●会展关注

北京南京会展新政 南北目标各有不同

■ 本报记者 兰馨

近日，北京和南京相继出台会展扶持政策。记者在采访中了解到，两座城市都对提升会展活动质量给予了不同额度的扶持。其中，南京明确提出，提高综合服务保障水平，支持和推动会展全产业链和各运行端点提升服务品质，鼓励应用信息技术发挥信息化、智能化服务优势。

近期以来，各地相继出台的会展扶持政策，其扶持的范围更为广泛，已覆盖了会展上下游产业链，关乎到会展业整体的提升。值得关注的是，随着智能科技的发展，各地在鼓励提升信息化、智能化服务方面，给予了一定的财政资金扶持。

根据北京和南京出台的政策发现，两座城市会展业的发展规划更契合其城市属性，且扶持政策也更趋灵活性，除具体扶持标准外，对大型展览和会议活动均采取“一事一议”办法予以补助。

南京：鼓励会展产业链提质创新发展

6月13日，南京市贸促会、南京市人民政府会展业办公室和南京市财政局印发南京贸促会〔2019〕25号文和南京市财政局〔2019〕192号文发布《关于进一步加快会展业高质量发展的若干政策措施的通知》（以下简称《通知》），发布了一系列扶持会展业、展馆、品牌会展项目、国际会议和引进高端会展人才的措施。

《通知》提出，对在南京从事会展企业给予100万元补助，并对在南京落地展览项目的企业给予一次性补助100万元。在创业板、中小板上市或获得高新技术企业认定的会展企业，将按照南京市相关政策标准给予补助。

《通知》显示，对展馆给予一定数额的资金扶持。并对提升展馆改造，绿色化、智慧化建设，经第三方评估和运行达标后，按项目投入费用一定比例给予补助。推进南京空港会展小镇建设，按目标，补助额度不高于其上一年度对地方财力贡献的50%。

在建设展览项目高品质方面，南京对在专业展馆举办的或引进符合“4+4+1”主导产业，且与展馆签订落地3年协议的贸易类展览项目，符合补助标准的，分别给予20万元、40万元、80万元的补助。对引进获得国际展览业协会（UFI）项目，给予一次性30万元补助，满三届后，还将给予每届举办后增加20%补助。

为鼓励会展搭建、展示和平台交易运用人工智能、大数据、云计算、物联网、区块链、5G等创新发展的服务方，经评估达标，将给予一次性10万元补助。若通过创新展览项目，经评估达标，给予前期研发费用的50%给予一次性资金补助。

《通知》明确，对南京通过UFI认证或成为ICCA会员的展馆，分别给予一次性20万元、15万元补助。

为引进和培养高端国际会展人才，将对从事3年以上高级管理人员，获得中国贸促会（中国国际商会）注册会展经理（CEM）资格证书等行业认可的会展高级资格认证，按照个人培训费90%的标准给予补助。

北京：创新升级 提升会展品牌竞争力

6月5日，北京市商务局发布〔2019〕12号文《关于促进我市商业会展业高质量发展的若干措施（暂行）》（以下简称《措施》），出台了对提升会展品牌影响力、品牌展会升级、会展创新等给予扶持和奖励。

《措施》强调，为促进北京市商业会展业高质量发展，着力提高会展业服务首都“四个中心”的能力，提升会展业品质，提高会展经济效益，推动北京市商业会展专业化、品牌化、国际化、信息化发展。

根据《措施》规定，在提升会展品牌影响力上，鼓励展览与会议融合、支持关联展会整合、加强品牌展会国际宣传。其中，对在展会期间举办国际性行业年会或行业发展论坛，组织推广行业新技术、新产品、发布行业发展报告等活动，达标后给予主办方30万元奖励。

《措施》鼓励品牌展会加强国际宣传推广，提升品牌价值和国际影响力，对在北京市连续举办五届以上（不含）的展会，组织国际路演、海外宣传推介或投放主流媒体广告等活动，给予主办方不超过30万元奖励。

为了更好地促进会展业创新发展，《措施》对新举办的“高精尖”产业展会、北京服务业扩大开放重点领域展会或国家战略性新兴产业展会，展览面积达到1万平方米以上，国际参展商（含台、港、澳地区和外商投资及合资企业）租用展览面积占总展览面积的比例达到10%及以上的，给予主办方不超过50万元奖励，奖励不超过三届。

《措施》鼓励引进具有国际影响力的大型国际专业展会，对新引进展览面积2万平方米以上，国际参展商（含台、港、澳地区和外商投资及合资企业）租用展览面积占总展览面积比例达到20%及以上的，给予主办方不超过100万元奖励，奖励不超过三届。

“江西日”：山水入笔勾勒秀美赣鄱

Expo 2019 BEIJING CHINA 走进世园会

本报讯 日前，北京世园会举办“江西日”活动，展现了江西生态文明的历史底蕴，展示了“江西风景独好”的缤纷多彩，分享了美丽中国“江西样板”的建设成果。

江西省副省长胡强在出席开幕式时说，新时代的江西，以山水入笔，勾勒秀美赣鄱；以文化入笔，尽显墨香瓷韵；以初心入笔，传承红色基因；以民生入笔，再书乡村新篇章。江西将打好蓝天、碧水、净土保卫战，奋力描绘物华天宝人杰地灵的新画卷。

江西园的主题为“匡庐秘境、世外桃源”，以江西庐山为背景，用井冈山杜鹃红为底色，用最具“青花蓝”风采的景德镇瓷板画屏与桃花、竹亭等作点缀，为游人绘制美丽的江西印象。

江西是生态旅游大省，森林覆盖率达到63%，各类花卉植物也别具风采。其中，最为特别的要数杜鹃花。自古以来，江西就有“人间四月杜鹃红，最红不过葛源红”一说，杜鹃花又叫映山红，是江西这片红土地上最具特色的花，杜鹃花象征着井冈山精神、苏区精神和长征精神。

江西园中的杜鹃花全部从井冈山上移植而来，有多个品种。除了杜鹃花，还有同样能体现红色文化、江西特色的红花檵木桩。这些红花檵木桩造价不菲，造型独特，呈塔状，象征“节节高升”。

提到江西，人们普遍会想到“瓷”。除了青花瓷，瓷板画也是江西独有的文化瑰宝。它最早产于江西景德镇，是在中国传统画法、陶瓷彩绘和西方照相术的基础上发展起来的，适于绘制釉上彩和釉下彩。因此，也有人称江西瓷板画是“纸上得来终觉浅，以画入瓷技艺高”。

江西园门口的6块瓷板画制作考究，由景德镇名家用天然钴料在白泥上进行绘画装饰并罩以透明釉，之后在高温1300℃左右一次性烧制而成，使色料充分渗透于坯釉之中，呈现青翠欲滴的蓝色花纹，显得明净素雅。在江西园门口，不仅能够感受到浓郁的“青花蓝”风采，还兼具空间设计功用，游客绕过画屏后生出豁然开朗之感，增添深入“桃花源”的奇妙体验。

除了“杜鹃红”和“青花蓝”，江西园处处体现匠心。在模拟陶渊明生活环境的竹居中，竹木嵌瓷的楹联、大片菊田花海、与竹林相依偎的“陶公醉酒”雕塑、以南山为原型建设的假山和竹亭，都是“采菊东篱下，悠然见南山”的意境体现。 （毛雯）

2019 UFI中国会员年会暨资本圆桌会议在上海举办

本报讯（记者 **兰馨**）日前，记者从UFI China Club（以下简称UCC）方面获悉，2019 UFI中国会员年会暨资本圆桌会议于6月18日至19日在上海朱家角举办。据介绍，此次正值UFI China Club成立一周年，也是国际展览业协会（UFI）中国会员年会。

此次年会，组织方将围绕会展业关注的如UFI认证标准及认证展会成功发展、资本如何助力会展业高质量发展、会展名城建设与会展企业区域化发展红利三方面议题进行深入讨论。

目前，已确定UFI名誉主席、全国会展业标准化技术委员会主任陈先进，UFI CEO Kai Hattendorf，UFI亚太区主席、上海万耀企龙展览有限公司总裁仲刚，UFI亚太区前主席、香港雅式集团董事长朱裕伦，UFI亚太区分部经理Mark出席此次年会。年会期间，仲刚将发布UFI China Club年度报告。

UCC作为UFI创新型、区域性公益组织，旨在传播UFI的专业理念，提升中国会展城市和会展企业的专业化、国际化水平，推动大中华区UFI会员间交流与合作，促进UFI大中华区会员与国际会员，以及与国内外会展产业链相关机构之间的深度合作。据悉，UCC由UFI亚太区主席仲刚倡导发起，于2018年6月经UFI总部批准在上海成立。

近日，由河北、北京、天津三省市体育产业协会共同举办的2019京津冀（石家庄）体育产业博览会在石家庄举办。本届展会设有冰雪奥运展区、智能体育装备展区、户外用品及装备展区、运动康复装备、运动健身与场馆设施展区五大展区。 （翟羽佳）

●会展传真

上海欢迎北马其顿参加进博会

本报讯 日前，上海市政协主席董云虎在会见来沪访问的北马其顿议长贾菲里一行时表示，中国国际进口博览会落户上海，去年成功举办了首届，今年将举办第二届，这是中国为世界各国展示国家发展成就、开展国际贸易搭建的开放型国际合作平台，真诚欢迎北马其顿积极参与。

董云虎说，中国和北马其顿是传统友好国家，近年来，两国高层交往不断，各领域务实合作取得丰硕成果。上海是中国最大的经济中心城市，是全国改革开放排头兵、创新发展先行者。首个自由贸易试验区在上海设立，为全国提供了100多项可复制可推广的制度创新成果，当前，上海全力落实中共中央交办的三项新的重大任务，加快建设国际经济、金融、贸易、航运和科创中心，这为上海与各国各地区深化合作提供了广阔空间。 （周渊）

青海会展大打“生态牌”

本报讯 在青海省政府日前召开的2019中国（青海）藏毯国际展览会和2019国际生态产业博览会筹备工作专题会议上，青海省副省长刘涛表示，青海全面把握促进产业发展、扩大对外开放新任务、新要求，前瞻性、创造性地提出办好首届国际生态产业博览会，是立足生态保护理念助推经济社会发展、把生态资源优势转化为生态产业强势的重大决策，是奋力推进“一优两高”、展示青海独特生态地位、生态文明建设成果、推动生态产业发展的重要举措。

近年来，青海统筹推进三江源、祁连山、青海湖、柴达木、河湟地区五大生态板块建设，推进小流域治理、坡耕地整治和淤地坝建设，大力实施国土绿化、退耕还林、退牧还草、草原治理、水土保持、生态修复等工程，近五年来，累计投入各类生态建设资金372亿元。 （宗赫）

济南先行区拟出让土地建会展场馆

本报讯 近日，济南公共资源交易中心与济南新旧动能转换先行区管理委员会联合发布公告，将对先行区内7宗国有建设用地使用权进行挂牌出让，这是先行区范围内首次进行大规模土地出让。

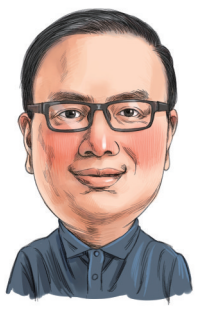
本次出让的土地总面积达到408430平方米，拟出让的会展中心用地达到398.57亩，将用于建设国内最大的综合会展中心。

2018年6月，济南市政府与绿地控股集团签订合作框架协议，将共同推进“中国济南·绿地国际博览城”综合建设项目。该项目计划5年全部建成，2020年实现国际会展中心一期运营，2022年底实现整体运营。

本次拟出让的土地即为绿地国际博览城用地。其中，会展中心用地是新建国际博览城会展中心的一部分。该会展中心规划总建筑面积130万平方米，室内展馆面积达到51万平方米，室外展览面积10万平方米。 （李师全）

为何说会展品牌化不能颠覆式创新

■ 周景龙



●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处

人类进入智能时代后，各行各业都非常重视创新，并以创新为主旋律来积极推动产业发展，会展行业也不例外。如今，在各类的会议、峰会、论坛上，其创新模式都受到会展业界的广泛关注。与此同时，在会展业的创新发展上，信息化、品牌化、专业化、国际化，更是经常被谈及的话题。作为创新会展服务模式的倡导者，笔者也想谈一谈会展品牌化和创新之间的关系。

笔者在研究中发现，品牌化就是面对一类人群已经认可的不变的内容，不断地进行强化，进而持续影响这一类群体的行为。如此，展会品牌化也是同一道理，一个展览项目经过多年举办，已在参展商、专业采购商和观众的认知里形成了一个潜移默化的定位或模式。笔者认为，这一情景下，会展组织者应该不断强化这一定位（或模式），而不是一味为了追求创新，打破这种潜移默化的定位。以笔者多年前负责的“中国制冷展”项目为例，为了更好地提升参展企业的曝光度，组委会曾推出包含全部参展企业Logo的巨大Logo墙，正中间位置是展会的Logo和主题，并且年年都以同样形式展现。渐渐地，参展商和采购商、观众习惯在这面Logo墙前拍照打卡，将照片发朋友圈甚至成为一种习惯，这样就很自然地扩大了展会的传播范围，强化了展会的品牌形象。

而颠覆式创新则是对过去的内容或模式的全盘否定，只要是过去用过的，都要采用新的形式或方法重新做。去年这个方法用过了，今年就不再用了，这样下去就会缺少时间的积累以及品牌的沉淀，如此一来，就很难在行业内形成品牌的认知。对产业会展活动尤为如此。笔者接触过的一些会展项目总是追求市场热点，今年移动互联网热就以移动互联网为主要的招商内容，明年大数据热就以大数据为主要展示内容，后年人工智能热又换成围绕人工智能来进行宣传招商，几年下来，参展商和观众都不知道主办方想做什么，无法形成每年固定来参展、参会的意识和计划。事实上，这样的会展活动做起来也非常有难度，因为每届展会都像在做一个全新的会展项目。

不否认，在会展品牌化建设上，笔者不推崇颠覆式创新，也但并不是要固步自封、停滞不前。笔者认为，传承式创新或顺应式创新更具有延续性。孙子兵法讲：兵无常势，水无常行，能因敌变化而变化者，谓知神。万物变化是必然的，但会展项目要顺应变化而创新，而不是为了创新而创新。创新之前，首先要明确哪些要素须保留下来，不管水流的方向如何因地势而变化，但是水往低处流的原理是不变的。只有把不变的要素传承好，再研究变化的因素，顺应大势进行变革创新。如此，创新才能达到预期效果。尤其是，会展活动中一些有代表性的品牌形象和有仪式感的场景，都应该尽可能地年年保留下来，促使与会者形成一种习惯。虽然在会展环境的布置，参会者体验等环节中，都可以进行一些创新和变化，但也要注意保留住形象、主色调等可延续性元素。

当然，如何处理好会展活动创新变与不变之间的关系，则体现了会展策划者的能力和水平。

【作者系道同共创（北京）科技有限公司CEO】

VINCHINA 第十二届烟台国际葡萄酒博览会 YANTAI 2019
全球葡萄酒名品荟萃·全产业链葡萄酒主题展会
22个国家 | 58个产区 | 500家展商 | 50场产业活动
6.28▸6.30
烟台国际博览中心
欢迎扫码注册参加