●会展关注

# 进博会展品变国内商品

■ 田泓

西班牙火腿、澳大利亚红酒、日本大米……20多个首届中国国际进口博览会上的“明星展品”日前相继以保税直营方式入驻上海虹桥进口商品展示交易中心，与消费者见面。

去年11月在上海举行的首届中国国际进口博览会吸引了3617家境外企业参展，成交额达578亿美元。如何将进博会上的展品变为商品？上海在探索搭建“6天+365天”常年展示交易平台，打造“永不落幕的进博会”。

进博会闭幕1个月后，集保税展示、商品交易、物流仓储、通关服务于一体的虹桥进口商品展示交易中心开门迎客。与完税交易相比，保税交易对贸易商来说，有两大优点：一是变预先支付关税为售后完税，这样可以盘活流动资金，降低资金占用率；二是万一销售不对路，还可以退回保税仓，运到其他地方销售，变“死货”为“活货”。

日本北海道的“瀛七星”牌大米是首届进博会上的“爆款”，由上海普世慧进出口有限公司通过保税展示交易方式首次进入中国市场。大米在进口后直接运至与交易中心相邻的海关特殊监管“保税物流仓”，等在展示交易中心销售出去后，进口商再采取分销集征方式于月末集中缴纳税金，节省下来的资金成本以降价10%的形式让利消费者。

上海海关、上海市商务委员会及虹桥商务区管委会等机构跨部门创新做法，促成保税交易试点。平台实行入驻商家审核和动态监管制度，以准入门槛和退出机制实现对商家及进口商品品牌和品质的控制。店铺租金“指导价”、保税仓库和信息服务“零租金”、销售价核征关税等制度性安排，为企业节省物流和资金成本。

上海虹桥商务区管委会商务处负责人介绍说，目前有50多个国家、400多个品牌、8000多种商品入驻虹桥进口商品展示交易中心一期展销平台。二期已完成规划设计，B型保税物流中心计划在第二届进博会时投入使用。

承接进博会溢出效应，上海加快建设更高层次的开放型经济新体制，推出进口商品检验结果采信制度，在沪首发新品海外预先检测试点、新品“预归类”制度等一系列创新制度，打造“上海购物”城市名片，吸引商家选择上海作为全球新品首发地、高端品牌首选地、原创品牌集聚地。同时制定“全球新品首发”“首店旗舰店落户”相关标准，加大对首发新品的商标维权保护力度，把符合条件的首发新品品牌列入“上海市重点商标保护名录”。

过去受政策规定限制，纯商业活动宣传推广的时段和地点有较多限制，影响了一些国际知名品牌在沪率先发布全球新品的积极性。上海市绿化和市容管理局开辟高架道路宣传旗的“绿色通道”，支持上海打造全球新品首发地的相关活动。据统计，2018年1月至10月，共有2890个知名品牌在上海举办新品首发活动，数量较上年翻番。

# 北京世园会主场馆全面布展

■ 李瑶

2019北京世园会将拉开帷幕。当前，园区工程建设进入最后收尾阶段，主要场馆“四馆一心”（中国馆、国际馆、植物馆、生活体验馆和演艺中心）已经开始全面布展。

经过两年多的艰辛建设，如今，在长城脚下的妫水河畔，“一心、两轴、三带、多片区”的世园会园区已经成型：核心景观区内，中国馆、国际馆、生活体验馆、植物馆、演艺中心五大主场馆拔地而起；妫河生态休闲带、园艺生活体验带、园艺产业发展带以及世界园艺展示区、中华园艺展示区等多个片区基本成型。

“目前，园区配套设施已具备运营条件，园区土建项目预计3月20日全面完成。中国馆、国际馆、生活体验馆、植物馆、演艺中心已开始布展。”北京世园局相关负责人说。

在中国馆，一些花草植物和景观装饰品陆续就位，部分省区市的室内展区已经开始布展。其中，中国生态文化展区将以“天地人和”“惠风和畅”“山水和鸣”“祥和逸居”“和而共生”为主题依次布局，为观众讲述青山绿水的故事。

在植物馆的一层温室内，小叶紫檀、地涌金莲、青果榕等珍奇植物已经陆续“进场”，绿意葱茏。会期，植物馆内不仅将汇聚1000多种珍贵植物，还将引入神秘红树林，再现红树林适应海潮涨落演化出的胎生、支柱根、泌盐等特征，展示红树林作为海岸卫士和地球之肺的生态功能。

除了“四馆一心”，多数省区市的室外展园也已完成80%建设工作量。目前，31个省区市及港澳台地区展园、17家企业展园中，北京、江苏、海南、浙江、广东、宁夏、新疆等26个省区市及港澳台地区展园，以及天津海棠、江苏澳洋、北京首开股份、云南鑫通文化等15家企业展园主体工程基本完成。汇聚全国各地的奇石文化、展示中华民族向心力的同行广场，也已经接收33个省区市及港澳台地区的展石。在确认参展的110个国家和国际组织中，80个国家和国际组织计划室外参展，将建设40个室外展园（33个独立展园和7个联合展园）。目前，已有36个展园入场施工。

# 2019布尔诺工博会将聚焦初创项目投资机会

**本报讯**（记者 **谢雷鸣**）近日，布尔诺贸易博览会（BVV）新闻发布会在北京举办。记者了解到，2019年布尔诺贸易博览会将涵盖国际鞋类、皮革皮件用品展，国际电工、电子、自动化、通信、照明和安全技术展，动物科技—国际动物产品展览会，URBIS智慧城市展览会等亮点展会。另外，今年的布尔诺国际机械工业博览会（MSV，以下简称布尔诺工博会）将聚焦初创项目投资机会。

捷克驻华大使馆经济处副主任毛子宁介绍说，捷克位于欧洲中部，积极参与“16+1”合作组织，经济发展速度位居欧盟前列。中捷合作肇始于1949年，长期且持续的合作是当今两国贸易交往的基石。去年，捷克对华的出口贸易额同比增长了7%，两国的贸易往来更加频繁。

布尔诺工博会被誉为“中欧汉诺威工业展”，创办于1959年，见证了捷克的工业成就，是捷克乃至整个中欧、东欧地区最重要的行业交易展，也是布尔诺贸易博览会最重要的项目。

捷克布尔诺商展有限公司总裁辜立杰表示，中国是2016年布尔诺工博会的合作伙伴国，首次以展会合作伙伴国的身份诠释中国最优质的产品。2018年，布尔诺工博会吸引了来自32个国家的1651家展商。与去年相比，本届展览会的主题是工业4.0和数字化工厂，即制造业数字化，这是当今工业创新过程的主要方向之一。活动的主要议题是循环经济（物质资源处理），这是工业和贸易可持续发展的主要趋势，也将是未来的发展方向。今年参展商预计达1600多家，其中半数来自国外，展览吸引的交易商预计约有8万人。

辜立杰表示，捷克制造业发达，部分技术处于世界领先水平，布尔诺贸易博览会是促进中国企业和产品进入欧洲市场的一个绝佳平台。届时中国企业可以通过展会接触到更多海外客户，也获得更多与国外企业合作的机会。

他说，良好的展会效果离不开大量的前期准备工作，希望在不久的将来，布尔诺贸易博览会的各项工作都能得到进一步完善，为中捷的展会合作提供更好的发展机遇。

# 中国轨道交通智能峰会青岛即墨论道发展新趋势

■ 本报记者 毛雯

日前，由中国中车集团有限公司、青岛市即墨区人民政府等主办，中车青岛四方机车车辆股份有限公司、即墨区贸促会等协办的2019中国轨道交通智能制造产业峰会在青岛即墨举办。此次峰会以“安全”“高效”“绿色”“智能”为主题，来自轨道交通装备领域专家学者、企业代表、产业园区代表等800余人齐聚一堂，论道轨交智能制造智能维保发展新趋势。

本次峰会期间，举行了即墨城际轨道交通配套基地签订仪式。青岛作为山东唯一具有国内地铁、轻轨生产资质的生产基地，依托优势集聚了大批上下游配套企业，形成完整产业链，即墨区则把轨道装备制造产业列为重点产业。

据介绍，本次峰会除聚焦轨道交通装备制造中智能制造、金属材料、非金属材料三大领域外，还分别设置了2019中国轨道交通装备智能制造产业峰会、2019中国轨道交通金属材料产业峰会、2019中国轨道交通非金属材料产业峰会三大主题论坛，并围绕轨道交通车辆及系统技术、运营设备维保、轨道交通轻量化、轨道交通绿色环保化及其他新技术、新材料、新工艺在轨道交通车辆上的应用，结合轨道交通装备智能制造产业现状和发展趋势，进行深度交流及专题讨论，专家也提出了“轨道交通装备后市场”智能运维标准化轨道交通上的中国等极具启发性的新观点。

此外，峰会期间举办了中国轨道交通智慧运维产业创新联盟发起仪式。该联盟旨在集结全产业链优势资源，联合全产业链六向机构，构建智慧运维创新模式，提升智慧运维创新能力，实现智慧运维创新运营管理，推动行业整体进步。联盟下一步还将组建服务于地方业主的智慧运维运营管理实体，同时服务当地轨道交通业主和与之匹配的运维企业集群，并与各地轨道交通产业园建设创新中心、行业成果转化中心等一系列创新和科创型服务中心，并构建与行业运维服务结合的创新体系。

参会人士表示，随着“一带一路”倡议深入推进，中国轨道交通产业已经迎来新一轮黄金发展期。

●会展传真

## 2019意大利一带一路展会在北京推介

**本报讯**（记者 **苏旭辉**）2019意大利“一带一路”展会北京推介会近日在北京向中国的政府机构、优秀企业、行业人士发出邀请，期待这场盛会进一步推进中意两国经贸合作与文化交流。

推介会上，意大利驻华大使馆公参德玛睿在致辞中希望数量众多的优秀北京企业能够与意大利企业开展合作和商务交流。意大利“一带一路”研究机构主席米凯莱·德·加斯珀里斯在主题演讲中说，“丝绸之路”对于西方人来说是个非常浪漫的名词，在当今时代更应该被理解为全球化的另外一条路径。北京不仅历史悠久，而且现代科技发达，希望通过意大利“一带一路”展会这个大平台，促进双方的互联互通、开放合作和创新发展，使北京和意大利在文化、旅游、经济等多方面有进一步的交流与合作。

据了解，意大利政府将于5月15日至18日在首都罗马举办2019意大利“一带一路”国际产能合作博览会暨“一带一路”展会，包括来自中国、欧盟、非洲联盟、联合国机构的高层代表以及各领域企业家代表、专家将相聚这座世界文化名城，共同探讨“创新和创造就业促进可持续发展”的国际合作课题。2019意大利“一带一路”展会已在我国多座城市举办了推介活动。

## 甘肃举办展会凸显丝绸之路元素

**本报讯** 记者日前从甘肃省文化旅游厅、甘肃省文博局获悉，第四届敦煌文博会和第九届丝绸之路国际旅游节执委会第二次会议近日在兰州召开。会议按照第一次执委会部署，进一步研究审定了“一会一节”工作方案，安排确定了“一带一路”沿线国家及国内省份嘉宾邀请，以及开闭幕式的时间、安全保障、市场运营、场馆建设、地接活动、展览论坛、文艺演出、地市分项活动等事项。

据悉，第四届丝绸之路（敦煌）国际文博会和第九届敦煌行·丝绸之路国际旅游节开幕式，将与万人游“三区三州”、九色香巴拉艺术节启动仪式一并举行，凸显“唱响交响丝路、美丽战胜贫困”的节会主题。“一会一节”开幕式将于7月下旬在甘南举行，闭幕式8月下旬在敦煌举行。 （张玉芳）

## 中蒙博览会永久性国际会展中心开工建设

**本报讯** 近日，由中冶天工集团有限公司承建的中蒙博览会永久性国际会展中心建设项目钢结构安装工程正式开工。据了解，中蒙博览会永久性国际会展中心占地面积1143.9亩，规划建筑面积20.27万平方米。中蒙博览会永久性国际会址充分借鉴和汲取国内外会展中心规划设计先进理念，将民族文化和地域特色与现代建筑有机融合，建成与呼和塔拉草原和内蒙古少数民族群众文化体育运动中心等项目遥相呼应、和谐共融及功能互补的标志性建筑。

另外，中蒙博览会永久性国际会展中心还可以依托恼包城发物流园区以及周边的交通优势，实现会展大批货物大进大出、快进快出、快装快卸，为广大客商节约时间、节约费用，达到方便、快捷、高效的目的，让国内大型的品牌展会在呼和浩特市落地举办，进一步提升该市的知名度与美誉度，带动旅游业发展，打造内蒙古文化和旅游品牌。 （何进）

# 认清第六代场馆管理的变与不变

■ 唐雪

●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处

早在2018年年初，笔者在第十四届中国会展经济国际合作论坛（CEFCO 2018）上发表了“场馆管理进化论”的主旨演讲，提出杭州国际博览中心要打造“第六代会展场馆”的设想。一年之后，笔者以“场馆管理实践论”为主题，在31会议主办的2019用户大会上分享了杭州国际博览中心这一年的探索与尝试。坦率地说，这一年虽取得些许成果与突破，但也走了不少弯路。最大的感悟是任何创新都应基于事物本质，在瞬息万变的大环境中把握住场馆的核心价值，才是激发场馆能量的根本所在。借此，笔者将实践感悟与体验总结为以下四个方面：

一是变化的是活动形式，不变的是场馆的功能价值。在技术革新的强大助力下，人类的想象力真正实现了“无边界”。会展活动也正在不断融合新模式、新内容，为参与者提供前所未有的新体验。但无论活动形式如何变化，最终都要落地在空间范围内呈现。会展场馆是活动展示与创意落地的最优选之一，其所提供的服务与活动具体执行的匹配度关系到主办方、参展商以及观众等相关群体的服务体验。除硬件设施设备之外，场馆更应该去洞察客户需求，超越提供场地租赁的基本功能，去梳理整合出更加丰富的产品清单，为客户提供更具专业性的场地使用方案，让活动天马行空的创意更具备可操作性。

二是变化的是场地规格，不变的是场馆的空间价值。新建会展场馆的规模越来越大，规格也不断提高。但归根结底，会展场馆最终提供的还是一个空间，过去通过接待会展活动，为场馆注入了会展内容，但在新经济形势驱动下，酒店、写字楼、商业等许多传统空间通过不断升级转型，融入新技术与新理念，华丽变身成为各种不同形式的体验平台。反思会展场馆，同样可以结合场馆特性，通过IP运营、社群运营、异业合作等为传统的会展空间注入新的内容与价值。场馆中的常见人群往往是一些有明显标签的群体，这些标签可以为空间运营给予一定的引导性，比如社交空间、办公空间都是会展活动人群实际存在的需求点。更多地，规划休闲空间引入书店、餐饮、零售等商业内容，将产业平台与生活平台融为一体。

三是变化的是技术，不变的是使用技术的目的。从互联网到移动互联网再到物联网，从AI、AR技术的发展再到即将迎来的5G时代，层出不穷的种种变革颠覆着各行各业。但究其根本，使用技术的目的是提升效率，一如淘宝提升了购物效率，微信提升了沟通效率。杭州国博智慧场馆的打造一直以解决场馆运营痛点为出发点，以提升场馆运营效率为根本。比如，过去场馆要完全依托服务人员人工摆台去实现客户对场景的画面感，尤其是碰上大型活动摆台形式一变再变的情况，让员工多次重复摆台。针对这一大痛点，杭州国博聘请专业团队倾力打造了“云上看馆”系统，客户只需要动动手指，输入会议人数、摆台形式、台布颜色等基本需求，系统就会自动匹配符合需求的会场，并实时生成会场实景效果，既释放了员工压力，又提升了客户体验。因此，智慧场馆不是花架子，不在于投入有多大，技术有多炫，关键是要提升效率，产生效能。

四是变化的是投资趋势，不变的是产出期望。会展场馆并不是一门“赚钱”的生意，但仍然有许多地方政府以及企业投入投资热情不减，他们更多聚焦的是会展活动之外的价值，比如顶级的领军人物、尖端的行业信息、数不胜数的行业商机以及大量涌入的产业资源等等。但反思目前的会展行业现状，应该说更多的活动都是过眼云烟，除了活动前铺天盖地的宣传推广和活动中热闹非凡的场景氛围，投资者们关注的那些价值貌似并没有留下什么。作为活动承接的空间以及连接产业资源的中心枢纽，会展场馆的发展或能够真正将数据驱动、内容制造、社群运营等新内容落实到管理运营中，着力于将会展资源的价值留存、转化和充分使用，进一步激发全产业链的发展活力，从而促进区域以及城市的提升与发展。

简而言之，创新既要把握快速变化的发展趋势，也要清醒地意识到不变的本质是什么，但进入无界融合时代，第六代场馆的更多管理实践依然在路上。

**（作者系北京北辰时代会展有限公司总经理、杭州国际博览中心总经理）**