

创新会展·城市篇

厦门会展业：以法规规范市场秩序 提升高质量

■ 本报记者 兰馨

12月11日，厦门市第十五届人民代表大会常务委员第三十九次会议通过《厦门经济特区会展业促进条例》(以下简称《条例》)，将于2021年3月1日起施行。

这是今年以来，厦门继厦门会议展览局成立、“厦门市会展业公共信息服务平台”升级后，厦门在建设国际会展名城规划中，又迈出的更为坚实的一步。同时，这也意味着厦门会展业有了自己的法规。

2020年，会展业尽管受到新冠肺炎疫情的冲击，但厦门会展业的重启早于其他城市。不仅如此，厦门为加快国际会展名城建设，对会展业规划与实施也加快了节奏。

作为最早发展会展经济的城市，厦门更看重会展业的拉动效应。

规范会展业市场秩序

根据《条例》，厦门市会展业主管部门应当会同有关人力资源部门建立和完善会展人才使用评价机

制，制定会展业人才培养、引进和激励政策。

《条例》显示，企业引进符合本市需求的高层次、紧缺会展人才，所产生的中介费、住房补贴、安家费等，按照规定可在成本费用列支。这些人才按照规定可享受财税扶持、培养进修、社会保险、医疗服务、子女教育、住房租购、落户等方面的优惠政策。

据知情人士介绍，《厦门经济特区会展业促进条例》于今年3月立项，旨在结合厦门实际，促进会展业发展，规范会展业市场秩序。

《条例》明确，厦门市会展业主管部门应当加强会展业信用建设，并与厦门市公共信用信息平台建立网络链接，推动与有关部门监管信息的共享。

按照《条例》，厦门市会展业主管部门发现举办单位、场馆单位、参展单位和会展服务单位存在违反本条例规定行为的，可以会同厦门市场监管等部门约谈有关单位主要负责

人，要求其采取有效措施予以整改。

加快高质量发展

上述知情人士表示，近年来，厦门市的“旅游会展”已经成为厦门千亿产业链中的重要部分。

为加快推进会展业高质量发展，6月中旬，厦门市会议展览局(以下简称厦门会展局)正式揭牌成立。业内人士表示，厦门会展局的成立，标志着厦门会展业正式开启高质量发展的新征程。

根据行政职能，厦门市会展局承担拟定和实施行业规划、地方性法规和规章、产业政策和行业标准体系，参与组织、策划、引进会展实体、大型专业展览和大型会议，负责厦门市与国内外的会议展览交流与合作，管理会展专项资金，规范会议展览业发展秩序，牵头会议展览业的相关协调服务等行政职能。

按照职能，厦门会展局将发挥会展业的黏合、催化作用，强化会展

平台与厦门优势产业融合发展，引导产业升级，促进创新发展，高起点、高标准打造“中国会展典范城市”和“国际会展名城”，助力厦门市“两高两化”建设。

数据显示，2019年厦门会展业呈现“量增质提效益升”的良好态势，厦门举办展览236场，总展览面积240.03万平方米；共举办会议9978场，共计参会人数205.04万人；共实现经济效益450.94亿元，同比增长12%。据国际大会及会议协会(ICCA)的最新统计数据，2019年，厦门共举办国际会议17场，在中国大陆排名第八。

构建智慧会展大平台

11月下旬，在厦门市商务局、厦门市会展局联合举行的新闻通气会上，厦门发布了全新升级“厦门市会展业公共信息服务平台”，标志着厦门会展业开启云上服务新模式。

据了解，升级后的“厦门市会展

业公共信息服务平台”，旨在通过“会展+”模式和“互联网+”模式的融合与创新，加快推动产业转型升级，助推厦门会展业招展引会、招商引资和高质量发展。

据介绍，升级后的新平台打通了厦门市产业扶持资金综合管理系统、信用厦门等平台资源，促进会展业与相关行业的信息共享与互联互通，并可通过远程信息监测和比对，进一步简化会展业奖励资金申请程序和优化扶持办法，有效推进会展业在智慧化应用方面的扩展，提高会展业智慧化管理和服务水平。

未来，平台将规划开发集会会场服务、会展旅游、会务服务于一体的移动应用服务，努力把厦门市会展业公共信息服务平台打造成为具有厦门特色、全国一流的“厦门智慧会展大平台”。

业界人士表示，厦门会展业通过智能、创新的管理系统，撬动会展产业加速发展。

进博会首单：

5件文物类展品变商品

■ 任敏

在11月5日至10日举办的第三届中国国际进口博览会上，5卷海外古画的亮相引起广泛关注。

记者从上海市文物局获悉，在多方努力下，展品变商品——5件文物类展品顺利达成免税进口业务，并于12月9日最终完成销售、清关、结算全套程序。

为支持中国国际进口博览会“越办越好”，财政部、海关总署和税务总局三部委于今年10月12日联合发布了《关于中国国际进口博览会展期内销售的进口展品税收优惠政策的通知》，规定在进博会展期内，每个展商销售文物类展品，可享受5件以内的税收优惠政策，免征进口关税、进口环节增值税和消费税。

随后，国家文物局配套制定《关于支持2020年第三届中国国际进口博览会文物类展品监管和便利化措施的公告》，鼓励享受税收优惠政策的文物类展品在国有文物收藏单位进行不少于3年的公益性展示服务。

“推动中国国际进口博览会期间文物进口税收减免优惠政策和公

益展示服务要求的落地实施”，也是11月10日正式签署的《国家文物局上海市人民政府共同推进社会文物管理综合改革试点合作协议》中的重要内容。鉴于该项工作时间紧、任务重，要求高且属首次尝试，国家文物局和上海市委市政府高度重视，在上海市文物局牵头下，进口博览局、上海海关、市外汇管理局、市商务委、市市场监管局等各部门通力配合、全方位支持。

走进新时代 共享未来



本栏目由青岛国际会展中心独家赞助



12月15日，由江苏省贸促会、南通市贸促会、海安市政府主办，海安经济技术开发区、迪拜MIE集团等承办的2020年江苏品牌产品线上丝路行暨第五届中国东部家具(线上)博览会在江苏海安开幕。

江苏省贸促会会长尹建庆表示，希望以此次江苏品牌产品线上丝路行活动为契机，促进海安的产业集群优势和MIE集团的平台市场资源深度融合，推动海安家具产业形成国内国际双循环相互促进的新发展格局，分享国际性线上展会发展红利，积极融入“一带一路”建设，在国际贸易良性互动中实现产业高质量发展。

据悉，本届博览会线上展厅将持续至2021年2月。

(肖锋文)

大新华会展与BCD M&E 签署战略合作协议

近期，大新华会展控股有限公司与BCD M&E正式签署战略合作协议，双方结成紧密的战略合作伙伴，BCD M&E在全球服务的企业客户在中国的会议和活动管理将全部由大新华会展公司在本地提供服务。

BCD M&E是企业会议活动管理公司，总部位于芝加哥，在全球拥有超过1500名雇员，服务覆盖全球50多个国家，为企业客户提供从活动策划到执行的全面战略会议解决方案。BCD M&E隶属于

BCD集团下BCD TRAVEL，BCD TRAVEL利用先进的技术工具为全球500强企业提供商务差旅管理服务，在全球拥有14900名员工，服务范围覆盖109个国家，2019年的营业额接近300亿美元，是全球三大差旅管理集团之一。

大新华会展成立于2011年，目前，已在北京、天津、上海、南京、杭州、成都、重庆、武汉、广州、深圳、海口11个主要城市设立分支机构。据介绍，通过此次双方的战略合作，BCD M&E将为其全球签约

的跨国企业客户在中国提供更全面优质的MICE活动管理服务，大新华会展公司将借助BCD的全球化背景和专业经验，将国际上领先的战略会议管理理念和相关技术工具引入更多在华企业，帮助客户企业更加科学有效地管理会议，控制成本，提升会议效果和体验品质。

此次大新华会展公司与BCD M&E的战略合作，旨在为企业客户提供全面的高质量会议活动管理解决方案。(宗赫)

中国会展业是否正在浪费一场危机

■ 顾学斌

作者简介：

IAEE国际会展和项目协会亚洲委员会主席
WeMeet 会多多 CEO
曾带领团队打造会展IT服务商Info Salons
2018年创立WeMeet，搭建全球智慧会展和智慧商旅服务平台
曾先后在IBM、Mellon 等跨国公司长期担任IT和项目管理职务
目前为IAEE注册会展经理(CEM) 注册讲师

年半载的时间内恢复到所谓常态的想法，已一次次被疫情的反复证明是不可能的。目前全球所面临的是百年会展业从未遇到过的全面危机，2019年，恐怕已成会展业在未来多年内不可逾越的高峰。

二问，中国会展业逐步复苏，预期如何？

挑战极大，前景绝对不容乐观。中国会展业在6月线上广交会后开启了政府主导的复苏阶段，8月各地线下会展重启后，各个市场主体一边战战兢兢，一边全力以赴，充分展现了中国会展人的努力和潜力。国际旅行开放的遥遥无期和企业对会展营销投入的大幅缩减都在指向一场全行业危机的持续，而非结束。

最近，业内出现了一些盲目乐观，认为这是中国会展业弯道超车的好机会，仿佛成为世界会展强国近在眼前。这种不切实际的幻想只会掩盖寒冬远未过去的事实，更会妨碍会展业痛定思痛迎头赶上反思。

三问，中国会展业对危机的应对如何？

有比较才有鉴别。从会展行业齐心协力应对危机，到政府的政策支持，再到创新发展在危中寻找机遇等三方面来看，中国会展业并

未获得太高的分数。客观上讲，如果疫情没有得到控制，中国会展业恐怕很难在这场危机中生存下去。

四问，这场全球会展业危机中的机会到底在哪里？

全球会展业最薄弱的地方在这次危机中被彻底暴露出来，严重依赖线下(物理)空间的单一商业模式成为会展业被一拳击倒的根本原因。过去二十年互联网的高速发展几乎改变了除了会展业外的所有行业，而会展业则越来越不能满足企业和产业营销需求的问题不是这次疫情才暴露出来的。传统而单一的会展模式早已开始被企业逐步抛弃。

真正的机会在于，谁能够首先满足企业在新形势下对全球营销需求的变化，创新展会服务模式，创造新的价值，开辟新的商业模式。广交会开启了大型国际会展线上举办的先河，全球线上会展迅速起步，米奥兰特和东浩兰生两家公司会展企业在重压下勇于求变，争取了先机。而在线下展会重启后，万耀企龙、法兰克福纷纷探索开辟数字会展服务新领域。中国互联网巨头争相进入，全球范围内科技资本也闻风而动，巨资投入以Hopin为代表的科技企业等，都为会展企业带来竞争的压力。

五问，互联网巨头为何接踵而至，其用意何为？

互联网巨头之所以能够成为巨头，就在于他们对用户的重视和对行业的了解，对科技手段运用以致使他们成为能力和资本的供应商。互联网巨头进入会展行业绝对不是为了与会展主办方竞争展位收入，而是为了获客、为了流量，为了GMV这些他们保持巨头地位的核心生产要素。尽管短期内可能会出现水土不服的现象，但随着互联网巨头们对于会展业的了解逐步加深，他们中的一两家就有可能发展和演化出能满足企业和产业营销需求的生产力和武器，进而改变行业规则，重新定义会展产业。某种意义上，这将在零售、餐饮、旅游等服务性行业已经体会乃至习惯的巨变有着异曲同工之处。

六问，中国会展业是否正在浪费一场危机？

非常有可能。过去几个月时常听到有会展人在感叹疫情的威力，抱怨支持资金太少。而反思为何会展业会受到如此打击，倒得如此彻底的声音则少之又少。过去半年时间，政府出台了很多政策，也在众多项目上投入重金，直接激发了互联网巨头的排队入场，让人

会展传真

国家会展中心(天津)一期明年6月完工

本报讯 日前，天津市住房城乡建设委有关负责人透露，目前，国家会展中心(天津)工程一期展馆区已完成全部钢结构工程、幕墙工程、屋面工程，室外工程、精装工程、智能化工程正在实施，计划于2021年6月完工。

据介绍，国家会展中心(天津)工程一期综合配套区办公写字楼、酒店及裙房已完成部分主体结构，计划于2022年6月完工。二期展馆区已完成基础施工，钢结构屋面梁、人防地下室主体结构正在实施，计划于2022年12月完工。

此外，国家会展中心(天津)周边配套市政基础设施工程一期项目共23项，计划于2021年6月完工。二期项目共11项，工程计划于2022年6月完工。(陈婷婷)

西安国际会展中心二期主体封顶

本报讯 12月11日，西安国际会展中心二期展览中心项目主体封顶暨首批劳动证书颁发仪式在中建八局西北公司项目建设工地举行。

西安国际会展中心二期展览中心项目包含一个登录厅、两个标准展厅、四个重型展厅，建筑面积20.3万平方米、净展面积6万平方米。

其中，重型展厅设计荷载为每平米5吨，为举办大型装备制造、军民融合设备展提供有力条件。

作为西安国际会展中心整体功能的重要组成部分，西安国际会展中心二期进博馆项目位于展览馆一期以西，项目占地114亩，建筑面积约21万平方米，地下一层，地上四层，建筑高度58.95米，结构高度51.2米，展览空间50925平方米，办公空间21275平方米，综合功能空间128080平方米，配备主展示厅、临时展厅、商业馆、电竞体验馆、餐厅、会议室、商务洽谈室等多个功能分区，集展览、商贸、办公、餐饮、娱乐于一体。项目建成以后将成为西安市对外开放建设大西安的重要对外开放窗口。

西安国际会展中心二期重型馆项目位于展览馆一期以北，包含一个登录厅、两个标准展厅、四个重型展厅，净展面积为6万平方米。其中，重型展厅设计荷载为每平米5吨，为举办大型装备制造、军民融合设备展提供有力条件。重型馆项目预计将在2021年建成并投入使用，部分项目将在2022年全面完工。(撒晓柏)

会展大咖说



2020年，一场突如其来的新冠肺炎疫情，给全球会展业带来前所未有的重创和打击。自疫情以来，全球会展活动被迫按下“暂停键”，时至今日，除中国最早复展外，其他国家仍在对抗这场历史上波及范围最广的疫情。在对抗疫情的同时，也引发了笔者深深的思考。于是，笔者也提了六个问题，期待与业界探讨及交流。

一问，疫情给全球会展业带来的危机到底有多严重？

无论业界认同与否，全球会展业已在疫情持续蔓延和经济持续下滑双重打击下倒下了。其中，市场化程度最高，也是疫情最为严重的包括美国在内的美洲市场危机

最严重，已出现核心市场主体由于得不到政府的支持已实质倒下。如果疫情不能在2021年得到控制，必将面临全行业的彻底崩溃，而恢复则需要数年的时间。欧洲市场由于社会保障制度的相对完善，市场主体实力整体保留得较好，但2021年也难以实现全行业的复苏。回到亚洲市场，由于各国政府对疫情的重视和全力控制，有个别国家的会展业已开始复苏。这其中，中国从8月率先重启会展业，并在线上会展等创新方面率先迈出实质步伐。日本、新加坡和阿联酋也纷纷启动了有其自身特色的复苏之路。但任何认为全球会展业将在一

好像看到了创新发展的未来。但随着国内疫情整体受控，会展逐步重启，创新发展的动力好像在逐渐消退，创新可能越来越流于形式，甚至被置之脑后。没有持续创新就不可能创造新的服务模式，更不可能创造新的价值。缺少持续投入，中国会展业很可能会陷入越弱越无力创新，越不创新越弱的恶性循环。如此一来，会展业毫无疑问正在浪费一场危机。

也许，从历史的角度和产业发展的高度来看，这种担心很可能是杞人忧天，因为企业的需求必将得到满足，会展业必将随着所服务产业的发展而继续发展。但是这对于会展业现有的市场主体和会展这个群体并不一定是个好消息，如果不能向死而生、随机应变，大变局必将到来。届时，几年前曾在独立展商协会(SISO)CEO峰会上AMR总裁引发全场混乱的一句话：“未来会展一定会继续存在，而在座的各位就不一定了”将再次重演。不可否认，一定会有新生代可以聚焦产业，服务贸易，用科技创新，把握住这个中国会展业重构并发展的战略机遇，拭目以待。

(本栏目文章涉及版权，转载请注明出处)