

创新会展·省域篇

# 广西会展业：加速会展重启步伐

■ 本报记者 胡心媛

日前,广西南宁发布了《南宁市人民政府关于进一步促进会展业高质量发展的实施意见》(以下简称《意见》)。<《意见》明确表示,要发挥会展业对南宁经济社会发展的辐射带动作用,提高南宁会展业专业化、国际化、市场化和信息化水平,促进会展业高质量发展。

经历过新冠肺炎疫情的考验,南宁正式拉开了复展的序幕。记者了解到,《意见》的发布是疫情防控常态化下,南宁全面落实强首府战略,提升会展业规模与效益,提升东博会品牌效应,建设全国一流会展名城和面向东盟的区域性国际会展中心城市的重要举措。

近年来,南宁及广西高度重视会展业的发展,会展业正向着多元化和纵深方向发展。据相关数据显示,广西现有直接从事展览的企业68家,展览场馆47个,展览面积约22.5万平方米,2019年预计展会营业收入约53亿元,同比增长16%。

## 加大政策扶持力度

广西贸促会会长李常官认为,

广西办会办展有区位、交通、生态、产业、市场、展馆设施等方面的优势。其中,市场优势主要是中国-东盟自贸区,这是一个涵盖11个国家、20亿人口、GDP超过6万亿美元的巨大经济体。

今年,会展业受新冠肺炎疫情影响非常大。为此,《意见》提出,南宁将对列入重点培育的品牌展会、产业展会项目予以扶持,首次办展或者展览面积在2万平方米以上,按照展览服务费50%的标准给予梯度扶持,并对本土会展企业到境外自办的展会项目予以扶持,与此同时,对开展智慧展馆、绿色节能提档升级改造的会展场馆予以扶持。

“对在南宁国际会展中心举办的相关展会,我们将克服自身经营的困难,拿出专项资金,在南宁市财政对会展业补贴标准的基础上,额外增加补贴30%-50%,帮助会展中小企业渡过难关,也吸引更多展会落户南宁。”广西国际博览集团有限公司副总经理熊智琳表示,因疫情延期的展览项目和各行业提振措施的实施,下半年的展览场地

需求有可能出现旺盛的趋势,广西国际博览集团将提前统筹,畅通信息,争取合理排期。

## 提升会展服务能力

最近十多年,在国家政策的引导以及东盟自由经济贸易圈的带动下,广西的会展经济得到蓬勃发展,形成了中国-东盟博览会、南宁东南亚国际旅游美食节、广西汽车交易会、广西房博会以及南宁国际学生用品交易会等一系列具有相当影响力的会展活动。

“我们坚持以发展会展经济为主导,极力改造城市基础设施建设,提供旅游、运输、餐饮、安全保护、通信等一系列优质服务,建设良好的区域人文社会环境,为会展业发展提供最佳的后续服务。”南宁市政府相关负责人表示,《意见》明确指出,南宁将不断优化展馆资源布局和完善会展配套设施,倡导绿色发展理念,支持会展场馆、交通路网、酒店及商业综合体等会展周边配套设施应用绿色循环材料、节能环保技术,培育示范性绿色会

展企业,推行低碳办展办会。完善住宿餐饮、交通物流、文化旅游、娱乐购物等会展服务配套设施功能,推动展馆与周边区域一体化发展,提升南宁市承办国际国内一流展会的服务能力。

“与此同时,我们还将打造智慧会展生态,通过智慧化手段整合展览会议资源,推动云计算、大数据、物联网、人工智能等技术在会展经济产业体系中的应用,提升会展场馆的智慧化水平,借助会展智慧制造产业集聚规模和竞争优势,打造智慧会展生态圈。”该负责人如是说。

## 深化跨区域交流

“一个展会改变一座城市。南宁充分借助东博会的平台,不断扩大开放合作,有力推动社会经济迈入高质量发展的时期。”广西国际博览集团董事长王雷表示,十多年来,在东博会的示范作用下,南宁现代会展的产业链逐步完善,催生了会展服务业的各种业态,促进了以东盟为特色的城市会展旅游形

象,培育了各类面向东盟的市场主体,会展经济的带动作用在南宁体现得比较明显。

日前,广西贸促会与广东鸿威国际会展集团有限公司签署战略合作协议,双方协定三年间(2020—2022年)围绕会展业开展深度合作,联合举办优质会展活动,共同培育会展品牌,共同开展会展人才培训,携手布局国内外市场,为优化广西会展业战略布局,促进广西会展业高质量发展、深化东融合作、实现产城融合作出积极努力。双方首批合作项目包括清洁能源、纺织产业方面的博览会等。

南宁市政府相关负责人表示,此项战略合作协议的签署正是体现了《意见》中所提出的要求,即南宁要深化会展交流合作,主动融入“一带一路”、粤港澳大湾区和西部陆海新通道国家开放战略,搭建中国-东盟高层对话平台和合作平台,结合中国(广西)自由贸易试验区建设,引导会展领军企业、产业龙头、行业协会通过深化跨界合作、“互联网+”等创新办展办会模式。

## 会展传真

### 第十一届海峡电机电器博览会“云签约”

本报讯 日前,宁德市国际商会作为第十一届海峡电机电器博览会线上展主办方在线参与启动仪式,与福建省贸易促进中心、全球贸易通共同完成线上签约。

第十一届海峡两岸电机电器博览会经宁德市同意,转为线上举办,旨在组织企业克服新冠肺炎疫情疫情影响,开拓市场,稳住宁德外贸基本盘。本次“云电博”采用“云开幕式+企业特色展厅+音视频直播+即时互动+在线洽谈+大数据动态统计”的方式,全方位展示宁德电机电器产业和参展企业。“云电博”将于6月中下旬上线,展期延至12月底,今后将长期运行,打造“永不落幕的博览会”。

据悉,已有70家相关企业入驻“云电博”线上平台,意向参展企业已达120余家。(刘科)

### 厦门积极筹备“云上投洽会”

本报讯 日前,厦门市会展局举办了“云上投洽会”设计方案讨论会,确定一款初定命名为“云投资”的App争取在9月8日前正式上线,力求成为未来全球的“投资大脑”,由此衍生成“升级版”厦门会展大数据平台。投洽会组委会正在按照正常程序筹备展会,积极与相关主办方、成员单位联络对接,“云上投洽会”准备工作也同步开展。

厦门市会展局相关负责人认为,新冠肺炎疫情迫使整个行业加快数字化发展、跨界融合。厦门市商务局与厦门市会展局正着力推进厦门会展业数字化建设,利用大数据技术,通过产业地图等进行形象化展示,提升会展与其他产业的黏合度。未来,厦门每条优势产业链都将打造“一展多会”模式,实现会展带动产业发展,通过产业发展反哺会展业。(吴君宁)

## 上海业界人士:进博会层次会更高

本报讯 第二届进博会闭幕后,多个外资新设项目落地上海,不少已经在沪投资的外资项目纷纷表达增资扩资的意向。进博会的溢出效应不断扩大,为上海引进外资工作增加助力。第三届进博会如何“越办越好”?上海业界人士认为,应尽力发挥进博会促进区域经济和全球经济发展的作用。

上海市政协副主席周汉民表示,进博会要成为更高层次的市场要素展示会,打造集技术、产权、人才于一体的综合要素交易平台,丰富和延伸自贸区战略的内涵。在当下全球化逆流涌动之际,确保第三届进博会“越办越好”,在强调进口的同时,应关注出口机会;在强调国际贸易发展的同时,应强调与国际投资的结

合;在强调货物贸易进口的同时,应关注技术和服务贸易的进口。这样才能真正发挥进博会促进区域经济和全球经济发展的作用。此外,一定要打造实体进博会和网上进博会的合作,使进博会“永不落幕”,使网上进博会成为常态化。

在上海纺织装饰有限公司副总经理王伟看来,要持续有效放大进博会效应,就要做好“减加法”。“减”主要体现在两方面:一是政府要主动在税费通关上“减”,包括进一步完善制度设计及政策供给,进一步降低关税和制度性成本;二是引导企业在流通环节“减”,包括进一步发挥企业海外进口渠道优势,打通进口商品从源头直采到国内消费终端的通路。“加”主要是指要支持社会服务在便利性上“加”,进一步延伸“进博服务链”,发挥社会各界优势建立长期的信息服务平台。

东浩兰生集团上海外贸经贸商务展览有限公司副总经理章伟民认为,进博会作为国际采购交易平台,不仅要完善产品结构,更要注重从量到质的提升;作为贸易投资促进平台,要进一步完善营商环境,改进贸易投资便利化措施;作为人文交流学习平台,要围绕文化、旅游、教育、体育等做好文章;作为世界开放合作平台,要更广泛、更深入地开展合作。(毛雯)

本栏目由青岛国际会展中心独家赞助

本报讯(记者 兰馨)日前,记者从青岛即墨区贸促会了解到,为促进会展业复工复产,减少新冠肺炎疫情对会展业的影响,促进会展经济平稳发展,即墨区出台了《青岛市即墨区关于应对新冠肺炎疫情促进会展业平稳健康发展的实施意见》(以下简称《意见》)。

《意见》明确提出,推动会展业复工复产、提升服务保障。根据各级政策要求会同属地部门做好会展业疫情防控,帮助会展企业落实各项惠企政策,根据政策要求推动安全有序办会办展。协调畅通展会取消或延期举办的后续工作体制机制,强化会展业发展工作领导小组领导和各部分协作,优化服务保障方案,就举办手续的重新报批、现场引导、交通保障等方面提

## 青岛即墨区扶持延期展览项目资金上浮20%

升服务水平,畅通沟通渠道。

《意见》明确,提高会展资金扶持标准,对2020年延期举办会展项目、新引进会展项目、专业展馆及新纳统企业进行扶持。根据《青岛市即墨区扶持会展业发展专项资金管理办法》确定的补贴条件,在原补贴标准基础上,延期举办会展项目补贴总额上浮20%,每个展览项目上浮金额不超过40万元,会议项目上浮金额不超过10万元;新引进会展项目,补贴总额上浮20%,每个展览项目上浮金额不超过40万元,每个会议项目上浮金额不超过10万元;专业展馆招展,新引进展览面积1万平方米以

上且首次在即墨区举办的专业展览数量超过5个(含5个),给予展馆一次性招展补贴20万元;超过5个部分每增加1个给予一次性招展补贴4万元,最高不超过30万元;新增纳统会展企业,给予企业10万元补贴。

《意见》强调,重视招展引会工作。会展业发展繁荣对于拉动住宿、餐饮等行业发展效果显著。为应对疫情影响,应提前谋划布局招展引会工作,制定协同招引、推介走访、培育引进计划;用好《即墨区扶持会展业发展专项资金管理办法》,提高会展数量、规模、实效。加强线上展会活动工作指导,推动展会创新。

## 法兰克福深圳子公司更名 加速大湾区版图扩张

本报讯(记者 兰馨)近日,法兰克福展览集团其在对中国的业务架构进行了调整,将属于法兰克福新时代传媒有限公司的法兰克福新时代广告(深圳)有限公司更名为法兰克福展览(深圳)有限公司(以下简称法兰克福深圳公司),并自4月1日起任命车立超为总经理,负责法兰克福深圳公司及拓展其在粤港澳大湾区展览业务。

由此不难看出,法兰克福展览集团继在中国上海为根据地的长三角拓展业务版图后,又将其在中国的业务版图扩展到珠三角,并选择深圳为“据点”。

按照法兰克福展览集团的展览业务板块发展规划,除继续支持“安防技术领域板块内的项目”外,更名后的法兰克福深圳公司将加

快推进其展览集团在粤港澳大湾区展览项目的发展。

为抢占粤港澳大湾区的发展机遇,根据法兰克福展览集团在华发展计划,今年起,法兰克福展览集团将大湾区国际纺织面料及辅料博览会、中国(深圳)国际网印及数码印刷技术展览会等7个展览项目移师深圳国际会展中心举办。新建成的深圳国际会展中心目前是全球范围内超大型场馆之一,成为其在珠三角设施最先进的会展举办场地。

“粤港澳大湾区建设潜力巨大,此次深圳子公司的架构调整也是为了能够更好地把握利好政策。”法兰克福展览(深圳)有限公司董事会主席温婷坦言,在过去30年,法兰克福展览集团一直积极拓展中国市场的展览业务,为参展客商创造更多

中国市场机遇,同时为客商的经贸增加更多效益。希望深圳子公司的营运为集团及合作伙伴提供更好的服务。

车立超表示,华南市场的发展前景持续向好,今后将通过法兰克福深圳公司,让更多的中国企业了解集团在全球展览项目,在参展的

过程中获取更大利益。

法兰克福展览集团深圳公司是法兰克福展览集团旗下的法兰克福展览(香港)有限公司在中国9家子公司之一,其香港子公司在12个亚洲主要城市举办超过50个展览项目,旨在帮助全球参展客商拓展中国和亚洲市场业务。



中国国际贸易促进委员会专利商标事务所  
CCPIT PATENT AND TRADEMARK LAW OFFICE



守护智慧 创造价值  
知识产权全领域服务  
www.ccpit-patent.com.cn | mail@ccpit-patent.com.cn

## 会展新说

# 全球展览日下再论展览行业的经济属性

■ 胡中华

6月3日是全球展览日(GED2020)的第五个年头。笔者在国际展览业协会(UFI)总部服务的时候,曾专门咨询过这个节日的由来——现在大部分对社会和经济发展有重大贡献的领域,均有纪念日(Secular Observance),但展览行业自诞生以来,作为国际贸易推动的平台,对社会稳定和世界经济作出巨大贡献,却一直缺乏社会足够的关注和重视。

因此,在UFI的国际协会常委会会议上,与会代表建议“UFI带头建立一个属于我们自己行业纪念日”的动议。与会代表之一的国际展览与项目协会(IAEE)也对这个提议大加赞许,并“先行先试”,联合美国展览产业研究中心(CEIR)、展览设计与搭建协会(EDPA)、展览服务与外包协会(ESCA)、国际场馆经理人协会(IAVM)和美国旅游协会(U.S. Travel)于2014年推出“Exhibitions Day”。2015年,来自俄罗斯的时任UFI主席Sergey Alexeev决定,在其任期内一定要把

属于全球的展览行业纪念日落到实处。经过各方协调,首届全球展览日(Global Exhibitions Day)于2016年落地。

如今,全球展览日已获得41个国家和地区的会展协会支持,并在90多个国家同步庆祝。协会方面,IAEE每年坚持联合同业在华盛顿国会山通过系列活动向政府官员普及“Exhibitions Mean Business(展会即商业)”的理念、意大利会展协会(AEFI)在罗马同期举办行业专题大会、法国会展协会(UNIMEV)则同期举办主题Run La Voiture Noir(全球Exhibitions Run),围绕巴黎的会展场馆设计赛道路线。企业方面,英国励展、法国智奥、德国法兰克福等国际会展巨头每年均围绕年度主题,以不同程度参与宣传推广。自首届全球展览日推行以来,业界看到时任法国经济部部长马克龙、时任澳大利亚贸易和投资大臣西奥波等政府高层为展览行业发声。

在欧美,展览业更多与国家的经贸主管部门挂钩,原因在于展览

本质上是商贸行为发展的自然产物。套用欧洲顶级商学院之一莱比锡商学院Kirchgeorg教授的展会分析模型,笔者从微观经济、宏观经济和超经济三个层面,分享国际视野下的展览行业的经济商贸本质及其数字化的有形展示——展览经济拉动系数。

首先,微观层面。有形展示体现在,展会期间参展商一系列的宣传投入和营销攻防。如去年正值布加迪110周年纪念,布加迪特意重启“亚特兰大”系列,并把当年打造的唯一一台布加迪La Voiture Noir(也被誉为“世界最贵的汽车”)的首演献给瑞士车展;隐私安全问题是2019年互联网和消费电子领域的热点话题,过往从不参加CES的苹果首次在场馆对面的楼宇打出巨型外墙广告——“What happens on your iPhone, stays on your iPhone”,直接挑衅场馆内展位面积再创新高谷的谷歌参展。

优质参展商的同台献技,吸引着海量专业买家和行业媒体,为企

业的展览投资回报打下坚实的根基。这也是著名的“UFI会展经济拉动系数”的原型——参展商每投资1美元,大约能在展会期间获得2美元的投资回报,并在展会后期获得约8美元的投资回报,拉动系数为1:10。其中,法国政府的经济、工业和信息部联合法国工商会、法国会展协会、法国企业管理局等机构进行了更精密的测算,得出企业在法国举办的B2B展览投资回报约为1:10、B2C展览投资回报为1:7、平均投资回报约为1:8,值得注意的是,国际上的拉动系数中的“1”的对象是参展企业。

其次,宏观层面。展会的宏观经济层面作用主要体现在三个方面:展览行业的直接消费、间接商旅拉动和市场建设。展览行业直接消费及其间接商旅拉动共同构成会展业的行业生产总值,按照UFI的数据,全球会展行业生产总值为1090亿美元,与IAEE的970亿美元大致相近。其中,会展行业直接相关消费与商旅拉动的占比大致相等,约为

1:1。根据英、法、德各自会展协会的最新测算,英国展览业总值约为56亿欧元、法国约为75亿欧元,德国作为大量行业母展的集中地,其总值约为145亿欧元。根据牛津经济研究院联合UFI和SISO的测算,全球场馆平均每平方米展览面积每年产出约为9400美元,每家参展企业每年带来约7万美元的贡献。

然而,吸引着各地政府落户展览的原因除了行业自身价值,还包括其行业培育和市场建设的功能。一方面,展会具有天然的吸纳功能,能把特定行业的供求双方聚集于一处;另一方面,展会的行业催化和发展功能,即人流、物流、资金流、信息流的交互作用,使得来源于展会所在地的企业展览投资回报率理论上相对最高,地方政府得以促进目标行业的长足发展。

最后,超经济层面。展会的超经济层面主要体现在宏观上的贸易促进和微观上的形象公关和政策宣传。鉴于展览在全球贸易发挥着不可替代的推动

作用,世界贸易中心协会(WTCA)一直是展览行业最坚实的国际组织支持者之一,而制定国际贸易术语的国际商会(ICC)则直接参与了当年UFI对展览术语定义的制订。历史上,特别是第二次工业革命以来,大量的创新发明均在展会上发布,这种展览同期发布的文化持续至今,如巴塞罗那的世界移动通讯大会举办期间一直是各大手机运营商新品发布的集中时段。

在新冠肺炎疫情的冲击下,全球经济低迷。展览与经贸相辅相成,复苏路上,会展业义不容辞。

(作者系法国智奥会展国际部项目经理)



本栏目文章涉及版权,转载请注明出处