

展览行业资源整合：

一道待解的难题

■ 本报记者 兰馨



一带一路 就像中国茶一样，源自中国，世界分享。北京大学国际关系学院教授翟崑日前在“一带一路 共享共赢 展览行业资源整合大会”上，又一次分享了国际货币基金组织(IMF)主席拉加德对“一带一路”倡议的肯定。

翟崑认为，一带一路 峰会召开后，一带一路 倡议将以搭建框架为主的1.0版阶段，进入了优化升级为主的2.0版阶段，中国的

带一路 倡议已成为全球共识。机械汽车展览联合会执行会长陈涛表示，目前，中国的制造业处于转型关键期，企业如何借一带一路 建设机遇转型，能否利用展会平台抱团 走出去，是新形势下亟须解决的问题。

形成上下游产业链

展会是一个极好的平台，可以组织铸造企业到境外参展，通

和当地政府、行业组织对接，推动铸造行业探索发展的出路。中国铸造协会执行副会长范琦坦称，目前，铸件企业 走出去 还没有好的路径。

记者从有关方面了解到，去年9月，一带一路 铸造产业合作发展工作委员会成立。有关负责人表示，该工作委员会将发挥横向合作、协同创新、智力支持、项目撮合、信息互通、资源互补、资金引导等优势，加强国际间的交流与合作，力争摸索出一条合作共赢的新路。

中国印刷及设备器材工业协会副秘书长李春杰则表示，受数码行业发展的冲击，印刷行业也在积极寻求 走出去 创新转型发展。但在 一带一路 沿线国家，由于印刷业发展还不成熟，企业要落地投资面临很多现实困境，如生产设备的很多配件无法匹配，更重要的是缺少技术人员等。因此，她提出，上下游产业链抱团 走出去 应是一条很好的出路。

机械汽车展览联合会秘书长张效林也表示，近年来，随着机械汽车展览联合会会员单位 走出去 办展，发现各有优势也各有短板，若形成上下游产业链的合作，则赢面倍增，当然，这需要群策群力，为制造企业 走出去 搭建有效的平台。

抱团 走出去 力量大

这是联盟的时代。翟崑认为，美国作家帕拉格·康纳(Parag Khanna)的《超级版图》一书，关注全球供应链、超级城市与新商业文明的崛起，切中的正是中国提出的一带一路 倡议。

相对展览项目 走出去 的挑战，中国冶金贸易促进会副秘书长王宝敬则表示，冶金贸促分会每两年举办一届的中国国际钢铁大会，是目前国际规模最大的行业盛会，全球钢铁巨头悉数参会。由于涉及钢铁行业上下游产业链，吸引了国内外研究机构和行业协会的参与。

张效林强调说，随着全球供应

链、新商业文明的崛起，中国制造企业 走出去 也遇到了不小的挑战。目前，在 一带一路 沿线办展最急需解决的问题就是能否与当地市场进行高效融合，并达成合作共识。

据张效林介绍，2月15日，机械汽车联合会工委成立，旨在加快推动 一带一路 倡议、中国制造2025 的实施，发挥机械汽车展览联合会所属会员单位的海内外资源优势，为会员企业搭建一个开放包容、合作共赢的经贸及业务交流合作平台，推动国际产能合作和装备制造 走出去，助力展联各成员单位携手 走出去，加快各单位的国际化发展进程。

在 一带一路 沿线推广畜牧业，有机遇，但挑战更大。中国畜牧业协会副秘书长刘强德表示，就目前的会展服务而言，虽然启用了新技术，但创新较少。希望通过大数据，记录与会者的真实信息，让行业实现互动。这样才有利于行业联盟、上下游产业链联盟的发展。



● 会展传真

泉州市贸促会将再组团参加园艺及家装展

本报讯 7月6日至9日，由中展集团主办、北京华港展览有限公司承办的第二届北京国际园艺及家庭装饰展览会将在中国国际展览中心举办。

值得一提的是，今年泉州市贸促会再次与中展集团合作，将组织泉州市德化县、安溪县、泉港区的30多家龙头企业参展，旨在推动泉州市工艺品产业转型升级，提升泉州作为21世纪海上丝绸之路先行区的影响力和知名度，全面展示、宣传、推介泉州工艺文化，进一步开拓国内市场，增进行业间的交流与贸易合作。

据了解，组展方希望展会能提高行业自身形象和地位的同时，向社会和民众更好地宣传家庭园艺及家庭装饰行业的现代理念，让民众进一步正确认识中国园艺及家庭装饰产业发展现状，真切感受相关产品为家庭带来的丰富、安全、便捷的产品和服务，以便不断改善、提升生活品质。本届展会将延续上届的风格，以丰富多彩的特色活动吸引观众。展会期间，组委会将安排各种演讲与DIY活动，通过寓教于乐的活动形式让观众在参观展会的同时学到更多园艺及家庭装饰知识。(毛雯)

首届中国纺织非遗大会 11月在杭州召开

本报讯 据悉，首届中国纺织非遗大会将于11月在杭州千岛湖文澜狮城举行，主题为“共筑纺织非遗可持续发展新生态”。首届中国纺织非遗大会是基于当前我国政府及社会各界重视弘扬中国传统文化、振兴优秀传统文化的良好氛围和社会背景进行的精心策划与组织。

据悉，本次大会旨在将非遗传承发展的保护链与纺织工业的产业链有效衔接，促进传统工艺与现代产业融合发展，通过包括非遗代表性传承人、手工艺者、企业家、设计师、专家学者在内的非遗传承人及社会各界的共同努力，在全社会营造既有人文情怀，又重传承能力的非遗保护与传承的良好生态和氛围，探索“文化+产业+互联网”非遗传承的新途径，探索以文化为依托、以市场为导向、以产品为载体、以互联网为平台，适应市场经济发展环境、符合市场客观规律的纺织非遗可持续发展新模式。(陆茵文)

贵州酒博会 国际化提速

■ 本报记者 兰馨

第七届中国(贵州)国际酒类博览会(简称酒博会)将于9月9日至12日在贵阳举办。今年酒博会的主题为“展示全球佳酿，促进交流合作”。与往年相比，今年将更加突出国际化、专业化、市场化特色，尤其是将推动“酒+文化+旅游+互联网”业态融合发展。

本届酒博会拟设7个展馆，设3000个展位，不仅将展出葡萄酒、烈性酒、啤酒等酒类以及原材料、添加剂、酒器酒具、酿酒工业技术、酒类包装材料等衍生品，还将首次展示酒产业工业旅游、酒文化产品等涉酒全产业链。

国际展商将创新高

本届酒博会，国际参展商和采购商规模将超出历届展会。贵州省贸促会会长、贵州省博览局局长张汉林接受记者采访时透露，今年酒博会在邀请国际参展商和采购商方面投入了更多的精力和人力。

作为中国举办的首个国际性酒类博览会，酒博会是贵州首个经国务院批准、上升到国家层面、面向全世界的大型国际性专业展会，自2011年起每年举办一届。目前，酒博会已成为中国国内规模最大、国际化程度最高、业内影响最深的专业酒类博览会。

同期举办会展经济峰会

据贵州省贸促会副会长、贵州省博览局副局长刘寄萍表示，近年来，贵阳会展业进一步发展提升，为了更好地发展会展经济，贵阳借酒博会巩固夏季会展名城品牌。

酒博会举办地贵阳市，依托生态、气候、大数据等优势，高效发挥会展业对外开放的重要平台作用和推动经济发展的抓手作用，会展产业加速迈向专业化和特色化的全产业链时代。贵阳市将对酒博会扶持培育一批品牌项目，打造具有贵州风格、中国特色、世界水平的专业展会。

此外，第七届酒博会主体活动及有关专题活动将同期举办。届时将举行开幕式、世界酒业峰会暨世界酒业采购商经销商大会、国际会展经济发展峰会等主题活动，举办世界酒业联盟年会、花式调酒表演、美酒嘉年华等系列专题活动。同时，酒博会将搭建旅游和文化交流平台，提升山地公园省多彩贵州风品牌影响力，推动贵州特色文化走出去。

户外企业 用专业撑起一路风景

■ 本报记者 叶灵燕

只有专业，才能撑起一路风景。在第十二届亚洲户外用品展览会(简称亚洲户外展)上，迪卡侬展台屏幕上打出的一字一画体现了企业对增速放缓的户外行业的坚守。

7月2日，亚洲户外展在南京国际博览中心闭幕，规模达4.8万平方米，参展品牌617个，以业业追踪、笃论高言、资源推介、户外趣玩等不同形式展现户外行业的不同领域。

亚洲户外展项目总监李皓表示，在市场增速放缓的情况下，亚洲户外展作为中国乃至亚洲地区户外行业的发展风向标，理应率先洞察行业发展新趋势，对展会内容进行创新，挖掘更多潜在增长点，激发行业新活力。

做有情怀的户外人

展会期间，凯乐石的钟承湛、探路者的盛发强、思凯乐的曾花、三夫户外的张恒、户外特工的余小君等大咖或为行业加油，或为展会造势，或为论坛发声，或为品牌站台，忙得不亦乐乎。

在展会现场，自己推着轮椅随处参观交流的钟承湛显得格外引人注目。记者注意到，除在凯乐石展台之外，在其他展馆也能看到钟承湛的身影。他曾明确表示，亚洲户外展已从一个展示的平台逐步变成一个交流的平台、好玩的聚会，这是他所期望的。凯乐石作为亚洲最专业的户外品牌之一，希望把精力放在更偏专业的亚洲户外展上。

在户外特工展台，余小君正忙碌地招呼着新老客户。对她而言，今年展会别有意义，从2007年首次参展至今这整整10年间，亚洲户外展见证了余小君从户外爱好者到零售商到代理商再到品牌商和生产商的



的成长历程，该品牌鞋在同品类户外鞋中连续5年市场占有率和销量稳居第一。

从最初的喜欢到后来的热爱、真爱，再到现在的责任，正是户外情怀支撑着余小君不停转换角色，一路坚持下来。在她看来，情怀是支撑户外人继续走下去的动力。

正因为这些户外品牌负责人心中有情怀，不忘初心，人们才能够看到凯乐石、思凯乐、户外特工、迪卡侬等一批铁粉展商与亚洲户外展一路同行。

制造有尊严的户外用品

户外人不仅有情怀，还很专业。我们做的是专业、有尊严的户外用品。深圳华域佳泰纺织科技有限公司运营总监王萃告诉记者，该

公司自主研发的产品就像是自己的孩子，需要经历款式设计、面料选择、成品测试等漫长而精心的孕育过程。

冰焰户外羽绒装备负责人邱成业自2014年首次参展后，沉寂了两年，今年带来了最新设计的户外羽绒装备。据其介绍，新产品处处体现了细节，能够规避常规户外羽绒装备的痛点。因把大量精力倾注于产品研发，产品还没有开始量产。倔强的邱成业表示，要做不一样的冰焰。

苏州捷迪纳米科技有限公司是一家碳纳米管研发、生产企业，虽然展位面积并不大，但是因展出了可以水洗的高温加热衣服，受到观众的热捧。

近年来，凯乐石以轻量化革命先锋为己任，频频在新品研发上发

力。此次获亚洲户外产业大奖银奖的三件专业产品受到评委会的高度评价。其中，Dragonfly UL 1P+蜻蜓UL野营帐专为狂热的户外爱好者的双人出行而设计，采用目前世界上最为轻质的10D材料与最为轻量的进口DAC羽量级NFL帐杆，构成整顶帐篷的主体，收纳体积小，重量只有950克，结构稳定，抗风性能优异，适用于野外各种复杂环境。

展出的鞋都是我们的专利产品，户外特工拥有自己的研发中心，不断提升自主创新能力。余小君底气十足地向记者介绍。

记者在采访中了解到，愈来愈多的国产户外品牌加大投入力度，加大产品研发创新，依靠自主研发产品进一步拓展市场的深度和广度。

场馆代际更迭应与管理能力相匹配

■ 刘海莹

举办庆典为主，如北京展览馆、上海展览馆等。为了向新中国建国10周年献礼，展示工农业发展成果，第二代场馆应运而生。场馆建筑以体现中国风格为主调，整体外观及展厅布局均采用园林式建筑，占地面积大，但可用展览面积相对较少。

第一代、第二代会展场馆的功能更多在于展示国家形象和成果，市场推广和营销能力建设谈及甚少。这两代场馆需要全面升级，才能适应现代会展业需求。

上世纪八九十年代，为了与国际接轨，需要现代化的新型场馆作为对外开放的展示平台和对外贸易的联接平台。于是，不少城市开始在市区兴建会展场馆，会展地产应运而生。第三代会展场馆开始具备真正意义上的场馆功能，具备专业化和现代化的规划设计，电气化布局较为完整，室外展览面积较为规范，适合进行大型器械展示。如北京中国国际展览中心(老馆)、上海国际展览中心、成都沙湾会展中心等。随着全球经济中心东移，我国各行各业蓬勃发展，展览规模

不断增长。自2000年以来，会展场馆开始进入大体量、现代化建筑的第四代，位于远郊区，场馆功能以展览为主，电气化布局完善。如北京顺义的中国国际展览中心(新馆)一期竣工10.6万平方米，上海新国际展览中心一期10.35万平方米，广州琶洲展馆一期竣工13万平方米等。

在我国改革开放起步阶段，正值德国会展业快速扩张时期，1995年，我国首家会展业中外合资企业京慕国际展览有限公司成立。2001年，我国首家中外合资场馆上海新国际博览中心投入运营。在改革开放初期，我国有少量学者被派到欧美学习会展管理经验，但由于较为分散未形成普遍影响力。2002年，中国贸促会与德国国际培训和发展协会合作举办赴德国展览管理系列培训班(Messe Campus)，由专家、学者和会展从业人员组成的第一批会展专业人才成功将德国整套的先进经验带回国内。因此，中国会展业发展具有明显的德国印记，建成于此时期的

第三代、第四代会展场馆也同样如此，以展览为主的场馆功能布局，展览面积突破10万平方米并不断扩张，所处位置也由市区迁至郊区。具体到管理要求，这两代展馆功能配置以展览为主，因此，场地租赁、交通物流、展品仓储、电气接驳等与展览相关的纵向管理能力较强，而与之相匹配的会议、餐饮、住宿等横向管理能力较弱。重展轻会现象由此而来并影响至今。

2009年，国家会议中心投入运营以来，中国的会展场馆进入与以往完全不同的第五代，整体发展的城市会展综合体。场馆建设不再仅仅是单纯展览规模的扩展，而是均衡配置会议、展览、餐饮、酒店及写字楼等设施。除电气化布局和智能化程度持续提升外，场馆开始注重绿色环保设计及功能。由于综合体场馆在功能布局、业态组合上的重大变化，对于管理能力提出了巨大挑战。国家会议中心借鉴美国和其他国家会展场馆管理经验，把五星级酒店管理理念引入到会展场馆中。由此，会

展场馆进入精细化管理阶段。2016年，因接待G20杭州峰会而投入运营的杭州国际博览中心，创造了第六代大平台会展场馆，除了传统的会议和展览，将旅游、文创、体育及娱乐等其他业态引入到场馆中，突破了会展业边界，成为与以往截然不同的会展场馆平台化生态。

第五代和第六代会展场馆所处环境与以往明显不同。中国对外交往频繁，话语权增强，影响力扩大，综合实力发展迅速，体验经济和共享经济崛起，会展融合趋势加快。随之而来的是，场馆建筑风格、功能布局、服务能力等各方面均发生了翻天覆地的变化。

目前，国内六代场馆并存，竞争激烈。从第一代和第二代场馆的管理层从计划、第三代和第四代场馆的管理支持业务，第五代管理提升体验，到第六代场馆管理创造平台，管理能力在场馆领域发展过程中的作用日益凸显。只有管理能力与场馆代际相匹配，才能够激发新一代场馆的潜力，不断推陈出新。(作者系国家会议中心总经理)



● 会展大咖秀

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处

自改革开放以来，中国会展业取得了举世瞩目的成绩。回顾行业发展时，业界更多的是对会展业发展历程做出阶段性划分，鲜有人关注会展场馆的变革。事实上，伴随社会和行业发展的同时，会展场馆也在不断地创新演进。通过对比分析建设时间、社会背景、建筑风格、功能布局及管理特征，笔者于2015年首次对国内会展场馆进行了代际划分。而此次要强调的是，场馆代际更迭要与管理能力相匹配。

新中国成立初期，我国接受苏联支援，建设起第一代场馆。城管外观具有明显的苏式风格，内部结构更像是博物馆，适合展览陈列，前广场以