

创新会展·城市篇

哈尔滨会展扶持资金定位高质量

■ 本报记者 兰馨

哈尔滨市政府近日发布《哈尔滨支持第三产业(会展业)发展补贴资金管理暂行办法(2022年)》(以下简称《暂行办法》)。

记者注意到,《暂行办法》补贴范围包括在哈尔滨行政区域内举办的符合支持范围的展览、会议项目,以及会展业的促进、服务、交流等活动。

哈尔滨有关方面表示,《暂行办法》将进一步推动该市会展业高质量发展,增强会展业对经济和社会发展的促进作用。

明确补贴标准

《暂行办法》明确,哈尔滨对引进举办的国际性展览项目,展览面积达到1万平方米给予补贴100万元;展览面积每增加1000平方米相应增加补贴10万元,补贴额度最高不超过600万元。对引进举办的国家级展览项目,展览面积达到1万平方米给予补贴75万元;展览面积每增加1000平方米相应增加补贴7.5万元,补贴额度最高不超过500万元。

《暂行办法》提出,对在哈尔滨

举办的区域性展览项目,展览面积达到1万平方米给予补贴10万元;展览面积每增加1000平方米相应增加补贴1万元,补贴额度最高不超过50万元。

对引进举办的国际性会议,会期2天以上,参会人数达到200人给予补贴7万元;参会人数每增加200人,相应增加补贴7万元,补贴额度最高不超过60万元。对引进举办的国家级会议,会期2天以上,参会人数达到200人给予补贴5万元;参会人数每增加200人,相应增加补贴5万元,补贴额度最高不超过50万元。

《暂行办法》明确提出,国内外会展企业在哈尔滨新注册落户设立独立法人机构,当年会展业务收入超过500万元,给予一次性奖励20万元。哈尔滨会展企业通过国际展览业协会(UFI)、国际大会及会议协会(ICC)、国际协会联盟(UIA)认证的项目,给予一次性奖励30万元。在哈尔滨举办的展览、会议项目通过UFI、ICC、UIA认证的,给予一次性奖励20万元。哈尔滨专业展馆全年承办1

万平方米(含)以上的展览达到25场,且3万平方米(含)以上展览达到8场,给予一次性补贴30万元;每增加一场3万平方米(含)展览项目,相应增加补贴3万元,补贴额度最高不超过30万元。

《暂行办法》还明确,对达到哈尔滨线下补贴标准并同期举办线上展览的企业,线上参展企业数量超过线下参展企业数量,补贴标准上浮10%,上浮补贴最高不超过50万元;对哈尔滨会展企业通过商务部等国家级授予“绿色会展示范单位(项目)”,给予一次性奖励10万元。

记者从哈尔滨市贸促会了解到,为规范会展业发展补贴资金,哈尔滨市贸促会近期公布了征集2023年哈尔滨市会展项目的通知。征集范围包括两点:一是2023年拟在哈尔滨国际会展中心举办的,符合相关要求的国际性、国家级、区域性(含本地)的各类展(博)览会项目,二是2023年拟在哈尔滨市辖区举办的具有较大影响力、学术水平较高且人数达到一定规模的国际性、国家级的专业会议项目。

提升服务能力

哈尔滨正在努力发展会展业。9月30日,哈尔滨市发改委发布的《哈尔滨市现代服务业“十四五”发展规划》(以下简称《发展规划》)显示,“十四五”期间,哈尔滨展览面积将由2020年的70万平方米增加到2025年的100万平方米。

《发展规划》提出,哈尔滨会展的发展目标是建设国家会展名城。其中,办好中俄博览会(哈洽会)、寒地博览会、绿色食品产业博览会(大米节)、黑龙江国际文化产业博览会、装备制造博览会等自主会展品牌,在提升规模和层次、水平的同时,培育家具展、文博展、种业展、牧业展等新兴专业会展。

《发展规划》明确鼓励会展业态创新,包括发展体验型会展、数字型会展、绿色型会展。具体来说,哈尔滨将推进“室内+室外”展览模式,打造深度体验式、沉浸式会展,推进“线上+线下”展览模式,鼓励创新“云展览”、智慧会展、网上博览等新模式,支持应用节能环保技术、现代工艺、安全、可循环利用和标准化模

块化材料和产品办展,鼓励资源联合共享。

同时,该市将扩大会展业对外合作。“十四五”期间,哈尔滨将加大与国际展览业组织、跨国企业、国家部委、行业协会、研究机构交流合作,吸引国内知名协会项目落地,引进国际展览集团等国际知名会展企业旗下的品牌展览项目。

哈尔滨将放大重点展会作用、功能,培育和引进具有较大影响力的品牌专业类和经贸类展览,提升自主展会的品牌影响力。该市将打造数智展览展示示范城市,以信息技术服务、数字贸易、数字金融等产业集群和特色小镇互联网创业者集聚地为重点,发挥会展对优势产业集聚的优先培育、产业补链、生态建设作用,打造由综合性博览会和多个特色产业展构成的“1+X”数字经济会展体系。

哈尔滨还将加强会展场馆建设,推进宝能会展中心、绿地国博城等会展场馆建设,推动名城、名企、名馆、名展联动发展,打造会展场馆集群。

新加坡受大型会议青睐

■ 本报记者 兰馨

国际大会及会议协会(ICC)近日发布的《2021全球协会会议年度分析报告》显示,全球会议行业显示出按计划举办的趋势。

随着各国旅游限制放宽,近几个月来,新加坡会议、会展与奖励旅游稳步复苏。除长期在新加坡举办的活动重启,一些大型的亚洲区域展会也开始落地新加坡。

据记者了解,第十一届亚洲铜业周活动将于11月22日至24日在新加坡滨海湾金沙会展中心举行。这是亚洲铜业周自2012年创办以来第一次走出中国到境外举办。由智利铜与矿业研究中心(CESCO)、中国有色金属工业协会(CNIA)共同主办的亚洲铜业周,已在上海举办了8届线下活动,并于2020年一

2021年连续召开两届线上CEO首脑会议。根据目前疫情防控相关要求,亚洲铜业周将在新加坡重启线下活动,此次活动将包括世界铜业会议、CEO首脑峰会、亚洲铜晚宴等。

2022年第七届新加坡金融科技节在11月2日至4日在新加坡博览中心举办。本次新加坡金融科技节将由“峰会”和“展览”组成。其中,展览恢复线下实体展示。

业内人士表示,新加坡作为“一带一路”建设中不可缺少的一环,拥有开放多元的文化环境以及MICE活动经验,吸引了国际会展活动组织者的关注。在后疫情背景下,会奖活动目的地的产业资源、政策扶持、文化环境和城市设施尤为重要。



11月1日,第二十届CTE中国玩具展览会在成都中国西部国际博览城开幕。作为亚洲规模最大的玩具展,本届展会吸引2000多家国内外玩具企业参展。主办方还在“中国玩协365云展会”“CSI认证供应商体系”“IP365X”三大数字化平台同步举办线上展。同期举办CLE中国授权展、CKE中国婴童用品展、CPE中国幼教展。(陈晋)

会展大咖说

中国会展企业的十年跨越之路

■ 刘松萍



作者简介

广东会展组展企业协会会长
广东省会展业标准化技术委员会主任委员
广州大学教授

中国会展业近十年的大繁荣、大发展,已使中国的展览面积和展览场次位居世界前列,成为名副其实的第一会展大国。透过这一光环看到的是中国会展企业拼搏的身影,看到的是会展企业绘就的中国会展业跨越式发展的壮丽画卷。

从真正意义上来说,中国会展企业的发展历史不过三十年时间。这三十年,可以概括为“从无到有”的第一个十年、“从少到多”的第二个十年、“从弱到强”的第三个十年。未来十年,期待是领跑的十年。

回顾最近这十年,中国会展业风起云涌,中国会展企业以自有的英姿支撑起了中国会展大国的地位,也点燃了中国会展强国的世纪梦想。身为会展观察者和参与者,笔者这十年思考和总结良多。

一是集团化渐成趋势。现阶段,我国会展企业大体上分为外资、国有、民营三大类。外资会展企业近十年通过移植、合资、收购等方式,在中国初步建立了集团化网络,进一步巩固了母公司的全球竞争力,如励展、英富曼、汉诺威、法兰克福、慕尼黑等。不少外资会展企业中国子公司已经成为其母公司最重要的海外收入来源。民营会展企业近十年积极推进集团化发展,形成了一批实力不俗的民营会展集团,如广州光亚、广

东鸿威、上海华墨、天津振威、青岛海名、青岛金诺、厦门凤凰等。国有会展企业除中展集团、中国对外贸易中心集团等原有的部委下属会展集团,地方城市近几年掀起了成立国有会展集团发展趋势,如北京、上海、成都、杭州、武汉、厦门等城市相继成立会展集团。

二是国际化蒸蒸日上。表现之一,是中国会展企业在国际会展组织中的数量与比重直线上升。如2012年,国际展览业协会(UFI)中国内地会员有78家,占比约13%;2022年,UFI中国内地会员有207家,占比约26%,会员数量约为十年前的3倍,比重约为十年前的2倍。在2012年第79届国际展览业协会全体大会上,时任上海市商务委员会副主任的陈先进当选为UFI2013年度主席,成为UFI历史上第一位中国籍主席,标志着中国会展企业国际地位的显著提升。表现之二是,近十年中国会展企业境外组展迎来大发展,实现了从引进来到走出去的双向发展。以米奥兰特、西麦克等为代表的中国会展企业开启海外布局,注入国际化基因,中国会展企业的身影频频亮相国际会展舞台。

三是资本化开启新途。2014年8月,大连北展挂牌新三板,开启了中国会展企业资本化运作的新起

点。2019年10月,米奥兰特在深交所创业板上市,成为“中国会展第一股”。目前,主板、创业板、中小板、新三板等资本市场共有十余家会展企业。虽然中国会展企业在资本市场中体量仍然较小,但中国会展企业资本化运作已在路上。

四是数字化势不可挡。过去十年,新兴技术快速迭代,数字化浪潮扑面而来。会展企业勇于面对、创新求变,创造了一个又一个行业奇迹。十年前,移动互联网开启大幕,2011年微信推出,会展企业的营销渠道开始从PC端转向移动端。再到后来的抖音、快手、小红书、头条等,应用场景快速切换,近年来,重心又向短视频、直播转变。2020年发生的新冠肺炎疫情客观上加速了线上会展的发展,2021年“会展元宇宙”概念应运而生。十年间,会展企业的营销渠道、管理方式、企业战略等均受到数字化的深刻影响。与此同时,一批抢跑的会展企业积极拥抱数字化,如米奥兰特、上海博华等,引领中国会展业走向数字化嬗变之路。

五是专业化渐入佳境。这十年,会展企业内部组织应势求变,人员专业化程度不断提升,尤其是一些大型会展集团更为明显。前二十年,中国会展企业是粗放式发展,大部分企业以销售为导向,销售部最为庞大,一人多岗现象比较突出。近十年,市场部、运营部、技术部等部门的非销售型人员比例在不断提高,会展企业内部的分工更加精细化,如专门设置新闻采编、新媒体运营、视频剪辑、广告投放、数据分析、公共关系、现场运营等职能岗位。这十年,中国会展企业专业化运营能力有了显著提升。

六是传媒化方兴未艾。会展与传媒属性相通、面目趋近,许多跨国

会展企业的母公司即为传媒集团,如英国的励展、英富曼、塔苏斯等。近十年,“传媒企业办会展,会展企业办传媒”现象渐成趋势:一方面,一批传媒企业进军会展业,成为会展新势力的代表。这些企业与传统会展企业基因不同,具有更强的媒体属性,甚至不以会展企业自居,其所办的展会周期更短、规模化速度更快;另一方面,有不少传统会展企业成立了专门的部门或公司,向行业媒体业务进军,创办行业杂志、网站、自媒体等,以媒体为发力点,增加企业的核心竞争力。

七是纵深化多向发力。近十年,会展企业向办展产业纵深化发展,注入更多的行业基因,与办展产业深度融合、紧密关联,越来越多的企业不再以单纯的展览公司示人。随着“会展+产业”发展模式的不断深化,产业会展正逐步成为展会的主流。比如,广州光亚会展集团、珠海再生时代集团分别围绕照明、打印耗材行业发展“媒体+电子商务+产业研究+展示基地”等业态,打造行业综合服务商,与展会互相促进。再如,广东鸿威国际会展集团在举办VR/AR产业博览会过程中投资成立了实体公司。此外,还有不少会展企业发起成立行业商会,成为会长单位或秘书长单位。

八是低碳化前景诱人。“双碳目标”背景下,低碳化已成为经济高质量发展的内在要求,会展企业当仁不让,成为低碳会展发展的主力。过去十年,已有一批会展企业肩负起社会责任,在低碳会展的道路上探索前行。如中国对外贸易中心集团从2014年第115届广交会开始实施《广交会绿色发展计划》,2017年第122届广交会推出绿色发展2.0计划,按照100%的绿色展位普及率目标,全面提升绿色发展质量,引领

低碳会展新生态,中国对外贸易中心集团也荣膺新华网颁发的“2017中国最具影响力绿色企业品牌”。近十年,以常州灵通、常州霍克、深圳朗晖等为代表的企业在绿色会展上作出了重要贡献,并吸引越来越多的会展企业加入会展低碳化发展的行列。

九是标准化逐渐形成。2015年,《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》明确提出了“完善展览业标准体系”,会展企业标准化工作由此开始加速,时至今日,队伍已逐渐形成,示范性成果不断出现。在全国会展业标委会技术委员会的示范引领下,近十年,浙江、陕西、福建、广东等省市先后成立了省级会展业标准化委员会,会展企业纷纷响应,积极参与,已成为会展标准化建设的生力军。以广东为例,广东现代会展、广州保利国贸等已成为广东省标准化试点单位。可以预见,未来十年会有更多的会展企业加入标准化建设队伍。

十是年轻化后浪可期。长江后浪推前浪,中国会展后继有人。过去十年,第一代会展企业创始人开始考虑交班与接班问题,第一批元老员工也进入退休倒计时。我们欣喜地看到,“展二代”开始登上舞台中央,“85后”“90后”逐渐成为会展企业的中坚力量。令人欣慰的是,绝大部分新兴会展企业已由年轻一代掌舵,新一代会展人成为中国会展业的实力担当。这些群体普遍接受了良好的高等教育且视野开阔。未来十年,年轻一代的会展人接过中国会展业发展大旗,向世界会展之巅迈进。

(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,转载请开明白名单。)

展现世界 展示精彩

中国国际贸易中心 集团公司
CHINA INTERNATIONAL CENTER GROUP CORPORATION

会展传真

廊坊发布措施促进会展业

本报讯(记者 毛雯)河北廊坊市贸促会近日公布的《关于促进会展业高质量发展的若干措施》提出设立促进会展业高质量发展专项资金。

《措施》明确,充分发挥专项资金的激励和引导作用,加快促进廊坊会展业高质量发展,推动会展业为全市产业发展和经济社会发展积蓄新动能。

《措施》明确提出,加大对会展业纾困解难的助力,提出补助因疫情等不可抗力因素影响停办、缓办或改为线上举办的展览项目。

根据《措施》,廊坊将重点奖励符合廊坊市13大产业链、“1+5”域域主导产业、三大新兴产业、“7+6”县域特色产业发展主题的展会,针对该市新培育、新引进展会,按照展览面积,最高给予60万元奖励;针对重点培育期展会(连续举办2—5届),按照展览面积和影响力,最高给予80万元奖励;针对成熟型展会(连续举办6届以上),加大对上届展览面积增量部分的奖励,最高给予50万元奖励。

此外,奖励在廊坊举办会期1天以上、境外实际参会人数50人以上的国际会议或实际参会人数200人以上的国内专业会议,奖励金额最高可达110万元。

对廊坊市会展企业年度主营业务收入达到相应标准的,最高给予30万元奖励。首次选址廊坊并举办规模以上的外来会展项目,除可享受展会奖励标准,还可一次性获得10万元奖励。

世界互联网大会乌镇峰会 线上线下融合举办

本报讯 11月9日至11日,世界互联网大会乌镇峰会将在浙江乌镇召开,会期两天半。本届峰会的主题是“共建网络世界 共创数字未来——携手构建网络空间命运共同体”,采用线上线下相结合的方式举办。

本次峰会是世界互联网大会国际组织成立后的首届年会,线下将继续在乌镇设置实景会场,届时有来自120余个国家和地区的政府部门、国际组织、行业机构、互联网企业、高校智库的近2000位代表参与。他们将围绕大会主题展开交流,为网络空间命运共同体建设贡献智慧。

大会将围绕合作与发展、技术与产业、人文与社会、治理与安全四大板块,就全球网络空间焦点热点议题设置20个分论坛。大会期间将举办世界互联网领先科技成果发布活动、“携手构建网络空间命运共同体”实践案例发布展示、“直通乌镇”全球互联网大赛等活动以及“互联网之光”博览会。另外,大会将继续发布《中国互联网络发展报告2022》和《世界互联网发展报告2022》蓝皮书。(薛哲理)

2022中国工博会 设九大专业展

本报讯(记者 毛雯)第23届中国国际工业博览会将于11月30日至12月4日在国家会展中心(上海)举办。本届工博会以“碳循新工业、数聚新经济”为全新主题,同步打造“数字工博”平台,以双线融合模式举办。

本届工博会专设“双碳”特展,首次设立德国馆,展示德国企业最新的技术和产品,推动中德产业交流。本届工博会九大专业主题展包括数控机床与金属加工展(MWCS)、工业自动化展(IAS)、节能环保技术与设备展(EIAS)、新一代信息技术与应用展(ICTS/ IIS)、能源技术与设备展(ES)、新能源与智能网联汽车展(NEAS)、机器人展(RS)、科技创新展(STIS)等。

据悉,本届工博会规模将达到28万平方米,吸引超过2600家企业参展。