●会展关注

瞄准国际会展名城 青岛会展发起新攻势

■ 初连玉

2018年6月，上海合作组织成员国元首理事会第十八次会议在青岛举办，这是上合组织成立以来规模最大、级别最高、成果最多的一次峰会。国家主席习近平对峰会的承办工作给予高度评价，要求青岛认真总结“办好一次会，搞活一座城”的有益经验，推广好的做法，弘扬好的作风，放大办会效应。

乘借“上合东风”，青岛会展业也插上了腾飞的翅膀，会展软硬件实现质的飞跃，配套设施更加完善，专业人才得到锻炼，行业发展后劲更足。面对新形势，2019年青岛会展将依托场馆新布局、政策新优势，发起项目“新攻势”，推动美丽岛城建成东北亚国际会展名城和高端会展目的地。

会展项目新攻势

一是发起“新会培育攻势”。统筹资源，集合众力，举办好亚欧会议创新发展合作论坛、博鳌亚洲论坛全球健康论坛大会、跨国公司领导人青岛峰会、新动能国际合作展览洽谈会、上海合作组织地方经贸合作青岛论坛、上合组织国际投资贸易博览会、“活力山东·创意青岛”国际高峰论坛、APEC中小企业工作组会议等八大新会展活动，积极培育青岛本土的领军品牌。

二是发起“海洋会展攻势”。办好中国国际渔业博览会、东亚海洋合作平台青岛论坛、帆船周·海洋节、青岛国际海洋科技展览会、青岛国际水大会等一系列海洋类会展项目，进一步彰显海洋特色、提升青岛会展品牌，打造具有影响力的海洋会展集群。

三是发起“龙头汇集攻势”。结合产业发展方向，以10万平方米大型展览项目为重点培育和引进目标，多方推动中国国际渔业博览会、山东国际纺织博览会、青岛国际机床展、青岛国际车展、青岛国际家具展等重大展会升级，积极引进中国国际农业机械展览会、中国零售业博览会等行业龙头展会，深化合作。力争全年举办10万平方米大型展会突破10个，创历年新高。

四是发起“特色品牌攻势”。继续办好青岛国际啤酒节、青岛国际时装周、日韩（青岛）进口商品博览会、青岛·中国财富论坛暨财富管理博览会、中国国际消费电子博览会等特色会展活动，创办青岛影视博览会、青岛国际友城进口商品展、全球智能视听大会等新特色活动，吸聚时尚国际要素，厚植会展新优势。

在新攻势中，青岛市贸促会作为全市会展业主管部门，将发挥“主力军”的作用，牵头或参与承办亚欧会议创新发展合作论坛、上合组织国际投资贸易博览会、青岛欧洽会等15项重点活动，充分发挥队伍优势和经验优势，努力培育会展“标杆”项目，积极引导全市会展业健康发展。

会展政策新优势

发起会展项目攻势，离不开政策“弹药”支撑。青岛市贸促会立足市情制定了新的《关于支持会展业发展若干政策措施的意见》，聚焦“引优培强”，“点穴”更准，力度更大，突出三个方面：一是加大了对会展企业的培育。明确将对新注册的独立法人会展企业，特别是对知名会展机构投资落户的企业给予最高100万元的补助。对举办重大展会较多的场馆，对在青岛市纳税纳统且营收增长较大的企业，也将给予最高50万元的奖励。二是加大了对市场化重大展会的扶持。重点对2万平方米及以上贸易类展会给予补助，面积越大、补助越多，最高200万元。上合特色、“一带一路”、海洋经济、军民融合、乡村振兴等主题展会，以及对青岛市打造新旧动能转换产业新体系作用显著的展会，补助还将上浮20%。此外，《意见》还对通过国际展览业协会（UFI）认证的展会、场馆和国际大会及会议协会（ICCA）认可的国际会议分别给予一定奖励。三是强化了对政府主导会展项目的市场化引导，进一步激发该类项目的市场竞争力。

除市级扶持政策外，青岛市所辖西海岸新区、即墨区、崂山区、高新区、市南区、胶州市等区市也分别出台了相关政策，形成了市区共同促进会展业发展的良好局面。

会展场馆新布局

青岛会展业紧跟城市规划布局，逐步拉开大发展框架，初步形成“四区一带”格局，具备了举办各类高端、大型会展活动的雄厚基础和优越条件。

“四区”即以四个大型展馆为中心的核心展览带。位于崂山区的青岛国际会展中心每年举办100多个展会，年使用率在国内大中展馆中名列前茅；位于即墨的青岛国际博览中心室内面积12万平方米，是山东省第一个超过10万平方米的大型展馆，近年来成功承接了不少大型巡展；2018年新建成的青岛世界博览城和今年即将建成的红岛国际会展中心也都是超过10万平方米的大型展馆，配套完善，设施一流，成为青岛会展业新的生力军，有望形成新的会展增长极。

“一带”即青岛沿海一线高端会议产业带，这也是山东半岛最美丽的一条海岸线，散布着数百个高档酒店和会议场馆，作为上合峰会主会场的青岛国际会议中心就坐落在久负盛名的青岛奥运帆船比赛中心，总建筑面积5.4万平方米，拥有约8000平方米、20间余风格迥异的会议厅及多功能宴会设施，已成为青岛新的城市会客厅，是国际一流会议的理想举办地。

会展举措新篇章

重整行装再出发。下一步，青岛市贸促会将统筹全市资源，着眼国际会展名城建设，重点从三个方面发力。

一是千方百计争创顶级品牌。加强内部挖潜，办好跨国公司领导人青岛峰会、上海合作组织地方经贸合作青岛论坛暨国际投资贸易博览会、青岛啤酒节、东亚海洋合作平台青岛论坛等本土品牌会展活动，继续创办和承接具有国际水平的特色会展活动，优中选优，强中选强，努力培树会展“龙头”。

二是千方百计壮大会展体量。以在谈10万平方米大展为重点目标，积极走访全国各行业排名前3的巡回展主办单位、联络国际排名前30的世界展览集团，加大招展引会力度；组织好“青岛世界会议产业日”等主场活动，促进国内外知名会展企业和服务商精准对接和项目落地；加强与国际展览业协会等国际会展组织的交流，深化国际合作。

三是千方百计营造良好环境。充分发挥青岛市会展业发展工作领导小组的全面指导和综合协调作用，加大对重大会展项目的服务促进；全面落实支持会展业发展的优惠政策，实施市区政策叠加，加大对优秀会展企业、优质会展项目的扶持力度，放大政策效力；市区携手，推动各大场馆完善配套，提升服务，促进行业自律；多层次、多渠道、多方式开展对外宣传与推介，不断提升青岛会展的影响力和品牌度。

（作者系青岛市贸促会会长、青岛市会展办主任）

●会展传真

第二届进博会国家展有望实现延展10天

本报讯 第二届进口博览会将于11月5日至10日在沪举办，继续沿用首届进博会的“国家展+企业商业展+论坛”的模式。记者日前在第二届进博会倒计时200天筹备工作情况新闻通气会上了解到，第二届进博会的企业展招展工作取得阶段性进展，国家展有望实现延展，并向广大人群开放，这一方案正在审批中。

据介绍，国家展的延展初步方案已经形成，目前报组委会审批，初步考虑延长10天。第二届企业商业展规划展览面积达到30万平方米，展览规模将超过首届，分装备、消费、健康、食品、服贸五大板块，设有科技生活、汽车、装备等七大展区，增设高端消费品专区，增加AR/VR（增强现实技术/虚拟现实技术）、养老等题材，增设室外展场展示大型机械和车辆，将积极推动更多世界500强、行业龙头企业以及具有“工匠精神”的中小企业参展，增加全球首发、中国首展的新产品和新技术比例。另外，今年还将新辟母婴及儿童用品板块，并专设高端消费品专区。

截至目前，已有数千家企业签约或报名参展第二届进博会，总展览面积已超过首届商业展的规模（27万平方米），其中，世界500强和龙头企业已经超过200家，各展区均已不同程度地出现展位紧张状况。 **（陈庆辉）**

三亚在阿拉木图国际旅游展会受欢迎

本报讯 海南三亚市的诸多旅游胜景连续3天在哈萨克斯坦阿拉木图掀起一股“三亚旅游热”。在近日举办的2019阿拉木图国际旅游展上，三亚多家旅游企业代表参展推介三亚景点，引起多个国家观众的浓厚兴趣。

通过发放旅游宣传手册、播放三亚旅游宣传片等方式，三亚市旅游企业代表向多国旅行商推介北纬18度热带滨海旅游度假城市的魅力。俄罗斯、德国、英国、印度、西班牙等国家旅行商透露，将尽快组团赴三亚实地考察旅游资源并开展深度合作。

展会期间，三亚旅游企业代表还考察了哈萨克斯坦知名旅行社。当地旅行社有关负责人表示，今后要进一步加强合作，实现互利共赢，并建议三亚推出针对不同年龄层次游客的旅游产品。

据了解，哈萨克斯坦是唯一有直飞三亚航线的中亚国家，已开通直飞三亚的两条航线，每年向三亚输送2万余名中亚游客。 **（易宗平）**

江苏首个商业设备展吸引多国采购商

本报讯 日前在常熟举办的江苏省首个商业设备博览会——中国（常熟）国际商业设备博览会吸引了来自美国、英国、日本等12个国家100多名专业采购商。

据了解，在商贸繁荣的长三角，目前只有上海举办过大型的专业商业设备博览会。而在江苏，主要面向零售行业的商业设备博览会，尤其是智能货架产业展还是首度举行。正是依托常熟市在商业设备货架产业上的优势，江苏省的首个此类展会具有了相当人气，并有望成为行业内的一个风向标。

据悉，商业设备货架产业是常熟市主要支柱产业之一，各类货架以及配套企业达1200多家，年产值超过百亿元，货架市场占有率超70%，产品远销欧美、非洲、东南亚等100多个国家和地区，在世界同行业中有着举足轻重的影响力。 **（张建波）**

Expo 2019 BEIJING CHINA 走近世园会

土耳其馆成北京世园会最大展馆之一

本报讯（记者 谢雷鸣） 近日，土耳其贸易部在北京举办了北京世园会土耳其馆的揭幕前新闻发布会。土耳其馆以“用绿色拥抱未来”为展馆主题，占地2400平方米，是北京世园会面积最大的展馆之一。

土耳其贸易部副部长贡加·伊尔玛兹·巴图尔（Gonca Yilmaz Batur）表示：“2016年，土耳其在安塔利亚举办了以‘鲜花与儿童’为主题的第20届世界园艺博览会。今年又将土耳其悠久的历史与文化带到了北京。北京世园会以‘绿色生活，美丽家园’为主题，强调在世界绿色可持续发展的过程中‘生产、合作、共享’三个概念的重要意义，而以‘用绿色拥抱未来’为主题的土耳其馆也希望通过此次博览会向世界展示土耳其在建设‘更绿色、宜居、可持续’的过程中发挥的巨大作用。”

据介绍，在展馆的设计方面，土耳其馆希望能够向游客传递土耳其园艺中热爱自然、自由、和谐等特点。土耳其馆中的皇宫后花园是土耳其园艺最杰出的代表，也是场馆接待及欢送游客的区域，廊台花园的灵感来源于苏丹阿卜杜勒·阿齐兹的狩猎小屋，将作为展馆接待观众的专门区域。

此外，土耳其展馆还展示了许多充满土耳其风情的细节：土耳其特有的植物隧道展示了安纳托利亚地理丰富的植物多样性，创新及可持续区域展示了众多绿色及创新作品，场馆的建筑结构代表了土耳其的七个地区。

据悉，土耳其极其重视参展北京世园会，土耳其馆的建设及宣传工作得到了土耳其总统和该国政府部门的大力支持。除了展示安纳托利亚丰富的植物多样性外，在相关机构和组织的支持下，土耳其馆还将开展丰富多彩的土耳其文化宣传活动，展示土耳其文化及“土耳其制造”。在土耳其促进集团的配合下，土耳其方面将展示土耳其每个地区的特色产业。

土耳其北临黑海，南临地中海，西临爱琴海，三面环海的地势和内陆复杂的地理环境使其拥有丰富的旅游资源，历史文化积淀也颇为深厚。众多的展品、丰富多彩的活动、独具匠心的展馆设计以及众多围绕土耳其馆的宣传活动都将极大地提升土耳其在中国观众心中的形象，并进一步促进土耳其园艺、旅游、设计等领域的发展。

京交会更名为中国国际服务贸易交易会

■ 毛雯

全球第一个覆盖服务贸易12大领域的国家级、国际性、综合型服务贸易交易平台——中国（北京）国际服务贸易交易会（即京交会），今年起更名为中国国际服务贸易交易会，将于5月28日至6月1日在北京举办，采取“一主多辅”新模式，文博会、金博会、旅博会、京洽会等展会均纳入本届展会。

京交会由商务部和北京市政府共同主办，2012年在北京举办首届。从诞生之日起，京交会的交易范围就涵盖WTO界定的商业服务、通讯服务、建筑服务、销售服务、教育服务、环境服务、金融服务、健康与社会服务、旅游服务、文化体育服务、交通运输服务等服务贸易全部领域。如今，京交会又进行大扩容。

北京市政府日前召开的常务会议提出，要切实抓好各项重点任务落实，进一步挖掘全市消费升级潜力，大力推动优质项目储备和落地，狠抓优化营商环境政策落地“最后一公里”，办好中国国际服务贸易交易会，深入推进新一轮服务业扩大开放试点。

本届中国国际服务贸易交易会将以“开放、创新、智慧、融合”为主题，突出数字化、新经济、新服务业态等内容，聚焦科技服务、文化服务、健康服务、商务服务四大重点领域，搭建更高规格、更高水准的国际服务贸易交流合作平台。

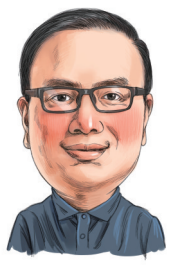
作为中国主要的会展城市，北京的文博会、金博会、旅博会、京洽会也十分有名。

北京文博会创办于2006年，由国家文旅部、广电总局、新闻出版署和北京市政府共同主办，每年一届，已连续举办十三届，是大型国际文化创意产业盛会。北京金博会创办于2005年，已成为国内规模大、国际化程度高、具有国际影响力的金融博览会，被誉为“中国金融第一展”，是中国金融业的年度成果展示和宣传推广平台。北京旅博会是亚太地区推广旅游产品和资源、提升企业品牌形象和洽谈业务的重要旅游盛会，凭借专业性强、参与面广、影响力大、收效明显的展会成果，赢得了国内外旅游业界的广泛赞誉，成为各国参展商交流合作、提升旅游产业水平、增强旅游交易的国际交流平台。 京洽会是北京以促进民间与社会投资为主旨的重大经贸投资活动。

业界人士称，世界经济进入服务经济时代，服务创新成为价值增值的主要源泉，制造业服务化趋势更加明显，服务贸易成为产业融合的新动力。作为全球第二大经济体，中国的服务贸易正在快速发展，向着服务贸易强国迈进，而中国国际服务贸易交易会必将推动中国以及世界的服务贸易发展。

管理软件滞后成智慧场馆的致命伤

■ 周景龙



●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处

长期以来，随着各地对会展经济的重视，很多城市都建了新场馆或正在计划筹建新场馆。随着智能时代的来临，如何打造智慧展馆成为展馆投资方及运营方最为关注的事情。

笔者经过长期对场馆软硬件的观察以及与多个展览项目主办方的深度探讨后得出，会展场馆智慧化应体现在两个方面：一方面属于智能建筑范畴。纵观新建场馆项目，在展馆设施及建筑方面注重智能化的提升，这些建筑在能效管理、安防管理、设备管理、停车管理等方面利用先进的物联网及人工智能技术，而且结合了当地文化特色，将智能建筑和低碳建筑进行了有机融合，形成了具有文化特色、智能低碳的现代化的会展场馆；另一方面，会展场馆智能化需要符合办会办展的需求，应该在如何用智能科技提升会展活动服务上下功夫。

一般来说，智能科技助力智慧场馆体现在以下几个方面。

一是建立场馆租赁、项目运营、餐饮服务等的信息化管理体系。随着互联网的快速发展，很多传统场馆管理软件已不符合智能化时代的需求，应该在云计算基础上建设统一的大数据平台，进行实时在线的数据采集与数据共享，这样的管理体系才具备拓展性和开放性，这也是智能化管理的基础。换句话说，场馆运营方要舍得投入，从全局出发，以提升管理效率、优化工作流程、强化数字化管理为目标，建立基于智能软硬件一体化的智慧场馆大数据管理及运营平台。

二是建立智慧场馆的品牌数字营销体系。场馆在会展经济发展中至关重要，因此，积极拓展当地产业及当地会展的影响力，要利用好互联网传播的力度，通过大数据、移动互联网等数字营销新模式以及与原有传统媒体模式相结合，扩大本地的会展品牌在全国乃至全球的知名度，并且促进外地品牌会展活动落地智慧场馆。同时，以数字营销体系的裂变效应，可多方促进智慧场馆的品牌影响力传播。

三是引入黑科技提升服务体验。场馆运营方要善于在智慧场馆的会展活动中引入黑科技应用，如服务于会展活动的机器人、大数据、可视化等技术与设备，进一步提升从主办单位，到观众、展商等各方面的服务体验，让会展活动的各方都能体会到智能化、数字化带来的效率提升以及各种创新价值，从而打造智能场馆的品牌效益。

四是基于数据智能平台拓展场馆新商业模式。智慧场馆可以将场地租赁、项目合作、自办会展、餐饮宴会、商品销售、广告收入、服务收入等多方面进行融合创新。当前已经进入消费升级时期，会议展览参与者的需求也已经发生很大的改变，与会者需要有更好的参会参展体验，吃住行的需求也趋向于舒适化、高端化和多元化，这就需要展馆能够提供分级且多样化的服务项目，以满足不同客户的需求。

五是智慧场馆建设与文化旅游等产业相结合。很多新的智慧场馆建设地以旅游文化为支柱产业，希望通过发展会展业进一步带动参会者在当地的游览消费，带动旅游产业的发展。因此，智慧场馆应将当地智能旅游信息、交通提示等相关内容，通过智能化、数字化平台进行呈现，这样才能将会展经济与旅游经济联结得更紧密，相互带动、共创共赢。

六是智慧场馆与当地支柱产业相结合。有些地方的支柱产业发达，因此应多从特色产业出发，策划产业升级转型走向智能化的会展活动，形成龙头产业的会展项目来展示优质产品和创新科技。同时，建立当地产业的互联网营销平台，有利于宣传会展项目，以此形成支柱产业与会展在智慧场馆中升级的双轮联动，促进多方在互联网时代获得创新发展。

【作者系道同共创（北京）科技有限公司CEO】