创新会展·企业篇

江苏白马博览中心依托“产业优势 +专业”

凝心聚力促“小城”变身产业会展新高地

■ 本报记者 兰馨

近期以来，江苏白马农业国际博览中心（以下简称江苏白马博览中心）正以“黑马”之势，成为后疫情时代会展业界的焦点。

继健康中国发展大会、全国农商互联大会相继选址江苏白马博览中心之后，江苏白马博览中心还将于年底前举办近20场大型展会。由于档期紧张，有的展会档期已被推迟至明年。自8月至年底，江苏白马博览中心会议档期已排满。

据了解，自去年12月投用以来，江苏白马博览中心确立了平均每月举办不低于两场会展活动的目标。据了解，该场馆吸引高端会展活动项目的数量令人欣喜。在构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局大背景下，江苏白马博览中心依托产业优势，凝心聚力，打造集人流、物流、信息流的新平台。

诸多展会相继落户

9月22日，全国新农民新业态创业创新大会在江苏白马博览中心举办。为期4天的展会签约15.3亿元，汇聚2000多位来自全国各地行业协会、科研机构、企业代表和“乡创客”的代表，以及300个创业项目和1200多种创意产品。这是我国农村“双创”领域层次最高、规模最大、阵容最强的展会。

在“923全球农产品电商直播节”上，四大千万级流量明星主播和全国各地50个优质网红主播在江苏白马博览中心现场直播带货，全网观看人次近4000万，令江苏白马博览中心成为全国“网红馆”。

9月12日，2020第二届iFresh亚洲果蔬产业博览会在江苏白马博览中心举办，3天展会吸引观众1.26万人次，展商超过300家，展会规模比预期扩大了1.6倍。

多个农业类展会在江苏白马博览中心相继举办，也带动了溧水农业产业的发展。江苏白马博览中心大厅一侧有溧水“无想田园”农产品公用品牌产品展示。据悉，今年已有14个农业类展落户白马博览中心。

在江苏白马博览中心背后是位于白马的全国首批、长三角唯一的国家级农业高新技术产业示范区——南京国家农业高新技术产业示范区。

因其专业赢得信任

在会展组织方眼里，江苏白马博览中心实用，堪称专业且一流。按地理位置，江苏白马博览中心位于南京溧水东南部，是新兴的南京南部副城，离溧水中心城区还有半小时车程。但其离南京禄口机场30分钟车程，离高铁站8分钟车程，3分钟车程即上高速公路。当地正在规划建设从江苏白马博览中心到高铁站的云巴轨道交通。这意味着，江苏白马博览中心正在与世界“无缝高速对接”。

作为南京国家农高区建设的重要载体，江苏白马博览中心一期项目总建筑面积近5万平方米，共有500个标准展位，配套15个会议洽谈室和1个可容纳3000人同时参会的会议中心。

据江苏白马博览中心总经理裴建新介绍，目前，江苏白马博览中心是全国最大的农业专业会展馆。一期馆区有大空间、无柱式展览中心，室内可布展2万平方米，适宜举办各种行业展会。此外，会议中心3500平方米，不同面积的会议室能承接大到论坛、小到分组讨论的各类会议。

江苏白马博览中心正因其交通便利，使用性强而受到会展活动组织方的关注。据了解，已有两个大展会有意愿将江苏白马博览中心作为永久性会址。

促区域转型提速

据南京溧水区政府有关负责人介绍，会展是南京溧水区当前重点打造的新兴产业。今年以来，南京溧水会展业蓬勃发展，正在带动包括餐饮、住宿、交通等多个产业的发展。据统计显示，今年以来，到南京溧水区参展的人数累计超过60万人，有60%以上来自江苏省外，覆盖28个省市。

会展业的发展同时带动了城市管理水平的提升。随着会展活动的举办，为南京溧水区带来了城市治理理念的更新。溧水加大了智慧执法、智慧渣土、智慧控违和智慧环卫系统建设，通过大数据分析、远程操控等方式提升城市管理水平。溧水城市治理水平在南京的排名大幅提高，目前稳居前三。通过3年左右的时间，溧水城管将实现常态化高品质治理。

与此同时，会展业的发展也带动了溧水区旅游业的发展。据南京溧水文化和旅游局有关负责任人介绍，溧水在南京空港国博、江苏白马博览中心两大场馆设立了会展旅游驿站，实现“会展+旅游”的无缝对接，通过整合区内优质旅游资源，定制涵盖天生桥风景区、周园、红色李巷、梦华苑等知名景点在内的多条会展旅游参观路线。

此外，会展业对溧水酒店业的发展有很大的促进和带动作用，今年溧水酒店的客单价和出租率都高于往年。

会展扶持力度加大

截至目前，溧水两大会展中心（南京空港国博、江苏白马博览中心）已举办各类会展活动32场，国家级以上会展活动多达13场。展会主题涉及智能制造、新能源、临空产业、智慧农业、电商直播等多个行业领域。

今年1月，溧水正式出台了《南京市溧水区关于促进会展业发展若干政策措施》，简称“会展十条”，区级层面政策力度排在全国前三位。该区目前已落户16家专门从事会展的企业，年底有望突破20家。

同时，区级财政定点补助两个博览中心各1000万元，到年底区各级财政补贴金额预计超过4000万元。对于引进知名、优质会展企业，以及产业契合度高、生根型、具有国内国际影响力的品牌展会项目，还给予“一事一议”的资金奖补。

目前，南京溧水区成立了会展办，将会展融入全区各条口、各行业。

南京国家农高区相关负责人表示，江苏白马博览中心正以“打造全球领先农业产业会展高地”为使命，打造国内外农业高新技术成果开发交流、展示交易、品牌策划中心，同时，以“产业会展高地，多元会展平台，五星会展服务”的定位，打破行业界限，不断拓宽展会领域。

第三届进博会意向成交额超上届两个百分点

日前，在第三届进口博览会闭幕新闻通气会上，中国国际进口博览局副局长孙成海介绍说，第三届进博会各方合作意愿热度不减，按一年计，累计意向成交726.2亿美元，比上届增长2.1%。第三届进博会展会总展览面积近36万平方米，比上届扩大近3万平方米，多个国家和地区的参展企业携大批新产品、新技术、新服务首发首展，举办101场配套活动，近40万名专业观众注册报名。

本届进博会展示新产品、新技术、新服务411项，世界500强及行业龙头企业连续参展比例近80%，布展水平进一步提升，特装比例达到94%。多个国家部委继续推出税收优惠、通关便利、市场准入等支持政策，为展客商带来更多实惠。

据悉，食品及农产品展区参展企业数量最多，有来自93个国家的1264家企业参展。在汽车展区，世界前七大整车集团悉数到场，展区内500强和行业龙头企业参展面积超过90%。技术装备展区突出展示自动化、智能制造、工业数字化、能源、整体解决方案等内容，引领行业创新趋势。消费品展区展览面积超过9万平方米，成为本届进博会面积最大的展区。服务贸易展区汇集金融、物流、咨询、检验检测、文化旅游等五大板块全球名企，全力打造智慧服务赋能全产业链。医疗器械及医药保健展区新产品新技术首发数量最多，总数超过120件。首次设立的公共卫生防疫专区集约化展示国际先进公共卫生防疫产品、技术和服务，企业报名踊跃，面积多次扩容。

本届进博会在常态化疫情防控条件下，进一步落实疫情防控工作总体方案和展馆疫情防控专项方案，全力确保进博会现场人员、物品、场地卫生防疫安全。扩大临时标识覆盖面，增加防疫标识5.5万个，累计发放《导览手册》等印刷品超过50万册。入馆安排严格落实疫情防控要求，通过两次红外测温筛查，实现“无感知、不停留、可追溯”入场，自11月5日早8时至11月10日中午12时，累计进场近61.2万人次。

进博会城市服务保障领导小组办公室主任、上海市政府副秘书长尚玉英介绍，进博会开幕至今，上海交易团采购意向订单较上届继续保持增长，其中日用消费品采购规模持续旺盛，高新技术、新产品采购订单增长较快。进博会期间，上海累计运送客流约57万人次，其中，11月6日运送进博会客流15.5万人次，集约化交通出行比重每日均达到80%左右。

截至目前，已有数百家企业报名、签约参展第四届进博会。（本报综合报道）

进博会“溢出效应”助推

南京会展业“产业因子”被激活

■ 本报记者 毛雯

“在开放中创造机遇，在合作中破解难题。”“中国广阔的内需市场将继续激发源源不断的创新潜能。”第三届中国国际进口博览会已经在上海闭幕，中国国家主席习近平以视频方式发表的主旨演讲在南京市会展业界引起的热烈反响仍在持续中。

南京市贸促会会长、南京市会展办主任梁洁表示，第三届进博会将为各国发展开拓新空间，同世界分享市场机遇，为推动世界经济复苏及国际贸易合作注入新动力。跨越新世纪门槛，站在全球化发展的今天，南京会展业面向国内国际两个市场，行业、产业、市场细分度不断提高，国际化程度显著增强，有力促进了国内国际双循环加速发展。

助企业优化商品供应链

进博会“溢出效应”引领南京经济社会高质量发展。3年的时间，进博会让展品变商品、让展商变投资商，南京企业也从过去推着“购物车”满载而归，到如今变成海外优质资源进入中国的“中转站”。

今年，苏宁再次深度参与进博会，既是采购商，又是参展商。参展方面，家乐福携更多海外品牌尤其是快消类品牌亮相，展区面积由去年的100平方米扩至今年的150平方米，展品数量提升了一倍多。采购方面，苏宁加大在欧美等地的采购力度，在持续加强与国际知名家电、3C品牌合作的基础上，进一步关注与居民品质生活有关的大快消品类商品的采购与服务贸易采购，快消签约占比达60%，其中尤以食品类目最多。

苏宁控股集团相关负责人说，进博会是优质品牌沟通交流的机会，是连接海外品牌和中国消费者的桥梁，借助进博会的重要契机以及双循环新发展格局，苏宁将持续优化商品供应链，将海外优质商品引入国内，让中国消费者“足不出户买遍全球”。

会展业与主导产业互动

第三届进博会期间举办了中国会展领域唯一配套论坛——第三届中国会展业国际经贸论坛。南京获评2020年度中国最具影响力会展名城。

梁洁在论坛上介绍说，会展业作为新兴的、绿色的、朝阳的热点业态，在南京城市发展中扮演了重要角色，成为城市现代服务业的“重要一员”。围绕“创新名城、美丽古都”发展愿景，南京已经成功引进了一批高品质的国际性知名展会，打造了一批自办品牌展会。南京今年共有5个会展项目、8个企业获得全球展览业协会（UFI）认证。

梁洁表示，会展业的目的性策划、定向式邀请、竞争性展示、多元化选择、分散式决策的作用机制，及其显著的贸易投资促进、创新研发交流、市场关联构建功能，又使之成为维护和发展全球产业链供应链价值链服务链正常运作，不因疫情而断裂的最有效手段。

南京专业会展场馆也备受鼓舞。南京国际博览中心相关负责人表示，习近平主席的主旨演讲给了会展人极大的勇气与信心。今年3月复工复产以来，博览中心先后承办展会活动140多场，吸引人流量60余万人次，近期举办的国际生活用纸展、国际医药原料药会等诸多规模性、重量级、高品质展会，有助于拉动区域经济高质量发展。南京国际博览中心将继续提供高质量服务，探索创新发展道路，跑出会展行业高质量发展的“加速度”。

“通过会展经济的独特魅力，南京在全球坐标实现了自身价值。”梁洁透露，南京会展业将与南京主导产业良性互动、共同促进，在以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局下，演绎更多精彩。

进博时间

在“家门口”感受匈牙利魅力

本报讯（记者 **王曼**）一提到匈牙利，人们就会想到浪漫的多瑙河。其实，氢弹、电脑、复印机、柯达相机超级6-20、火柴、白炽灯圆珠笔……这些我们耳熟能详的物品，发明者都来自匈牙利。

第三届进博会期间，由匈牙利贸易促进局（HEPA）和匈牙利驻上海总领事馆共同开展的题为“匠心独创· 匈牙利”的活动在上海金桥国际商业广场举行。活动集匈牙利创新、旅游、体育外交、贸易于一体，为观众带来别具一格的体验。

匈牙利驻上海总领事馆总领事博岚表示，“匠心独创·匈牙利”活动为中国观众领略匈牙利的魅力提供了良机。

活动期间，观众可以通过屏幕观看连线匈牙利的实地探访，有古城、酒庄、商店、修道院、“传统之家”、健身园区、度假胜地等。不论是神秘浪漫的多瑙河，还是布达佩斯或德布勒森，匈牙利到处都有奇妙的景象，令众多“云游客”流连忘返。

观众还可以在教练的指导下，参与体验源自于匈牙利Teqball（足球乒乓球）项目。今年适逢魔方发明40周年，活动现场作了巨型魔方打卡装置、吉尼斯纪录魔方展示，观众可以感受这种益智游戏带来的快乐。

世界三大贵腐酒之一的托卡伊（Tokaji）、传统手工艺方法制作的赫伦（Herend）瓷器、猎鹰击剑俱乐部、乔山健康科技集团、佩诺酒业、威克酒业等品牌和企业，共同带来了匈牙利的各种物产及文化体验。

记者了解到，匈牙利连续三年参加进博会。该国是首届进博会的主宾国，在第二届进博会上建有自己的国家馆。匈牙利政府对参加第三届进博会高度重视，匈牙利总理欧尔班以视频方式在第三届进博会开幕式上致辞，表示将继续深化和扩大两国经贸合作。

博岚表示，今年受疫情影响，匈牙利不设国家馆，决定在户外举办这次活动，既方便展示多个主题，也让更多的观众参与体验，走近匈牙利。

本栏目由青岛国际会展中心独家赞助

会展大咖说

以变应变，激发会展多元价值

■ 唐雪

作者简介

北辰时代会展有限公司、杭州国际博览中心总经理，浙商总会会展业委员会主任，中国贸促会商业行业分会会展信息化委员会副理事长。

拥有34年高星级酒店和大型会展中心管理运营经验，曾在国家会议中心及珠海国际会展中心的开业筹备、运营管理等多领域发挥重要作用，是会展场馆管理模式的创新者和输出管理的倡导者。

第三届中国国际进口博览会落下帷幕。本届进博会如期保质举办并再创新高，对经济发展具有特殊重要意义。进博会搭建了国际间经贸往来的一流平台，也成为向世界展示中国风采的聚焦窗口。作为展示载体，会展再次体现了具有推动力的经济价值。而随着对会展经济价值的肯定与期待逐步提升，从会展圈内到圈外，新思潮不断涌现，风云正起。

过去几年，会展业一直朝着数字化、资本化、跨界化缓缓推进，今年突如其来的新冠肺炎疫情让会展业遭受重创，也加快了会展业朝着这三个方向更新迭代的速度。一方面，我们看到，技术与场景的融合推动会展数字化建设进程，线上线下的双线驱动给会展业提供了新的可能；另一方面，我们也看到，从会展产业链上游到下游，从房地产行业到媒体行业，再到互联网行业，“圈外人”的身影越来越活跃，是“惊喜”或是“惊吓”，还需要更多深入合作碰撞才能知晓，但至少证明会展业的价值正在凸显，向来逐利的资本也将为会展业带来更多期待。

行业趋势在预示，竞争在加速的同时，也在提供实现突破的新思路。在此，笔者与大家探讨几个关注方向：

第一，关注变化中的人群。一切创造来源于人，人的变化意味着不断涌现新灵感。从会展圈子来看，我们需要关注的是会展的参与者包括人才培养和客户吸引。这是一个奇妙的时代。笔者认为很难用有限的词汇来描述新生代，多变和多元就是他们最明显的标签。我们需要了解新世代的特点、喜好、行为模式等，从而进行有针对性的创新。年轻的会展从业者必然带给行业以及组织管理更多新思考，我们要做的是为他们提供平台和创造机会。跨界人才的加入将为会展行业发展注入全新生命力。

第二，关注可融合的技术。技术日新月异，也是各行各业关注的焦点。我们需要关注的并不是技术本身有多强大，而是要把重点放在技术的应用上，思考如何与现有场景融合，解决我们当前在经营管理中所遇到的难点、痛点。从内部管理出发，要将能否提升管理效率作为衡量的关键因素。归根结底，高效最终是作用于降低成本，技术能否为我们节省人力、物力、精力，才是关注点。就外部体验而言，技术与应用的融合一定是符合业务场景的，过多炫技并无实质意义，只能抢得一时的风头。笔者一直认为，技术与行业的结合其实也是“仰望星空，脚踏实地”的关系。

第三，关注多元化的模式。笔者常以“2050大会”作为组织模式创新的案例，其颠覆性的去中心化运行模式确实为会展活动的组织带来诸多思考。在疫情的催化下，“线上会展”大热了一把，从现阶段的发展来看，线上会展的转变仍然主要集中在组织形式上，一些流程从线下移至线上，放大了线上线下相辅相成的作用。除此之外，会展的商业模式还存在较大的挖掘空间。会展场馆未必就只能卖场地，展览主办方也未必只能卖展位。业内已经涌现了不少好的案例，比如做线上、做细分、做内容、做社群，把会展延伸的价值放到最大。我们还需要探索更多会展商业模式变化的可能性，创造多元化的盈利结构，推动会展模式革新与升级。

总而言之，我们要把握住圈内圈外稍纵即逝的机遇，以多元、融合、共创的态度接受新时代的考验。2020中国会展活动新技术新设备新服务展览会暨跨界合作交流萧山峰会将于11月13日至14日在杭州国际博览中心举办。这场盛会或许能带给我们新启发。瞬息万变是时代的特点，我们唯有紧跟变化的速度以适应竞争的趋势，才能激发出会展经济的更多价值。

（本栏目文章涉及版权，转载请注明出处）