

创新会展·城市篇

上海加快打造国际化城市会展促进体系

■ 本报记者 毛雯

日前,记者从上海市政府举行的新闻发布会上了解到,根据此次最新发布的《“十四五”时期提升上海国际贸易中心能级规划》(以下简称《规划》)提出,到“十四五”末,上海将基本建成全球贸易枢纽、亚太投资门户、国际消费中心城市、亚太供应链管理中心、贸易制度创新高地,全面建成国际会展之都。

支持开展新型国际贸易

上海市副市长宗明表示,根据《规划》,未来五年,上海要实现离岸贸易创新突破,进一步便利跨境贸易资金流动,支持银行提升企业经营项下离岸贸易外汇收支便利度,扩大以自由贸易账户为基础的离岸贸易企业参与范围。同时,在自贸试验区及临港新片区、虹桥商务区等重点区域探索研究鼓励离岸贸易发展的税制安排,支持虹桥商务区内贸易真实且信誉度高的企业通过自由贸易账户开展新型国际贸易。

上海市商务委主任顾军介绍,今年一季度,上海新设跨国公司地区总部14家,新设外资研发中心5家。下一步,上海还将进一步优化营商环境,让已经在上海的外商投资企业更安心、更放心、更开心。让还没有到中国、还没有到上海投资的企业,通过口碑相传,欢迎他们到上海寻找更多投资兴业的机会。

上海将聚焦创新高端消费供给,推动首发经济发展、加快免退税经济发展,加快建设世界级“消费金腰带”、建设优质夜间经济地标,推动消费数字化转型等方面,持续增强对国内外消费的吸引力、集聚力、资源配置力和创新引领力,着力建设线上线下深度融合、内贸外贸相

互链接、具有全球影响力的国际消费中心城市。

持续放大进博会溢出带动效应

顾军介绍,“十四五”期间,上海还将提升中国国际进口博览会(简称进博会)的全球影响力和竞争力,全面建成国际会展之都。不仅将持续放大进博会溢出带动效应,推动贸易升级、产业升级、消费升级、开放升级,还将重点提升会展业配置全球资源的能力,集聚高能级办展主体,培育具有国际影响力的会展项目体系,创新发展“线上线下”融合的展会模式。

顾军表示,放大进博会溢出带动效应主要是推动“四个升级”:推动贸易升级,做精做优做强“6天+365天”常年展示交易平台,增加境

内外专业采购商规模。强化上海虹桥商务区进口集散功能,高水平建设一批专业贸易平台和国别商品交易中心,加快建设联动长三角、服务全国、辐射亚太的进出口商品集散地。推动产业升级,用好参展商资源,办好上海城市推介大会等重大活动,推进重大项目落地、总部能级提升。用好进博会海外资源网络,加强投资活动和项目信息联动,推介上海投资环境。推动消费升级,借力进博会打造“全球新品首发地”,举办进博会参展商品周、文化周、文化集市和各类场外延展和品牌推介活动,鼓励老字号、非遗品牌等在进博会展示推介,做大做强中国品牌日、中国自主品牌博览会等各类品牌展会。提升进博会常态化精品旅游线路的吸引力、影响力,

打造集展会、旅游、购物、体验等为一体的新地标。推动开放升级,巩固和放大虹桥国际经济论坛国际影响力,打造世界级高水平论坛和国际公共产品。将进博会期间的创新政策依法上升为常态化制度安排。高标准提升城市服务保障能力,着力打造成为城市治理体系和治理能力的现代化国际样板。

打造国际化城市会展促进体系

顾军介绍说,“十四五”期间,上海将进一步提升会展业配置全球资源的能力。大力引进国际知名会展企业总部、境内外专业组展机构等,鼓励本土会展企业增强组展实力,支持打造具有国际竞争力的会展集团。聚焦集成电路、人工智能、生物医药、航天航空等战略性新兴产业和

文化创意、金融服务、商业零售、商务服务等现代服务业领域,培育一批具有世界影响力的品牌展会项目,引进一批细分行业领域处于领先地位的世界知名展会项目。大力发展“会议+展览”模式,吸引高级别国际会议在沪举办。鼓励会展企业融合5G、大数据、人工智能等技术办展,实现会展行业“线下线上”融合发展。

与此同时,上海将加快打造国际化城市会展促进体系。深入贯彻上海市会展业条例,率先建立会展活动“一网通办”和信息备案制度。完善会展服务、会展经营、绿色会展、评估认证等标准,在全国率先形成会展业标准化体系。构建市区两级政策促进体系,完善事中事后监管机制、知识产权保护机制和纠纷解决机制。



4月12日,第十七届中国国际机床展览会(CIMT2021)在北京中国国际展览中心(新馆)开幕。

作为全球机床业界四大机床展之一,本届展会规模达13.5万平方米,来自全球27个国家和地区的1500多家展商携10多万台套机床工具产品参展。同时,本届展会还开通CIMT2021中国国际机床展览会线上展,与线下实体展会形成有效互动。

图为展会开幕现场。
(高晶晶)

会展传真

杭州国博二期项目总投资84亿元

本报讯 日前,杭州钱江世纪城与东南网架、华东建筑设计院、潮峰钢构联合体签订杭州国际博览中心(以下简称杭州国博)二期项目EPC总承包合同,标志着工程主体进入实质性建设阶段。

据介绍,2025年建成后,杭州国博中心一期、二期项目将成为杭州国际会展之都的“重要窗口”。

作为杭州国际博览中心的“姊妹篇”,“国博二期”高160米,地下3层,地上29层,总建筑面积45.4万平方米,集会议展览、商业、商务、酒店等功能于一体,重点打造都市型会展。项目建成后,国博一、二期展览面积将达15万平方米,会展场馆规模将跻身全国大型会展综合体前列。

值得注意的是,项目主体结构既有大跨度结构,也有超高层结构,其中钢结构最大单跨84米。同时项目施工现场紧邻已经运营的地铁六号线,毗邻即将通车的博奥路隧道等,工程复杂、施工难度大。

杭州国博自2016年10月投用以来,带动经济效益140亿元,累计接待会议6000余场次、展览200余场次,展览面积近3000万平方米,旅游参观192万人次,连续两年位列中国会议酒店百强榜首。2019年,浙江省唯一的会展产业园区——杭州钱江世纪会展产业园在国博中心挂牌成立。会展产业已成为世纪城“3+3”产业集群中的三大特色产业之一。
(杭潇潇)

《广州市关于促进会展业高质量发展的若干措施》审议通过

■ 隋金华

4月6日,第15届137次广州市政府常务会议审议通过《广州市关于促进会展业高质量发展的若干措施》(以下简称《若干措施》)。广州市将通过系列措施进一步提高会展业品牌化、数字化、国际化水平,增强会展业服务全市经济社会发展功能,巩固和提升国际会展之都竞争力和影响力。

作为我国历史最悠久的会展名城,广州会展业综合实力 and 竞争力居于国内前列,办展场次、办展面积连续多年位居全国第二位。2019年,广州市重点场馆共举办展览690场,合计展览面积1024万平方米。

2020年,受新冠肺炎疫情影响,广州市重点场馆共举办展览575场,合计展览面积471万平方米。

2019年11月,广州出台《广州市建设国际会展之都三年行动计划(2020—2022年)》(以下简称《三年行动计划》),围绕推进广州会展业高质量发展、加快建设具有全球影响力的会展之都的任务,提出九项重点工作,包括:优化会展业空间布局、支持广交会优化提升、促进会展市场主体发展、培育引进品牌展会、加强大湾区会展合作、推动智慧会展建设、规范会展行业市场秩序、提高口岸服务水平、完善会展业促进体系。

本次常务会议通过的《若干措施》共20条,涵盖优化会展场馆功能和布局、集聚优质会展企业 and 项目、支持会展品牌化数字化国际化发展、引进和培育会展专业人才、优化会展公共服务等方面,从政策上推动、保障《三年行动计划》提出的工作措施得到有效落实,确保实现广州会展业高质量发展、建设国际会展之都的目标任务能够稳步有序推进。

据悉,自疫情后复展以来,广州不断优化会展企业外部发展环境,再造市场化、多元化、国际化的会展行业生态,持续提升国际会展之都的能级。

成都大邑安仁:绘就国际会展小镇版图

■ 本报记者 兰馨

女性特有的智慧、知性豁达、温婉大气的格局,令会展活动在实现国际经贸洽谈与交流的同时,又充分展现出多元的东方文化底蕴和特色。在更高层面,为中华文化“走出去”做出了积极的努力和贡献。

在中华会展精英女性俱乐部理事长何继红看来,此次峰会在大邑安仁举办,对于会展人来说是一次难得的历史名镇体验。中华会展精英女性俱乐部不仅是女性会展群体工作、生活、休闲的交流平台,同时也是会展资源共享、共融发展的精准对接平台。期待通过此次峰会,让会展活动组织方更多地了解安仁的文化特色和资源,达成合作,加快安仁会展业的多元创新和升级。

推进会展生态圈统筹发展

会展新说

从平台经济看会展业的价值创新

■ 付睿

再次,数字化平台强调供需双方的精确匹配。也就是说,数字化平台力求最大化实现供需双方对信息、产品和服务的各取所需,提高商务配对的效率与交易转化率。

最后,数字化平台谋求双边网络外部性效应。增强双边规模,以去渠道化、促进交易为导向。根据梅特卡夫定律,网络价值等于用户数的平方。因此,二者连接的供给侧与需求侧用户体量越大,越有利于双边互相强化,进而不断降低边际成本,在市场上易形成赢家通吃的局面。

此外,与平台经济重塑价值交换过程,高效撮合双方交易类似,会展的重要作用也体现在直接连接、聚合多个客户群体,消除信息不对称与中间商,为供需双方提供面对面沟通、直接对话和交易的场景,并以最大化促成双边或多方交易为主要目标。

另一方面,会展与平台经济也存在一些差异。平台经济依赖于信息与网络技术,能跨越时空边界,如电商网购、外卖约车、在线教育等,皆不受距离与时间制约;反观会展,大多数线下展会活动依然限于特定时段与物理空间,讲究的是精细化和深度垂直服务。这是双刃剑,既是限制会展突破行业边界、扩大流量规模的瓶颈,也是会展领域抵御平台经济介入的重要壁垒。

数字经济时代,会展业应积极

地会展业须依据资源优势,打造特色会展。他强调,近年来,场景式会展活动迎来机遇。数据显示,2020年全国(不含港澳台地区)共举办约18637个特展。包含博物馆和美术馆、文创园区+空间、Mall+时尚街区、景区+文旅小镇、其他空间5种类别空间。其中,博物馆和美术馆举办特展8947个,占比48.01%。

创新“唤醒”古镇传统思维

“会展要在有限的空间挖掘无限内容,通过有效运营成为城市的载体。”杭州国际博览中心总经理唐雪表示,会展中心交流的空间太少了。但相比其他行业,会展空间很大,可以通过会展活动创新做很多事情。

“处在新经济时代,最重要的是拥有让消费者快速记住你的能力。”拼格创意科技创始人刘志

良认为,传统文化通过沉浸式会展活动创新,提升其优质的交互内容、视觉和体验,是提升竞争力的核心。

此次峰会期间,与会人士体验了“今时今日是安仁”情景剧,令会展业界看到文博古镇在创新层面的“苏醒”,同时也“嗅到”古镇会展的商业味道。

据了解,近年来,安仁先后举办了“一带一路”·世界城市文化旅游论坛、山一国际女性电影展、中国网络电影周、文化名镇博览会等会展活动。

此次峰会期间,安仁·中国文博产业功能区、大邑文体智能装备产业功能区、成都安仁华侨城旅游开发有限公司等对其产业资源介绍,引起会展业界人士对其产业资源的广泛关注。

探索展会数据的应用方式和盈利模式,尝试运用展会活动流量进行变现,提高产业附加值,并为企业提升运营效率和战略决策贡献有价值的参考。

二是搭建产业生态圈。从平台经济尤其是互联网的演进进程和当前趋势来看,未来的商业竞争或将不再是企业与企业之间的竞争,而是平台与平台之间的竞争,甚至是生态圈与生态圈之间的竞争。

会展业应围绕产业上下游搭建开放型商业系统,促进资源流动更加顺畅,为支撑展会活动提供更多个性化服务。通过进一步扩大供需网络,形成各方深度参与并相互受益、滋养创新力量生长的产业生态圈。

三是在思考流量多元化变现。广告、会员充值、增值服务费,甚至是打赏,平台经济的流量变现模式多样且明确。然而,自带人流、物流、信息流的展会活动,目前依然缺乏流量多元化变现模式。

原因在于,会展业并未有效尝试开发其引入流量的剩余价值,实现用户留存与后续变现。未来,在流量多样化变现上增加研究和投

入、创造新的服务模式,是会展业应重点探索的方向之一。

四是通过技术提升效率。物联网、AI智能、AR/VR等新技术层出不穷,持续驱动平台经济大规模发展。技术提高了生活生产效率,也改变甚至颠覆传统商业模式。

在平台经济巨头不断连接一切和突破行业边界的时代浪潮下,以线下见长的会展业如何紧跟趋势、乘风而上?数据+技术或许将成为会展拥抱数字经济、打造坚固护城河的重要出路,同时拥有行业底层数据和可靠技术解决方案的企业,可能会成为会展垂直领域的平台经济巨头。

平台经济无边界,会展业的价值创新也没有终点。

(作者系珠海华发国际会展管理有限公司总经理)

付睿

文章仅为作者观点,并不代表本报立场。本栏目署名文章涉及版权,转载请开通白名单。