

●会展关注

跨界融合成会议产业新风口

■本报记者 兰馨

以AI为代表的智能改变着人们的生活方式,是否也意味着未来的会奖行业面临着前所未有的挑战和机遇?日前,在以“探索·突破·创未来”为主题的第十二届中国会议产业大会(CMIC 2019,以下简称会议产业大会)上,来自不同领域的有识之士探讨如何迎接新机遇,同时提出了迎接挑战的办法。

“置身于数字经济时代,一切都在发生改变。”北京明知网络传媒科技股份有限公司总裁管飞认为,不同行业都要重新匹配创新和渠道。

会议业面临历史机遇

“当前,世界正经历百年未有之大变局,全球经济重心、政治格局、全球化进程、科技产业变革、全球治理都面临前所未有的重大变化,有许多问题需要加强探讨

交流,会议产业面临重大历史机遇。”北京市文化和旅游局局长陈冬援引国际大会与会议协会(ICCA)统计数据称,北京去年举办协会类国际会议94个,较上一年度(81个)增长幅度大,稳居国内排名首位。

据介绍,国家会议中心二期工程已经开始建设,建设规模为77万平方米。二期工程主体建筑为会展中心,配套建筑包括酒店、写字楼及商业,建成后将与现国家会议中心连为一体,形成总规模近140万平方米的会展综合体。二期项目建成后,将形成以国家会议中心、人民大会堂、雁栖湖国家会都为核心的“会议铁三角”,以及以国家会议中心、中国国际展览中心(新馆)、大兴机场会展为核心的“展览三峰”国际交往中心新格局,全力打造国际交往活跃、国际化服务完善、国际影响力凸显的国

际会议目的地城市。

目前,包括中国国际商务及奖励旅游展览会(IBTM China)、中国会议产业大会(CMIC)、中国会奖旅游城市联盟等得到了快速发展。其中,中国会议产业大会规模已由2008年首届的几百人发展到如今的2000多人,与会城市达到50多个,迈进品牌化、国际化。

会议服务期待破局

在中国会议产业大会组委会秘书长王青道看来,现阶段,会议服务对象为三个维度,即国家、城市、企业。这三个维度对会奖旅游业来说是重要的服务群体,但他们的需求正在发生变化。

王青道表示,无论是国家、城市还是企业,在举办国际、国内会议时都需要好的国际环境,而企业发展则需要更大的国际市场。王青道认为,杭州2019年的

主题“新经济会议目的地”,将会议和本土产业进行融合,不仅是一种创新,更是一种突破。此外,成都一直在做国际会展之都的建设,今年,成都市博览局与ICCA在成都成立ICCA国际会议研究与培训中心,旨在积极探索国际化路径。

管飞认为,会议服务可从三个层面破题:一是符号等于创意,二是话题即为创意,三是流量等同创意。创意就是要挖掘会展背后的商业价值,依靠的是符号。

创建会议业新未来

“SLUSH被称作最酷的科技大会,活动内容是服务于双创,创新创业,创新科技。”SLUSH CHINA首席运营官宋宇辰表示,SLUSH采用的是完全突破传统或者是突破已有模式的会议。“与会者到达现场接触的第三

一个人并不是主办负责人,而是志愿者。”宋宇辰介绍,会议活动的创新要从模式上突破,SLUSH的形式创新是与志愿者合作,让每一位志愿者都代表活动主办方的形象。值得一提的是,SLUSH从未将业务看作是一个活动或者是服务产业,而是一个品牌、一种文化。SLUSH已在130个国家举办,超过千人级别的大会每年有4场,分别

在上海、新加坡、东京和赫尔辛基。

“理念是与先行者同行,与开创者共创。”驭势科技(北京)有限公司联合创始人吴甘沙表示,AI

驾驶将重塑未来的生活方式。AI将如何改变会奖、文旅产业?吴甘沙认为,AI将和会奖、文旅产业产生合作关系。因为无人驾驶本质上不是交通工具,而是一个空间,在这个空间会产生无数的商业可能性。期待AI与会奖、文旅产业一起创造新未来。

政务诚信应主动为“政策红利”护航

■刘海莹

个“槽点”:

槽点一,形同虚设的奖励资金。为吸引会展活动落地,不少城市在申办会展活动时抛出诱人的政策“橄榄枝”。这原本是积极的举动,但情况往往是:一旦活动结束后,这笔资金就变成主办方账上的“应收未收款”,甚至成为“呆账”“坏账”。

槽点二,突如其来的资金上限。各地举办的会展活动经费高低不一,当地财政部门为了“一视同仁”,制订脱离实际的会展经费开支标准,对已经完成的服务项目开支进行上限规定。如此,导致不少服务企业出现“负收入”。

槽点三,验收合格后的合同审计。服务企业按照政府采购、招投标、竣工验收要求完成服务

项目后,又被通知审计合同价格,最后仅收到远远低于合同的款项并导致亏损。事实上,早在2017年国务院法制办就下发了《关于纠正处理地方政府规章和规范性文件中以审计结果作为政府投资建设项目竣工结算依据的有关规定的函》(国法秘备函(2017)447号)。该函强调,纠正以审计结果作为结算依据。

上述三大“槽点”由于面对的事件主体均为政府,服务企业对于最终结果也只有无奈。

众所周知,政府在城市会展业发展中,尤其是二三线城市会展业发展初期起到了至关重要的作用。上月底,中国会展经济研究会发布了《2018年度中国城市会展业竞争力指数报告》,报告依

据城市整体环境竞争力、城市会展业专业竞争力、城市会展教育竞争力及城市会展主管部门服务竞争力四个方面,反映我国城市会展业的发展水平和潜力。在竞争力指数排名中,城市整体环境是决定条件,但大部分城市在会展专业竞争力和会展主管部门服务竞争力方面则不相上下,专业竞争力不足的城市往往通过政府营商环境竞争力和会展政策竞争力来赢得竞争优势。如果市场主体因政府许诺而来,却空手而归,最终只能一声叹息,下次必然是避之不及。

2014年,《国务院关于印发社会信用体系建设规划纲要(2014-2020年)的通知》强调,要加强政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设。其中,政务诚信是

“第一诚信”,对其他社会主体诚信建设发挥重要的表率 and 导向作用。若政务诚信都缺失,如何让会展企业安心、放心扎根城市?城市会展业可持续发展又从何处起?政务诚信缺失,最终损害的是城市营商环境,影响的是市场主体信心,也对政府形象造成负面影响。

《优化营商环境条例》将于2020年1月1日起正式施行,对持续优化政务服务、加强政府诚信也提出了更高要求。笔者因此期待,在未来会展业的发展过程中,政府不仅要拿出实实在在的政策红利,更要做到真真切切的政务诚信表率。

(作者系全国会展业标准化技术委员会副主任委员)



●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

临近岁末年终,又到业内活动集中、总结业界大事的时候,因此也自然避免不了各种“吐槽”。笔者观察今年业界发现几

应时代之声连接世界 乘开放之势融汇全球

——成都:建设国际会展之都 稳居中国城市会展业竞争力前列

11月29日,中国会展经济研究会发布《2018年度中国城市会展业竞争力指数报告》(以下简称《指数报告》),成都凭借“大型会议举办数量”“会展人才培养”等12个分项指标的均衡表现,得分仅次于上海、北京、广州,位居全国第四,中西部第一,连续三年领跑中西部城市。

作为现代服务业的重要内容,会展业已成为一个新的经济增长点,从《指数报告》中各城市的得分数据分析来看,大力发展会展经济的城市绝非少数。此外,《指数报告》显示,近年来,尽管我国会展经济不断升温,但城市会展业发展仍然存在下行压力。那么,成都会展在多城激烈竞争与行业下行压力下中强势突围,是凭借怎样的实力呢?

强势突围 成都会展连续三年全国第四

《指数报告》显示,2015年至2018年,各样本城市会展业发展竞争力指数的中位数存在先升后降的态势,这在一定程度上反映出我国城市会展业发展存在下行压力。在此背景下,成都会展业发展如何?

数据显示,自2017年成都提出建设“国际会展之都”目标以来,发展成效显著:2018年,成都会展经济实现三个“首次突破”,展出面积首次突破千万平方米,会展业总收入首次突破千亿元,参展参会人数首次突破1亿人次;今年,截至10月,成都市已举办重大会展活动745个,展出总面积1103.5万平方米,会展业总收入1127.2亿元,会展业继续保持稳定增长态势。

成都会展的持续稳定发展,在中国城市会展业竞争力指数中得以充分印证:在全国19个直辖市及副省级城市中,成都连续三年保持全国第四的排名;在城市会展主管部门服务竞争力指数中,成都和北京、上海、广州都有不俗的表现,成都位列第四;城市整体环境竞争力、城市会展业专业竞争力这两个指数,成都分别排名为第七和第四。

“成都会展得到了行业内认可,尤其近十年来,发展非常快。”中国



会展经济研究会会长袁再青对成都连续三年领跑中西部的“会展成绩单”毫不意外,在他看来,活跃的经济环境、城市展览数量以及展览国际化程度等都是构成这份“成绩单”的重要因素。

“成都会展的目标清晰,路径非常完整。”中国会展经济研究会学术指导委员会常务副主任陈泽炎认为,成都有一套较为成熟的战略实施配套办法,有此基础,成都会展业连续三年领跑中西部在情理之中。对比指数报告披露的成都会展最近三年各项数据发现,其在综合经济竞争力指数、宜商竞争力指数、展览业发展综合指数、会展教育竞争力等方面均呈现上涨趋势。

国际合作 成都会展广联世界“朋友圈”

在袁再青看来,成都会展业显示出两大优势:一方面是政府支持与重视,尤其是在政策制定、资源投入方面的努力;另一方面,随着“一带一路”建设的深入推进,西部城市崛起之势不可阻挡,成都占有绝对的地利。

去年,成都史上最高规格的对外开放大会明确提出:大力塑造国际标识,以“三城三都”为载体塑造别样精彩的成都标识,要求大力培育具有国际知名度的“名展、名馆、

名企、名业”,推进会展项目国际认证,提升西博会、糖酒会、欧洽会等品牌展会国际影响力,建设国际一流会展场馆,积极申办世界级重大展会。

“目前,落户成都的国际领先知名会展企业6家,全球会展业10强中7家与成都开展项目合作。全球排名第一的国际会议、展览、综合运营三大公司(MCI迈氏、英富曼、智奥)分别在成都设立独立法人机构或区域总部。”成都市博览局相关负责人介绍。

2017年6月,中国西部国际博览城一期投入使用,成为目前中西部现代化水平最高、综合配套设施最完善、展馆规模最大的综合性专业化场馆之一,“一市两馆”为成都中长期会展经济发展提供了充足的承载力,使成都立足中西部、连接全球的会展核效效应进一步凸显。

近年来,成都成功举办了世航会、进出口暨国际投资大会、欧洽会、第五届中非民间论坛、世界文化名城天府论坛、非物质文化遗产国际马拉松等活动,其中成都国际供应链与物流技术装备博览会已被正式列入中国—中东欧国家(17+1)合作框架项目。截止今年9月,落地成都的国际合作驻馆展会项目达20个。在国际展会认证方面,成都国际家具工业展览会、全国糖酒

会等9个会展项目获得国际展览业协会(UFI)认证,UFI会员增至11个。

以展谋城 “会展+产业”撬动城市发展新“红杠杠”

分析近三年来“中国城市会展业竞争力指数”相关数据,成都两项指标(综合经济竞争力指数、宜商竞争力指数)均呈现明显上涨态势。陈泽炎认为,活跃的经济环境与成都强化会展与产业关联性,努力让会展与城市产业同频共振、互促共进密不可分。

今年4月正式出台的《成都市加强会展与产业一体化发展实施方案》,从制度层面指导放大重大展会功能效应,解决投资促进对接资源难、重大展会资源浪费大的问题,目标指向为全方位提升城市产业能级,打造优势互补、合作共赢的产业利益共同体。

会展业持续稳定发展的成都,显然并不满足于于此。据悉,现阶段成都会展率先与文商旅体融合发展,加快促进会展、购物、旅游、文化、体育等各产业间联动发展。同时,聚焦电子信息、装备制造等主导产业发展,推动国家级、国际性、专业化重大展会招引,集聚一批具有全球影响力的重大展会项目,大力提升展会品牌能级,通过建设会展

经济功能区等加速会展产业一体化发展。

来自成都市博览局的数据显示,2019年,成都举办的公园城市论坛、中国环博会成都展、第100届糖酒会、第22届成都车展等重大活动将超过860场,其中,国际性活动将超过170场,会展业将实现总收入超过1320亿元,其中直接收入超过128亿元。这意味着,每周都有超过16场重大活动在成都举办,会展业正成为撬动城市发展的“新杠杠”。

不仅如此,当前,紧紧围绕建设“国际会展之都”目标,成都正在以“会展+产业+功能区+投资促进”模式,通过全产业链发展来吸引高端要素,汇聚人流、物流、资金流、信息流、技术流,推进会展与产业、会展与城市一体发展。

人才支撑 成都会展国际化 提质增效后劲十足

在会展经济的竞争大潮中,经济实力从来不是唯一决定性力量,政策支持与人才支撑是“背后看不到的力量”。

《指数报告》研究显示,作为西部中心城市,成都极为重视会展人才培养,在反映城市会展业潜在人才竞争力的城市会展教育竞争力指数中,成都名列前四。国际性会展

走进新时代 共享未来

中国·青岛国际会议展览中心
Hongqiao International Convention and Exhibition Center, China

(青岛国际会议中心新馆)
The New Generation Venue of QICC

2019年投入使用

www.qdiced.com.cn

室内展览面积 150,000 m²

50间会议室

室外展览面积 200,000 m²

10,000余个停车位

无柱多功能厅 10,400 m²

1000间酒店客房

山东省青岛市高新区火炬路326号 0532-8898777

澳企踊跃报名 第三届进博会

本报讯 近日,第三届中国国际进口博览会推介活动在澳大利亚悉尼举行。据组织者介绍,由于前两届收获多,已有35家澳大利亚企业报名第三届进博会,签约面积超过3000平方米。

中国国际进口博览会局副局长孙成海表示,第二届进博会吸引了181个国家、地区和国际组织参会,其中,澳大利亚有148家企业参展,比首届增长了27%,参展面积达到1.4万平方米,比首届增长了37.7%,涵盖了装备、科技生活、品质生活、食品以及农产品、医疗器械和医药保健品、服务贸易等。

澳大利亚巅峰食品公司代表莱茵斯表示,该公司提供的优质牛肉、红酒在进博会上深受中国消费者欢迎,公司深受鼓舞,决定继续利用下一届进博会深耕中国市场:“进博会为澳大利亚商品提供了一个良机,有利于进入中国市场。我们与合作商、供应商签署了大量的合同,更重要的是深刻地了解了中国市场。”

澳大利亚保健品领先品牌澳佳宝进入中国市场八年,已被中国消费者熟知,该公司看好进博会搭建的重要舞台。澳佳宝公司公共事务总监多赫蒂说:“进博会可全方位展示我们的品牌和产品,中国举办进博会,向本国消费者推荐全世界的产品,这无疑是对世界贸易的巨大贡献。”

据统计,2018年中澳双边贸易额1527.9亿美元,同比增长12%。中国已连续10年保持澳大利亚第一大贸易伙伴地位。

(何进)

本栏目由青岛国际会议中心独家赞助

权威认证机构UFI(国际展览业协会)亚太区主席仲刚曾表示,过去30年间,中国会展业体量跻身全球前三,但从专业化、整合度方面来看,尚未成为世界的模板。因此,中国会展业需要找到从规模化向专业转变的关键钥匙,而这当中,人才是关键。

“我们创新开展与国际行业协会合作新模式,与国际大会及会议协会、《会议》杂志社、成都大学开展局、会、媒、校合作模式,成立ICCA国际会议研究及培训中心,这是全国首个由地方行业协会、企业共同成立的会展业人才培训中心。成都励翔文化创意股份有限公司董事长李军表示,该中心将着手提高会展专业学生就业率,开展人才培养,包括实践好的实训,并在中国会展经济研究会的大力支持下,整合行业资源,开展展陈策划师与设计培训师培训考评等工作,培养更多的会展实用性人才,同时做好会展行业梯队人才的培养和输出。

成都会展人才培养方面所做的努力,法兰克福展览(上海)有限公司董事长赵慰平用“非常出色”一词来总结。他认为,一方面,大量展览和会议的举办,让会展人才在实践中不断涌现并成长;另一方面,政府部门还组织会展人才参加国际国内的系统学习,有意识地帮助会展人才成长。“令人鼓舞的是,川大、川农、成都理工、成都大学等多所高校都开办了会展专业,正在为行业批量培养后备人才。”

(毛雯)