贸促人：不就世博说世博

■ 本报记者　叶灵燕

“世博组织工作已成为贸促系统的一个重要品牌。在新形势下，要进一步放大世博会平台的贸易投资促进功能。今年，全国将有23个省区市参与2017年阿斯塔纳世博会（简称阿斯塔纳世博会）中国馆的有关活动，希望各省区市精心谋划，做好成果设计，确保活动取得实效，充分利用世博平台促进地方贸易投资工作。”近日，中国贸促会贸易投资促进部副部长舒寰在世博平台贸易投资促进功能专题会上指出。

在此次专题会上，中国贸促会贸易投资促进部世博会事务处处长阮炜介绍了世博会的贸易投资促进平台功能和相关工作经验，建议各省区市在筹备参与阿斯塔纳世博会的过程中，要以“一带一路”建设为统领，以农业和能源为重点领域，注重成果设计，全面促进中哈经贸合作，为世博工作打造新的亮点。

与会代表结合本地参与世博会工作情况展开讨论，普遍认为世博会平台对提升地方贸促会话语权、促进地方贸易投资工作具有重要作用，参与好世博会中国馆的有关活动，对传播地方文化、加强中外交流、促进经贸合作具有重要意义。

“地方要善用世博平台，服务地方经济发展，不就世博说世博。”山东省贸促会副会长林源认为，地方应全方位做好调研、提升顶层设计能力，做到认识到位、谋划到位、落实执行到位、机制保障到位，不断增强地方参与世博的动力。

林源以米兰世博会山东周举例说明，山东以齐鲁文化为底蕴，以企业为主体，以七大产业为依托，以工商界交流合作为主要形式，以经贸活动、展览展示、文艺演出和非物质文化遗产展演等为主要载体，有效利用世博会资源，全面展示了山东作为中国第一农产品出口大省的良好形象，经贸合作成果丰硕，举办了山东—意大利经贸合作交流会暨企业洽谈会、山东省—意大利日用消费品采购对接会等，推动产业技术对接，促成一大批合作。为延伸世博会效应项目，部分山东企业家在活动之后还分赴法国、德国、葡萄牙、奥地利等国拜访客户、洽谈合作。

据初步统计，米兰世博会山东周期间，山东省共在欧洲12个国家举办各类经贸活动20多场，商务拜访近70次，各级贸促会及行业协会签署友好合作协议14份。山东省企业共计实现贸易额6550万欧元，达成贸易意向2.31亿欧元、利用外资意向9.41亿欧元、境外投资意向1.48亿欧元。

结合参与举办米兰世博会山东周的成功经验，林源对地方参与世博会工作提出三点建议：

第一，深刻认识世博工作重要性，提高责任意识和担当精神，增强工作主动性和自觉性，要意识到地方贸促职能的“唯一性”，要着力“牵头与协调”角色，还要主动担责、认真履责、扎实尽责，持续用力。

第二，全面提升“讲故事与做游戏”的能力，要着力顶层设计和引导讲好“地方故事”，要提供好“增值”服务，还要加强自身队伍建设。

第三，锐意进取、改革创新、加快形成贸促工作发展的新优势与新动能，要运用新技术、新手段推进“效率与标准”的提升，要着力与成员单位之间关系的沟通密切和业务的融合发展。下一步，还要完善地方参与世博工作的服务平台和工作体系，注重体现经贸活动的国际化、专业化、市场化、品牌化，突出针对性、有效性，努力取得新成效，释放新动能，迈上新台阶。

8月22日至24日，阿斯塔纳世博会中国馆内蒙古主题活动周将以世博会为契机，重点以经贸项目推介、对接和经贸洽谈为主。

“内蒙古高度重视参与阿斯塔纳世博会中国馆活动的筹备工作，为参博提供有力的组织保障和资金保障，将充分展示风能、太阳能等绿色能源和新能源方面的发展成就，借此促进与中亚和“一带一路”沿线国家的交流合作，推动招商引资和企业“走出去”。”内蒙古自治区贸促会巡视员李超英介绍说，为了做好内蒙古主题活动周的各项工作，他们计划以开幕式、经贸洽谈会、小型展销会、文艺表演、能源项目展示等为主要内容，全力做好经贸合作项目的对接工作。下一步，他们将进一步丰富贸易投资促进工作的内容，完善和丰富活动安排，抓住世博会这一经贸投资与促进的重要机遇及广阔平台，为内蒙古在实施“请进来”和“走出去”战略中发挥更大作用。

中国国际商会会展部部长郭英会表示，作为阿斯塔纳世博会中国馆综合服务商，商会将为省区市参与中国馆活动提供支撑，全力为地方做好服务，充分发挥世博会平台的贸易投资促进功能。

●会展关注

贸促会以“一带一路”为指引创新出展工作

本报讯（记者 方凡）近日，2017年全国贸促系统贸易投资促进工作暨落实“一带一路”倡议工作会议在北京召开期间，还举办了出国展览专题会、世博平台的贸易投资促进功能专题会等。

记者从出国展览专题会上了解到，中国贸促会以落实“一带一路”倡议为指引，制定了《贸促会2017年出国展览计划》，共列入21个出国展览项目，分布于19个国家，总展出面积预计为23296平方米。

2017年，中国贸促会出国展览具有3大主要特征：一是围绕国家重大战略，优化出国展览项目整体布局。赴“一带一路”沿线国家和新兴市场国家，满足中国企业发挥产能优势和扩大出口需求的项目16个，占项目总数的76%。二是配合国家外交大局，强化外交外经贸促进双重效果。组织企业奔赴未建交国家办展、代表中国组织主宾国展出、持续推进与中国关系特殊国家办展工作。三是培育自办展览，提升“中国品牌”影响力。以贸促会名义在境外举办10场自办展览，为中国企业“走出去”搭建平台。

与会代表对贸促会2017出展项目表现出浓厚兴趣，表示将根据各地特色产业开拓国际市场需求，组织有关企业参加中国贸促会出展项目。

在会上，中国贸促会贸易投资促进部展览会议处处长章书靖介绍了2016年出国展览审批工作的整体情况。据其介绍，2016年，贸促会批准全国97家组展单位共赴63个国家组织参展1492个，较上年增长7%；展出面积为83.5万平方米，增长14%；参展企业数为5.84万家，增长12%。其中，批准全国贸促系统出国展览项目492个，占展览项目总数的33.4%；参展面积33万平方米，占总出展面积的40%。特别是在“一带一路”倡议的引领下，“一带一路”沿线国家和地区成为出展市场新热点。2016年，全国83个组展单位共赴32个“一带一路”沿线国家实施参展计划602个，较上年增长16%；展出总面积为30.2万平方米，较上年增长31.9%；参展企业为2万家，较上年增长25%。通过举办出国展览，搭建经济外交舞台，为推动多双边经贸关系良性发展营造了良好氛围。

与会代表结合本地实际情况，对出国展览工作提出了意见和建议。

日前，以“开启智能时代”为主题的第五届中国电子信息博览会（CITE）在深圳会展中心开幕，展会规模超过10万平方米，吸引了来自世界各国超过1700家行业领军企业参展。同期举办40余个主题、超过100场研讨活动，重点发布超过4000件新产品新技术。（沈殿文）

厦门会展业扶持政策再升级

■ 宗贺

近日，由厦门市会展局、厦门市财政局联合印发的《关于进一步促进会议展览业升级发展的扶持意见》（简称《意见》）正式出台。

《意见》是在原促进政策的基础上，将《关于促进会议展览业加快发展的若干意见》与《厦门市经贸专业展场地租金补助办法》并轨修订调整而成，调整之后的扶持政策主要呈现以下六大变化，将有力促进会展与主体产业的融合发展和招商引资，加快会展产业转型创新和升级发展，提升厦门会展业国际化、高端化、品牌化水平。

变化一　鼓励自办展

对符合条件的厦门自办经贸类专业展会继续实行招商奖励，第一二三届奖励标准由每个标准展位奖励500元提高至600元，第四五六届保持以往标准，按每个标准展位奖励400元、300元、200元。招商奖励封顶总额由100万元提高至120万元。

为鼓励提升厦门展会国际化水平，对符合招商奖励条件的展会中有国际（境外）企业（含台港澳及国外企业）参展的，每个标准展位予以1500元奖励。奖励封顶总额由40万元提高至50万元。

变化二　提升展会奖励总额

对招揽引进在厦门举办的各类经贸专业展，维持规模奖励和场租补助标准，将场租补助封顶总额由80万元提高到100万元。

招揽展面积达3万平方米以上且展览规模达1500个标准展位以上的，给予实际展览场地租金50%的补助。每个展览项目的场租补助总额不超过100万元。

变化三　奖励会议型饭店

新增会议型饭店参照标准。此次《意见》将评定等级的会议型饭店和星级饭店共同纳入奖励认证范围，以充分发挥会议型饭店在承揽会议中的积极性。

根据境内会议实际情况，取消商业会议及学术会议的分类，合并为境内会议并执行原商业会议奖励标准。

增加大型国际（境外）会议分档奖励。

变化四　增强招揽积极性

《意见》对全年招揽引进8个及以上会议项目的承办机构，给予全年奖励总额20%的超额奖励。

变化五　重大项目特殊奖励

为鼓励重大会展项目在厦门落地举办，提升对主体产业的融合带动作用。

对符合厦门产业经济发展方向、具有较强产业带动作用和可培育发展潜力的大型或专业展览项目，以及由国际组织或行业协会举办、参会人员有行业领袖或学术权威的高端或国际会议项目给予特殊奖励。

变化六　强化营销推广支持

新增对取得国际展览业协会（UFI）认证的展览项目一次性奖励20万元，对加入国际展览业协会（UFI）和国际会议协会（ICCA）的机构一次性奖励10万元。

中国会展经济研究会第十二届年会将在海口举办

本报讯（记者 毛雯）据悉，中国会展经济研究会第十二届年会暨中国会展经济（海口）论坛（简称海口论坛）将于4月21至23日在海口召开。

在全球形势复杂多变，不确定性因素增加的大背景下，随着中国经济转型升级，会展业也面临新的机遇和挑战。会展业作为现代服务业的重要组成部分，是连接生产与消费的桥梁纽带，是促进经济与经贸繁荣的重要载体。此次海口论坛，将围绕“会展行业供给侧改革与发展”主题，邀请国际贸易、国际会展、会展教育等专家学者就会展行业供给侧改革与创新发展、科技创新助推会展腾飞、会展业态、模式创新、会展教育创新等议题进行深入研讨。据介绍，论坛期间，将发布2016中国展览、会议、节庆发展权威统计成果，深入探讨中国展览业标准化体系建设、会展诚信体系建设等专项议题；同时，还将推出展陈设计师岗位能力培训项目、评选中国会展经济研究会优秀学术研究成果和相关优秀奖项、2017中国会展经济学术论文集等。

此次论坛期间，还将举办中国会展教育论坛、中国会展人力资源峰会、中国会展经济研究会会展集训营大讲堂、会展教师微课大赛和大学生演讲比赛等多项活动。此外，海口、广州等城市还将举行城市推介活动。

随着海南国际旅游岛建设，海南会展场馆及相关配套设施得到进一步完善，大型会展活动的举办也进一步提升了海南的知名度。借助这一良好契机，海口将大力培育和打造高尔夫、邮轮游艇、医疗康复、健康养老、运动休闲、文化博览等具有海南区域特色的品牌会展项目，打造其“大会展”产业新业态。

●会展传真

西安丝路国际会展中心公司成立

本报讯　近日，西安丝路国际会展中心有限公司正式揭牌，这标志着华润集团与西安合作共建的西安丝路国际会展中心项目正式拉开序幕。

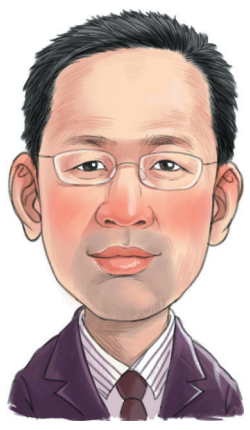
西安丝路国际会展中心位于西安浐灞生态区灞河之滨，比邻2011西安世园会会址西安世博园，项目占地约1300亩，总建筑面积60万平方米，其中展览中心40万平方米、会议中心及配套酒店20万平方米。项目以欧亚经济论坛为依托，围绕国家“一带一路”战略，按照“国家级、国际化”水准，打造“西北会展产业新极核，西安会展经济新引擎”，带动浐灞成为聚集会展、会议、酒店群、金融商务、创客中心、特色小镇、生态旅游等多种产业为支撑的现代会展城，成为中国新丝路的开放窗口，大型高端国际会议举办地及外事活动承办地。今年，会展中心将全面开工建设，预计2020年建成。届时，将为丝绸之路沿线地区、城市、国家提供一个举办展览、会议、交流、交易的大型综合性会展平台。（席宗贺）

一季度海口办展量同比增长21.6%

本报讯　记者日前从海口市会展局新闻通气会上了解到，2017年第一季度海口市共举办上规模会议和展览90场，同比增长21.6%。

据了解，2017年，海口力争实现举办260场规模以上会展活动，综合收入突破百亿元的任务目标，完善和加强重大品牌会展的筹备及服务保障工作。下一步，海口市会展局将继续围绕“十二大产业”的战略部署，充分发挥海口发展会展业在生态环境、经济特区、国际旅游岛建设上的优势，围绕“质量·创新”的发展主题，抓好重大品牌会展活动的举办，推进会展与旅游、文体、商务等相关产业融合发展，扩大海口会展业的影响力，提升整体规模，增强核心竞争力，力争实现“时间过半任务过半”的目标任务。

据悉，海口市会展局还将赴北京上海等地积极开展岛外促销，全力开拓岛外市场，进一步宣传海口会展和海口城市形象。（宗赫）



精英式会展人才培养曲高和寡？

■ 姜淮

近日，笔者应邀参加了华南理工大学会展经济与管理培养方案论证会，其由T型人才培养结构和精英式培养模式确立的“经、管、新”理念，让笔者认识到中国会展高端人才培养的细分基础。

作为从业者，接触这类课题会本能地比照企业和市场需求。应该说，一名合格的会展专业毕业生日常所学即为未来行业所需。但在此，笔者认为：高校应站在国家经济社会发展的战略高度为社会培养人才，而以市场为导向的教育理念不能走入以企业为导向，进而做企业尾巴的误区。

一直以来，业内认为，会展专业应按实际所需在丰富和完善基础上，尽可能让学生掌握有效的工具和再学习的能力。由此，会展专业学生掌握一定的会展基础理论、营销、管理、数理、设计、新技术知识都是必不可少的。因为在实践中这些都需要，比如项目管理需要一定的管理知识，涉及团队组建、薪酬制度、激励机制的制定、成本收益的控制、场地规划的设计、媒体推广特别是新媒体的运营和推广、电子商务的运用等。而项目策划又需对宏观经济、政策的把握，相应的文案能力等，这又是另一个层面的要求。

如此，展现在世人眼中的是，一棵以会展为概念的主干，缀满累累果实、枝繁叶茂的参天大树。试问，日常工作需要起草各种报告、请示，是否需要设公文写作课；官网、微信推送，各种路演宣传，是否需要开设新闻写作课程，当然，有专业开设大学语文的，可以进行基础知识的培养。此外，会展还牵涉物流、报关、报检、知识产权保护等，是否需要开设相关的课程？此外，似乎还必须设置诸如会议、旅游、节庆等体系的课程。

然而，如何体现专业特色，避免陷入博而不专、博而不精的境地？理论上，会展业被认为是交叉学科，但现实中却沦为“万金油”“万花筒”，甚至出现一流大学，二流专业的窘境。

如何走出窘境，需要从学科设置、培养目标和办学特色的角度予以厘清。

目前，华南理工论证的T型培养结构相对较为完善。从平行的角度来看，培养方案涵盖经济学科、管理学科、创新实践和个人素质。从纵向来看，则包涵会展基础、会展管理、会展技术和节事旅游，由此构成完备的学科体系。

与此同时，华南理工成立了两大实验室：即工程管理实验室、信息技术实验室。就学科体系建设及其配套来看，充分体现了理工科类985高校的特色。由于每届只招35至40名学生，体现了精英办学的理念。

笔者曾“极端”地认为，会展本科类学生的处境很尴尬，名牌高校会展专业学生则更尴尬，源于对会展行业的认识，作为服务行业，更加注重的是服务意识，通俗地说，需要“柔软身段”，从意识抓起，从经验积累起步。

以华南理工为例，其走的精英培养路线切合其办学特色。首先，华南理工是教育部授予的全国高校首家博士点，在节事领域具有权威地位。随着会展理论，特别是对活动管理的重视，其优势专业得到进一步彰显。

其次，作为工程技术类高等理工院校，涉及与展览密切相关的专业可以走高端路线。比如，关于展览工程和器材的设计、功能的创新和完善，同样可以作为学科深度挖掘和人才提升培养的方向。如此，则充分体现自身的培养特色。

再次，走精英培养路线，提高再学习的能力符合行业特点。如同新闻行业一样，会展人才同样具有迅速处理问题的能力。记得一家知名媒体对新闻记者的要求是三个“三分钟”，第一个三分钟是接受任务、理解任务，第二个三分钟是收集资料，第三个三分钟是撰写出采访大纲。当然，会展人没有这种时间的紧迫性，而更需要的是能够把握新接触的展览题材的行业趋势，以便较快进入角色，并精准把握行业需求。

客观地说，从“大会展”学科的角度出发，中国会展业已到了该向社会输出高层次人才的阶段。

（作者系中国会展经济研究会副秘书长、广东现代会展管理有限公司副总经理）

●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处