监测，进入展区后全程佩戴口罩，保持安全社交距离。

(本报综合报道)

40余家新加坡企业参展第三届进博会

本报讯(记者 王曼 谢雷鸣) 11月5日至10日，新加坡工商联合总会带领40多家新加坡企业参加第三届中国国际进口博览会。新加坡工商联合总会还将于11月6日举办第三届中新贸易与投资论坛，进一步促进两国企业之间的沟通与合作。

记者了解到，本届进博会是新冠肺炎疫情发生以来，新加坡企业

今年首次大规模参展的国际性贸易博览会。在本届进博会上，新加坡参展商涵盖了物流、金融、专业服务、教育、健康、食品和农业等多个领域，包括傲胜、白丽洁、星展银行、大华银行、太平船务和太华食品等知名企业。

新加坡企业已经连续三年在进博会上展示产品和服务，大家对中国市场的热情与信心依然高

涨。在本届进博会上，新加坡企业横跨食品及农产品、消费品和服务贸易三个展区，总占地面积达1131平方米，73%的展商参加过前两届进博会。

新加坡工商联合总会主席林明彦表示，很高兴看到新加坡企业拥有品牌项目，主导建立起四位一体的展会大数据平台，建立合作关系。四位一体是指主办方、场馆方、技术支持方、信息传播方。与其被动接受对方的整合，不如主动的拥抱其技术为我所用。

基础设施、金融、法律和物流中心之一，新加坡企业独特的产品和优质的服务能够匹配中国市场不断增长的需求。

林明彦说，欢迎中国企业积极在新寻找商业机遇，也希望两国企业能够达成意义深远的伙伴关系。他期待通过进博会的平台进一步发挥新加坡作为东盟及全球市场门户的重要作用。

会展大咖说

新经济时代下会展业亟须强化价值创造

■ 陈树中

作者简介：
国防科技大学公共管理硕士，任长沙市会展办主任以来，主持制订了一系列行业发展规划、政策，发起创办和指导举办了长沙国际工程机械展、中国国际轨道交通博览会、国际稻作大会等多个在国内外具有影响的展会。

面对大变时代的到来，传统会展企业步履维艰。

三是从市场需求看，毋庸置疑，传统会展运营模式，越来越多地受到不断创新的商业模式的挑战，会展老三件套：场馆——组织——参展商，每一件都存在基于新技术的某些替代，网上展会、视频会议就是典型代表，并且可以预期，随着技术进步和运营模式不断完善，其替代传统会展的冲动与能力只会日益强化。

四是从产业资本看，传统会展企业多是轻资产企业，资本积累薄弱，融资能力有限，众多企业项目对政府补助依赖性较强，无力进行需要较大投入的平台开发，资本不足同时也制约了会展企业的人才吸纳和跨界资源整合能力。

今年以来，一场突如其来的新冠肺炎疫情更是加速上述四大趋势。这样一来，会展业何去何

从，如何应对新挑战。疫情发生后，从线上线下融合办展，到会展设施特别是场馆建设投入可行性及必要性；从政府扶持会展业发展的投入方向、投入重点，到高校会展人才的培育方式，等等成为热门话题。会展业面临前所未有的困惑，迫切需要深入探讨并积极实践和探索。

笔者认为，经济活动的根本在于产品供给和需求，无论是展览还是会议，本质上是提供产品。产品的价值和使用价值决定产品的存在和其价格。会展经济产业链核心是会展项目，长期以来，会展经济活动形式，就是以专业场馆为阵地，通过整合会展活动各参与方资源，搭建平台，推动交易实现(信息交换、技术交流、友情建立本质上仍然是服务于交易)，从而实现展会的价值，让会展公司获得回报。由于会展活动为举办城市带来的溢出效应和其本身赢利不足特点，使得会展活动获得政府补贴。因此，作为会展经济产业链的每一个企业，关注发展趋势，更要落实到如何强化企业产品的价值创造力的提升才是根本。

藉此，笔者就新趋势下的会展价值再造提出一些个人意见，与会展业界共同探讨。

首先，新经济时代会展数据化再造。近代以来，会展经济的发展无不是伴随着每一次工业革命的

实现从量到质的飞跃。第四次工业革命的主要标志之一就是基于新一代信息技术演化生成大数据时代来临。会展活动从某种意义上说，其具有与生俱来的数据收集运用基因，传统展会历来注重会展各参与方的数据积累，并且在精准性上具有一定的优势。会展企业可主动出击，协同有关方针对企业拥有的品牌项目，主导建立起四位一体的展会大数据平台，建立合作关系。四位一体是指主办方、场馆方、技术支持方、信息传播方。与其被动接受对方的整合，不如主动的拥抱其技术为我所用。

其次，城市营销的会展名片效应再造。发展会展经济之所以会得到各个城市的高度重视和大力推动，是其为城市带来的拉动效应。除直接带动餐饮、住宿、交通、广告业外，更重要的聚合产业要素、促进产业集聚、强化城市产业话语权，特别是打造城市名片，提升城市软实力。因此，对于会展业来说，面临新趋势，线上线下融合发展已成共识，但笔者想强调的是，只有更加强化线下才会有更好的线上融合、不可偏废，展会运营中尤其要注重在彰显城市个性、城市文化上下功夫，一个成为城市名片的展会，其生命力是毋庸置疑的。由此笔者认为，部分流动性展会也将逐步走向与某些所匹配的特定城市，根植融合，这或许也成

为一种趋势。

再次，会展促成交易功能上的能力再造。无论时代如何发展，表现形式如何演化，会展的交易和促成交易本质属性不变。我认为，无接触经济时代的到来，人与人之间需要更多的直接接触，其两面性并行不悖，必将同时发展，这是人的社会性必然。会展表现形式上更加注重新颖性、体验感、活跃度，比如展会、节、演、赛更多的融合，通过构建长效的服务展商观众公共平台，延伸增值服务项目，增强展商与观众对于展会的情感依赖和商业行为依存度。

最后，会展企业自身竞争力再造。新经济时代变革呼唤会展企业管理的创新。一是以永不停息的学习跟上时代步伐。会展经济是“人才经济+知识经济”，对新事物、新知识的学习接受能力直接关系到企业的生存发展。二是要注重复合型人才培养，在存量上强化会展人向产业人的转化，在增量上完成专业人向会展人的转化。三是努力从更多的向政府要政策转向向市场要效益，创造条件走向资本市场。四是以开放的心态寻求合作，会展业的特点有利于采用灵活多样的合作方式，只有共赢发展才能拥有新经济下的新未来。

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处