

创新会展·城市“十四五”篇

南京会展业“十四五”：

促产业与会展相融共生

■ 本报记者 兰馨

日前,南京市贸促会会长、南京会展办主任梁洁在发布“十四五”南京产业会展发展新思路时称,推动形成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是谋划“十四五”南京产业会展发展的大背景。南京成为最早发布会展业“十四五”发展思路的城市。

“十四五”期间,南京产业会展将从做优供应链、做强价值链、提升服务链、布局创新链四个方面发力,实现产业与会展相融共生、协同发展。

共建产业生态

梁洁介绍,“十四五”期间,南京会展业将在立足产业需求和对接产业主体两方面推进。

其中,产业会展在服务“4+4+1”主导产业体系的基础上,聚焦南京推进高质量发展的八大产业链,即软件和信息服务、新能源汽车、新医药与生命健康、集成电路、人工智能、智能电网、轨道交通、智能制造装备等。南京将通过对接产业链“链长制”,针对不同产业链培育或引进专业的产业会展项目,让会展成为产业的高质量赋能平台。

今年7月,南京发布的《南京市推进产业链高质量发展工作方案》提出,针对不同产业链打造3至5个细分领域的产业重点园区,培育一批“链主式”企业,并以“链主式”企业为核心推动关键基础材料、核心零部件等上下游细分领域重点企业

在南京集聚。目前,南京通过实施创新驱动发展“121”战略,组建了410家新型研发机构,高新技术企业从2017年的1850家到今年有望突破7000家。因此,南京产业会展要和产业园区、龙头企业、高新技术企业、研发机构联合,推动产业会展与资源精准对接。

打造品牌矩阵

梁洁表示,“十四五”期间,南京将加快打造品牌展会。对于已有一定国际影响力的产业会展品牌,如中国(南京)国际软件产品和信息服务交易博览会、世界智能制造大会等,将通过联合、嫁接、引进战略合作等,加速市场化转型,提高专业化程度,将具有国际影响力的品牌展会,打造成“南京会展”新经济的IP。

与此同时,引进培育“生根型”品牌展会。对于处在成长期的本土会展品牌,如世界半导体大会、南京国际生命健康科技大会等,从多个层面加大扶持力度,除提升展会品质外,推进项目通过全球展览业协会(UFI)、国际展览与项目协会(IAEE)、国际大会及会议协会(ICCA)等国际权威组织认证,提升国际影响力。

这样一来,围绕南京“4+4+1”主导产业体系和八大产业链,引进培育“生根型”专业展,一方面整合行政资源、社会资源、市场资源,共同申办国际性、国家级、专业型会展项目和活

动;另一方面深化同国际知名会展企业、机构和组织的合作,通过建立重大会展项目库和重点会展项目库,筛选具有发展潜力的产业会展项目,构建南京产业会展品牌矩阵。

提升服务标准

据介绍,在提升场馆运营能力方面,加快提升南京国际博览中心、南京国际展览中心、南京空港会展小镇、中国江苏白马农业国际博览中心场馆承接专业化、规模化、国际化会展项目的承载能力,完善综合配套功能,打造集展览、会议、商业、办公、酒店、餐饮等功能于一体的会展综合体。深入挖掘场馆的自身价值与外部衍生价值,通过创新商业模式和经营特色,提供更加全面的专业服务体系。

加强专业化分工,逐步建立涵盖专业会展组织、会展策划、设计搭建、展品物流、广告宣传、会务服务等会展企业集群。鼓励优势会展企业通过收购、兼并、参股等形式组建会展集团,打造具有较强竞争力的会展领军企业。支持中小型会展企业开展合并、重组,走联合发展道路,提高办展能力和经营能力。扶持有条件、有实力的会展企业上市新三板、科创板等,借助资本市场进一步发展壮大。

进一步提升产业会展的招商合作能力,支持和引导会展企业组建专业化、国际化会展营销团队,为企业来南京办展办会、参展参会提供优质

服务,实现以展会商、以展招商,为南京产业发展引资、引智、引技,充分发挥会展活动的聚合效应和引擎功能。

为创新链动能

南京“4+4+1”主导产业体系中的“1”就是未来产业,聚焦具有重大产业变革前景的颠覆性技术及其新产品、新业态,布局未来网络、区块链、航空航天设备、新金融、量子信息等产业领域,不断形成新的增长点。

为此,在创新会展模式上,鼓励运用互联网、云计算、大数据、物联网、人工智能、VR/AR、5G等新一代信息技术,变革服务边界,创新展会服务模式。推动智慧场馆改造,完善场馆基础硬件和智能控制系统升级,提供数字化集成式服务。推动绿色办展办会,推广运用标准化、可循环、再利用的会展工程材料。鼓励会展企业与专业技术服务商开展合作,开发适用于会展环境和需求的数字会展平台,形成双线融合、协同发展的新生态,在创新中培育亮点,提高服务效率和服务质量,提升产业会展的规模、层次和水平。

梁洁表示,“十四五”时期,南京将以产业为供应链根基,以品牌为价值链抓手、以专业为服务链标准、以科技为创新链动能,提升南京产业会展的综合实力和国际竞争力,进而推动南京加快建设高质量发展的全球创新城市和高辐射能级的经济中心城市。

仅次北京、上海,成都全球排名第38位

首个“全球会议目的地竞争力指数”出炉

■ 彭瞿斌 于倩

日前,2020国际会议业CEO峰会暨全球会议目的地竞争力指数发布活动(以下简称峰会)在成都中国西部国际博览城举行。此次峰会由国际大会及会议协会(ICCA)、《会议》杂志主办,ICCA国际会议业研究及培训中心(CIMERT)承办。此次峰会期间,首次向全球发布《2020年全球会议目的地竞争力指数报告》(以下简称《指数报告》),这是全球首个围绕会议目的地的竞争力的专业评价,将梳理整个会议行业城市管理者和相关机构以全新视角审视会议产业发展和会议目的地城市建设。(下转8版)



会展新说

后疫情时代全球商务旅游业复苏藏隐忧

■ 胡中华

11月初,全球商务旅行协会(GBTA)发起以“就绪、安全和出行”为主题的全球营销活动,向外界发出“团结、安全和负责任的商旅重启”需求的呼声,并突出商务旅游业对经济复苏的关键作用。在国际上,商务旅游业与会展业的辅车相依有一个非常形象的比喻——血管与心脏。商贸会展活动常常是大型商务出行的主要动机;商务差旅则是会展项目核心竞争力——“平台效应”成型的必要条件,是一个泵血和输血的关系。今年年中一系列聚焦展览与会议业的国际活动或讨论不断举办,如果说年中业界的话题是会展的话,那年末业界则聚焦于商务旅游。

我国后疫情时期首个聚焦文旅的线下会展活动在广东举办,国际首个聚焦旅游的线下展会则在新加坡——旅游复苏(Travel Revive),该展由柏林会展旗下ITB Asia与新加坡旅游局联合举办,11月25日至26日为其2天云集1000多位国际与会者,该活动作为国际展会,试着为业界提供一个在后疫情时期严格遵守卫生防控准则的国际商务活动的测试模型,包括广泛吸引业界关注的新加坡“互惠绿色通道”政策。在亚欧大陆的另一侧,同日举办,但无碍举办地时区相对较晚的2020创新峰会(TIS-Tourism Innovation Summit)在西班牙塞维利亚举办。11月25日至27日为期3天的线下峰会云集来自16个国家1263位与会者。由西班牙莱蒂西亚王后亲自揭幕的国际旅游业界峰会一方面展示最新的旅游业界创新成果,另一方面为国际业界展示了大规模快速测试在国际会展项目的尝试。截至截稿时,IBTM World

则正在为业界提供另一个线上展会的实践案例。

早些时候,BBC以《商旅会否如初(恢复)》(Will business travel ever be the same?)为题对话著名国际旅游咨询公司研究部高级副主席Charuta Fadnis、全球商务旅行协会(GBTA)行政总裁Dave Hillman和DigiTravel合伙人Susan Liechtenstein,并在业界引起广泛的讨论。诚然,在欧美第二波疫情尚未消退,第三波疫情的警告已经来临的国际大环境下,商务旅游业的复苏之路仍然充满未知数。不少难得部分开放的国家大门再次关闭,国家间跨境出行的政策限制使得航空业再次迎来寒冬,国际航空运输协会总经理Alexandre de Juniac在法国智奥会展服务的巴黎航空论坛再次替业界发出求救的呼声,呼吁政府增加约800亿美元的财政补贴以避免新一轮的企业破产压力。

然而,摆在业界面前的除了短期内疫情所带来的挑战,还有在防疫持久战过程中所带来的商旅客户消费模式的转变。一方面,越来越多的企业延长员工在家办公的期限,微软在10月则直接宣布允许员工永久性在家办公。毕竟,连上班都可以在家的话,日后商旅出行的频率或许有所改变。另一方面,远程办公软件的普及以及线上会展技术的逐步成熟,则是传统商旅模式的另一个挑战。毕竟,国内除了耳熟能详的微软Teams和Skype,思科的Webex和Zoom外,植根于谷歌软件生态的Google Meet以及Facebook庞大用户基数的Workplace正在逐渐改变人们的生活习惯,笔者亲眼见证着身边用户短短数周,从诸多不适应到张口就Teams/

Zoom的转变。

线上会展技术方面,欧美初创企业则不断刷新着融资的记录,成立于去年的美国线上活动初创企业Run the world今年年中A轮融资1500万美元;德国的Wonder则在12月初奋力追赶,融资1100万欧元。但最为引人注目的,莫过于在11月最新一轮成功融资1.25亿美元的英国线上会展初创企业Hopin,以及来自美国一以色列的领跑者Bizzabo,在12月最新一轮成功融资1.38亿美元。未来,传统商旅,乃至传统会展业的最大挑战究竟是来自万众瞩目的科技巨头还是闻所未闻的初创企业,目前仍言之尚早。

尽管商旅行业复苏过程仍不明朗,但值得庆幸的是目前广泛的共识是商旅行业终将迎来复苏。复苏最大的信心来源于——人非机器。商旅出行的动机归根到底服务于商贸,商贸实现的核心前提之一在于合作者或买卖双方之间的信任,信任由信息构成。线上技术先天的致命缺陷——发出方与接收方的信息不对称性使得商旅出行不可能被完全替代。但是,在总体经济下行的压力和线上会展技术成熟的双重作用下,未来非必要的商旅出行或许会迎来下降。小型商旅方面,在后疫情时期,客户拜访会是一个商旅形式的“幸存者”。Susan Liechtenstein指出:“基于人们对健康的担忧,商旅出行的必要性主要取决于买方。”同时这种现象或许会自然导致未来客户对难得确定出行的商旅要求更高,因此主打商旅市场的酒店、餐饮、交通、旅行社、礼品等企业需注重服务和产品品质的提升。大型商旅方面主要指的是参加不同形式的大型会展活动,商旅出行

限制对不同会展项目影响的大小主要取决于会展活动是否“信任强依赖”型的会展项目。一般而言,后疫情期非贸易主导的会展项目,如会议、企业庆典、聚餐和会奖等收益稳定性表现会相对较弱。麦肯锡的题为《商务旅游复苏之路漫长》的文章则对不同情况下的商旅复苏进行了论述。

总体而言,后疫情时期商旅出行的制约归根在于人们对健康安全的顾虑和政府的防控政策。迫于经济复苏的压力,宏观上英国的做法或许可以多加关注——随着疫苗接种的启动,英国正计划在“旅行走廊”的政策框架下,测试基于机场快速测试的免隔离出行方案。倘若要方便各国间的商旅交互联通,国际健康码的需求逐渐呈现,这方面的先行者为达沃斯论坛年轻全球领袖(Mustapha Mokass)及其所推的CovidPass“健康护照”。微观层面上,11月初自然科研收录并发表了一篇题为《商旅市场的新冠冲击及其生存策略:以阿联酋会展业为例》的在国际会展学界引起广泛讨论的学术论文,其中特别突出了“外包合作”策略,而非以往的“大包围”模式对于商旅企业后疫情时期过渡的重要性。

(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

在双循环新格局下,会展业服务产业链、价值链、供应链创新发展,成为近来的热门高频话题。

日前,这一话题被引爆,是在南京溧水中国江苏白马农业国际博览中心举办的2020中国会展业年会暨第二届溧水会展产业创新发展论坛(以下简称会展业年会)上,支持会展业创新发展者强调,未来,生活性、生产性、公共性服务业将会得到更大的发展,将出现制造业服务化和服务业制造业新趋势。

本届会展业年会以“服务发展新格局·谋划会展‘十四五’”为主题,为会展业的“十三五”收官结论、“十四五”开局谋划新篇。

会展赋能产业升级

“会展业作为现代服务业的重要组成部分,同时也是一条重要的产业链。”南京市贸促会会长、南京会展办主任梁洁表示,作为产业链和供应链中重要环节的产业会展,通过会展汇集各种产业要素,促进各种优势要素的组合,进而推动产业发展。

“南京溧水有2个会展场馆,细分领域协同发展。”南京溧水区人民政府副区长张德才介绍说,其中中国江苏白马农业国际博览中心主要以农业和农业科技类展览为主,截止11月底,该展馆举办各类会展活动44场,其中国际会展活动达15场。

2020年,南京溧水在中国社科院发布的《中国县域经济发展报告2020》全国新城新区竞争力百强中位列第46位,入选《2020胡润中国最具投资潜力区域百强榜》。目前,南京溧水被评为“中国特色产业会展目的地”。

“得益于新冠肺炎疫情防控有利,即将过去的2020年,中国举办的会展活动在全球中所占份额、比例,上了一个台阶。”中国会展经济研究会会长袁再青表示,2020年,中国展览数量、规模、场馆建设等指数,稳坐世界排名第一的位置。

“过去五年,中国会展业交出了一份出色的成绩单。”袁再青表示,与2015年相比,截止2019年底,中国展览数量从9283场,增长到11033场,增长18.85%;展览面积由11571万平方米,增长到14877万平方米,增长28.75%;展览场馆面积由1120万平方米增长到1196万平方米,增长6.78%。同时,境外单独办展数量,由63场增长到79场,增长25.39%;境外单独办展面积,由32万平方米增长到53万平方米,增长65.62%。

与此同时,会展业在管理模式、服务模式、运营模式、创新发展上,同样取得了不俗的进步。经过五年的发展,中国会展业在数字化、智慧化、绿色环保、品牌建设以及国际影响力上,都有了极大地提升。

建成均衡的展览业体系

“国务院[2015]15号文件相当于全国展览业的‘十三五’规划。”中国会展经济研究会学术指导委员会常务副主任陈泽炎表示,“十三五”期间,全国展览业形成了大体量,到2020年,基本建成结构优化、功能完善、基础扎实、布局合理、发展均衡的展览业体系。

陈泽炎认为,随着会展业逐步完善法规政策、理顺管理体制、下放行政审批权限,逐步消除影响市场公平竞争和行业健康发展的体制机制障碍,形成了平等参与、竞争有序的市场环境。

同时,会展市场化水平明显提升。特别是厘清政府和市场的关系,规范和减少政府办展,鼓励各种所有制企业根据市场需求举办展会,市场化、专业化展会数量增长明显,展馆投资建设及管理运营的市场化程度明显提高。

此外,遵循国际通行的展览业市场规则,发挥我国产业基础好、市场需求大等比较优势,逐步提升国际招商招展的规模 and 水平。加快“走出去”步伐,大幅提升境外组展办展能力。在国际展览业中的话语权和影响力显著提升,培育一批具备国际竞争力的知名品牌展会。

陈泽炎强调,“十三五”期间,中国构建了一系列会展大平台,会展供给侧服务有了新的提升,同时出现了大会展领域多业态融合的趋势,在国际会展业合作中取得了新成果,并形成会展业多种所有制。值得欣慰的是,已有院校开设了会展学硕博新专业。随着会展集聚区、会展生态圈的发展,会展新经济已经展露新头角。

但会展业仍需加快市场化改革进程,国际化发展不充分仍是会展业的短板。同时,品牌化、资本化运作亟须加快发展。

进入高质量发展阶段

“进入新发展阶段,中国会展业要履行好新使命。”在中国国际经济交流中心首席研究员、博士生导师张燕生看来,会展新使命是以开启高质量发展为主题、满足人民日益增长的美好生活需要为根本目的。

张燕生表示,在双循环新格局下,新理念为,创新、协调、绿色、开放、共享服务;新格局则为会展确定国内大循环主体地位,打造双循环会展新格局。

“会展是主体产业链供应链流转中重要的环节和平台,因此也成为链接国内循环和国际循环的重要节点和平台。”中国会展经济研究会常务副会长储祥银强调,优化和稳定产业链是构建双循环的核心。

“随着我国进入高质量发展阶段,会展业要通过供给侧结构改革,提供更高质量的服务供给。”陈泽炎说,在“十四五”时期新发展格局下,将[2015]国务院15号文件的内容予以进一步补充、完善、提升、改进,将是实现会展业高质量发展的基本路径。

陈泽炎提出,按照《“十四五”规划建议》:全面推进健康中国建设,把保障人民健康放在优先发展的战略位置。完善突发公共卫生事件监测预警处置机制,提高应对突发公共卫生事件能力的要求,会展业要进一步完善安全管控机制,提高公共安全保障能力。

袁再青强调,2021年是“十四五”开局之年,中国会展业须进一步提升市场化、专业化、智慧化、国际化、法制化、生态化的水平,以更高起点融入国内大循环,加快促进国内国际双循环的新发展格局。

