

创新会展·城市篇

北京将调整冬奥会办赛策略：简约 安全 精彩

■ 本报记者 毛雯

北京将以“简约、安全、精彩”为指引，结合新冠肺炎疫情变化及时调整办赛策略，与河北省及张家口市一起，全力办好北京2022年冬奥会和冬残奥会。

1月23日，北京市十五届人大四次会议开幕。提请会议审查的《北京市国民经济和社会发展的第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要(草案)》(以下简称《草案》)显示了上述内容。

北京市人大代表、副市长张建东在参加延庆代表团分组审议时介绍，未来一年是北京冬奥筹办全力冲刺、全面就绪、决战决胜的关键时期，北京将坚持“简约、安全、精彩”的办赛要求，全力做好各项筹办工作。

打造“奥运新标杆”

《草案》明确，北京市将主动担负起主办城市责任，加强与国际奥委会、国际残奥委会和国际冬季单项体育组织沟通衔接，与河北省以

及张家口市共同做好筹办任务，突出“简约、安全、精彩”的办赛要求，深化赛事组织、场馆运行和外围保障，提升筹办工作专业化、国际化水平，打造“奥运新标杆”。

《草案》提出，将制定北京冬奥会公共卫生、疫情防控工作方案和应急预案，结合疫情变化及时调整办赛策略。同时，加强数字孪生、云转播、沉浸式观赛等技术应用，加快奥林匹克中心区、延庆赛区、首钢园区等三大智慧示范园区建设，使科技创新成为北京冬奥会的鲜明亮点。

《草案》要求，加强奥运遗产综合利用和开发利用。因地制宜谋划好国家高山滑雪中心、首钢滑雪大跳台等冬奥场馆可持续利用，“一场一策”制定赛后利用方案，打造奥运遗产可持续发展的标杆。

《草案》强调，将全面完成场馆、冬奥村和基础设施建设。坚持“三个赛区、一个标准”，统筹做好交通、餐饮、住宿、医疗、安保、志愿者、无

障碍等领域综合服务保障。有序做好市场开发、宣传推广、媒体运行等工作。

组建竞赛场馆运行团队

据张建东介绍，竞赛场馆的场馆运行团队已全部组建。北京冬奥会筹办工作分解成了104项重点任务、3000余项具体任务，目前筹办工作顺利实施。经过三年多的建设，北京冬奥场馆和基础设施建设取得重要进展。北京赛区、延庆赛区、张家口赛区共12个竞赛场馆全部完工，非竞赛场馆建设稳步推进，三个赛区冬奥村基本完工，京张高铁、京礼高速全线通车，水务、电力、气象等基础设施建设同步推进。

张建东介绍说，赛事组织和赛会服务保障也有序开展。各竞赛场馆的场馆运行团队已经全部组建，初步确定单元竞赛日程，积极做好测试活动准备。赛会服务机制也在建立健全，目前共确定定点医院卫

生机构41家、签约酒店103家，各层级赞助企业达到38家，赛会志愿者报名突破100万人。北京冬奥会奖牌和火炬设计方案已经确定，同时不断深化开闭幕式创意方案。

今年将进行一系列测试

据张建东介绍，2021年将迎来一系列测试活动，包括雪上测试活动。

2021年，三大赛区将由全面建设转入测试就绪阶段。延庆赛区是三个赛区中建设难度最大的，广大建设者克服重重困难，建成了全国第一个符合奥运标准的高山滑雪和

雪车雪橇比赛场地。

张建东表示，随着2021年10月北京冬奥筹办进入赛时运行阶段，延庆赛区将做好场馆设施建设收尾工作，确保场馆和赛区整体达到办赛标准。

根据《草案》，北京不仅要成立国际奥林匹克学院，创建200所奥林匹克教育示范学校和200所冰雪运动特色学校，做好奥运知识转移和传承，还将统筹规划好奥运博物馆，建设北京冬季奥林匹克公园和延庆奥林匹克公园，让民众共享奥运成果，打造值得传承、造福人民的冬奥遗产。到2025年，北京市参与冰雪运动人数要达到1000万人。

北京将广泛开展全民健身，完善基层体育健身设施布局，健全全民健身活动赛事体系，让更多市民养成终身体育锻炼习惯。到2025年，全市人均体育场地面积达到2.65平方米，实现北京市经常参加体育锻炼人数比例超过50%。

会展传真

武汉探索“会展+产业”创新项目

本报讯 近日，武汉新城国际博览中心经营管理有限责任公司和湖北九州大健康会展有限公司宣布将共同承办首届中国(武汉)国际应急安全博览会。据悉，武汉应急博将以“生命至上、安全发展”为主题，探索“会展+产业”创新发展项目。

首届武汉应急博拟规划展出面积6万平方米，由成果展览展示、同期论坛、行业年度评选、应急装备推介目录发布等活动组成，将设立成果馆、品牌馆、消防馆、安防馆、应急装备馆、应急物资及医疗救援等专题展区及应急演练互动教育体验馆。同时，还将推出智能云上会展平台，为应急救援行业提供技术交流与产业发展平台，应急安全博览会致力推进应急救援科技装备和防护装备升级换代，为先进的安全生产技术、装备和解决方案提供优质交流平台，为产业链上下游企业搭建商贸合作机会。

应博期间，还将特邀举办中国(武汉)应急管理发展论坛、中国(武汉)公共卫生与应急救援创新论坛、智慧消防论坛、应急物资采购交易、应急装备科技新产品发布、应急演练演示等系列活动，共同探讨应急安全建设新路径、新理念、新思路、新方法，推动应急产业高质量发展。(毛雯)

郑州将提升会展承载力

本报讯 日前，在河南省政协十二届四次会议上，河南省政协委员、郑州市会展业促进中心主任王洪波表示，她今年带来的建议是布局全域会展新场景，提升郑州会展承载力，为郑州会展业长足发展打牢根基。这也是她连续三年呼吁的内容。

就在不久前，“推进郑州国际会展名城建设”已被写进了河南省“十四五”规划。郑州“十四五”规划提出，“以‘枢纽+开放’体系为依托的贸易物流业发展，带动现代物流、商务会展、设计创意、商品交易等产业发展，功能提升”。

根据河南省“十四五”以及郑州市“十四五”中的产业方向，推出更符合当下郑州会展业发展的意见以及配套的资金扶持政策等。

王洪波建议，郑州正在航空港区建设的会展城项目，力争3年内形成中部会展产业总部基地和会展生态综合体，打造中部会展集聚区。

近年来，郑州会展业以“稳增长、重质量、全业态”为发展原则，实现持续稳定增长，整体实力已位居中部领先地位。目前初步估算，“十三五”期间，郑州专业场地举办规模以上展览1040场，累计展览面积1219万平方米，其中经贸类展会占比62%，市场化占比94%，主要指标连续多年位居全国前列。同比增长8.9%。(宗赫)

潭洲国际会展中心配套设施建设加快推进

本报讯 日前，记者在佛山市委十二届十二次全会上获悉，佛山将整合会展资源，加快推进佛山潭洲国际会展中心配套设施建设，以产业链主题展为方向，着力打造优势产业会展品牌。

据介绍，佛山坚持坚守制造业立市，紧紧围绕产业链部署创新链、围绕创新链布局产业链，聚焦“2+2+4”先进制造业集群，深入实施制造业高质量发展“六大工程”，加快推进产业基础高级化和产业链现代化。

佛山将探索建立重点产业培育“链长制”，加快实施“四个一”培育方案，推动优势产业“强链”发展、薄弱产业“补链”提升、跨界产业“延链”融合。

佛山还将整合该市会展资源，加快推进佛山潭洲国际会展中心配套设施建设，以产业链主题展为方向，着力打造优势产业会展品牌。(仲昌)

第四届进博会举办首场网上推介会

本报讯 在疫情防控常态化背景下，第四届中国国际进口博览会筹备工作进入新阶段。日前，首场网上推介会——德国海外商会网上推介会在国家会展中心(上海)举行，再续“云签约”。第四届进博会将于11月5日至10日在上海举办。

推介会上，中国国际进口博览局和国家会展中心(上海)向德国海外商会组织的多家行业协会、逾百家境外及在华德企介绍了第四届进博会的最新进展。

德国是中国在欧洲的第一大贸易伙伴，在装备制造、汽车、医疗等领域拥有许多大型企业及“隐形冠军”。德国也是进博会的重要参展国，首届进博会国家展的主宾国。有约170家德企参展第三届进博会，参展面积超过1.8万平方米，企业数量和参展面积双双再居欧洲首位及所有参展国第三位。

中国国际进口博览局副局长、国家会展中心(上海)副总裁刘福学表示，将继续采取网上推介会及“云签约”方式，创新招商形式，为参展企业进入中国市场提供支持。

中国驻德国使馆经商处参赞袁元玲表示，进博会已成为中国继续扩大开放的崭新名片。中德经贸合作体量已经很大，但依然具有很大增长潜力。一方面，中国市场越来越开放，准入门槛进一步下降，内需不断释放，德国企业和高质量产品在中国的前景持续向好；另一方面，当前新能源技术和人工智能等科技加速发展，中德两国在可持续发展等领域的合作势必成为新亮点。

“进博会是德国公司向中国消费者介绍产品服务、加强和建立媒体联系的绝佳平台。我们组织的展团为德国中小企业提供了更大的知名度和曝光度，吸引了众多知名品牌。”德国海外商会上海分部总经理Jan Jovsy说到。通过网络视频的方式，德国行业协会及企业连线进口博览局和国家会展中心，便于企业直接了解进博会筹备情况、今年展区亮点，有力推动企业参展。

德国莱茵科斯特有限公司副总经理刘东海期待在第四届进博会上取得更加丰硕的成果。在参与过两届进博会后，该公司与政府、学校、企业签订了培训、设备制造、教育资源包、学院共建等十个大型项目，实现了新突破。

值得注意的是，网上推介会不仅吸引了德国海外商会及有关行业协会的100多家境外及在华德企在线参会，日本、韩国、瑞士等重点组展机构及有关驻外经商机构同时在线观看。

截至目前，已有数百家企业报名，签约参展第四届进博会，不乏麦德龙、拜耳、西门子医疗等德国大企业。(吕云)



法兰克福取消一季度线下实体展

■ 本报记者 兰馨

日前，记者从法兰克福展览(上海)有限公司方面获悉，2021年一季度，法兰克福展览集团(以下简称法兰克福)将不在法兰克福展览中心举办线下实体展览会。

据法兰克福上海方面有关人员介绍，目前与展会参展商沟通的反馈信息显示，各国仍存在执行新冠肺炎疫情管控政策及各项防疫规定的核心问题，因此决定将原定于今年4月及5月举办的法兰克福国际专业灯光音响展览会(Prolight + Sound)、法兰克福国际消费品展览会、法兰克福国际家用及商用纺织品展览会(Heimtextil)、法兰克福国际产业用纺织品及非织造布展览会(Teختextil)及法兰克福国际纺织品及柔性材料缝制加工展览会(Texporex)延期或取消举办。

由于疫情带来的影响仍在持续，德国目前严禁举办大型活动。法兰克福展览集团董事长白德磊表示：“疫情依旧是当下全球关注的核心问题，我们的业务也受到了一定的影响。从目前形势来看，在今年4月至5月举办的展会将无法按照以往的标准为客户提供线下展

览会服务。”

经过与客户和合作方的密切沟通后，法兰克福还决定取消原定于4月举办的法兰克福国际消费品展览会。白德磊表示，每年春季展会正值黄金周期，此次展会推迟举办将对参展企业的业务规划带来一定影响。

为帮助参展企业弥补线下展会无法举办的损失，法兰克福为参展商提供了多种线上平台。4月20日，法兰克福将在线上举办“消费品数字日(Consumer Goods Digital Day)”，为行业搭建线上平台，进行数字化信息交流。自2020年举办法兰克福国际春季消费品展览会(Ambiente)后，法兰克福展览中心至今未举办其他国际性旗舰展会，相关行业失去了展示产品及服务焦点。因此，“消费品数字日”将聚焦于为零售商提供更多业务渠道。

在数字日活动中，法兰克福将推出首个生活家居领域订单与数据管理系统平台Nextrade，同时为行业提供服务。法兰克福国际家用及商用纺织品展览会、法兰克福国际产业用纺织品及非织造布展览会、法兰克福国际纺织品及柔性材料缝

制加工展览会和法兰克福国际专业灯光音响展览会也正加紧着手准备相关的线上信息内容平台。

白德磊表示，疫情对零售业造成了持续性的打击，参展企业及时了解行业最新信息和解决方案显得至关重要。在这一特殊时期，法兰克福借助数字化满足行业需求。

根据上述决定，法兰克福国际家用及商用纺织品展览会将于2022年1月11日至14日举行。紧随其后，法兰克福国际圣诞礼品世界展览会(Christmasworld)将于1月28日至2月1日举行，法兰克福国际纸制品及办公用品世界展览会(Paperworld)和法兰克福DIY手工制作及创意文具展览会(Creative-world)将于1月29日至2月1日举行。法兰克福国际春季消费品展览会按照以往的展期惯例，将于2022年1月11日至15日举行，法兰克福国际专业灯光音响展览会将于2022年4月26日至29日举行，法兰克福国际产业用纺织品及非织造布展览会和法兰克福国际纺织品及柔性材料缝制加工展览会将于2022年第二季度举行。

会展新说

疫情下欧洲会议业预期与现实的落差及影响

■ 胡中华

随着全球新冠肺炎疫情持续复发，各国会议业无奈进入休整或半休整期。英国自今年1月初起宣布第三轮封城，会议业再次进入“休眠”状态。德国总理默克尔警告，在新冠病毒新毒株蔓延的背景下，如果疫情形势进一步恶化，欧盟国家之间可能重新建立边境管制。美国商会会长托马斯·多诺霍近日在接受彭博电视采访时指出，美国会议场馆从业人士仍饱受煎熬。

会议业是商务旅游的核心组成部分，也是经济增长的核心动力的有形成。世界旅游组织指出，旅游业对全球经济增长作出积极贡献。出境旅游从1980年的2.77亿美元贡献增长至1995年的5.28亿美元，继而在2012年实现经济贡献10亿美元。如没有疫情影响下，2020年预计实现14亿美元。世界经济论坛2019年发布的双年度报告——《旅行和旅游竞争力报告2019》(The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019)称“欧洲与东亚地区稳坐竞争力首位”。其实力也是显而易见，按照欧洲议会的数据，2014年，在非金融行业领域中，欧洲每10家企业就有1家从事与旅游相关的业务。2018年数据反映，旅游业占欧洲GDP总值的3.9%以及5.1%的

劳动就业市场。意大利天主教圣心大学与米兰展览联合发布的调研报告——《欧洲会议业》(Meeting industry in Europe)指出，会议行业占欧洲商务旅游业总产出的三分之一。其增长动力主要由以场馆为中心的地理区位、基础设施和接待配置和目的地自身具备的经济和文化基础息息相关。

欧洲的会议接待场地行业是一个“寡头市场”，如2000人以上的场地，法国(16.3%)、德国(14.9%)、英国(11.6%)、意大利(9.3%)四国的场馆之和占欧洲场馆总数的一半之多。加之会议的会均消费水平与其规模一般呈正相关，也就是说会议规模越大，会议平均消费水平越高。2020年《中国会议统计分析报告》相关数据显示，501-1000人档的会议的会均消费是30-100人档的会均消费的近9倍，而千人以上的会议的消费水平则是30-100人档会议的16倍，2500人档的会均消费则是26倍。上述数据充分体现出大型会议的规模优势，可以给会议场所带来更多的收益，这也自然使得欧洲会议业的马太效应相对显著。

欧洲的会议接待场地可以分为八大类，分别是会议中心、展览中心、多功能中心、古建筑、会议型酒

店、大剧院、圆形剧场和球场。其中，以会议型酒店和会议中心为主。欧洲超过半数的会议都在酒店举办，其中CVENT每年均会对欧洲会议型酒店(confERENCE HOTEL/CONVENTION HOTEL/MEETING HOTEL)进行评选。星级酒店连锁品牌希尔顿在欧洲会议型酒店市场表现尤为突出，巴塞罗那、阿姆斯特丹和伦敦的希尔顿酒店常常名列前茅。近期公布的世界旅游大奖(World Travel Award)2020年度欧洲领先会议型酒店(Europe's Leading Meetings & Conference Hotel 2020)评选中，西班牙巴塞罗那希尔顿酒店独占鳌头。以“国际会议之都”巴黎为例，巴黎会展局收录的会议型酒店共有149家。

值得注意的是，尽管国内外进入商务和会议市场的星级酒店品牌大同小异，但设计一般遵循因地制宜的原则。例如，与国内的会议型酒店分会场屈指可数不同的是，一般而言，欧洲的会议型酒店的分会场可以多达数十间，著名的布拉格希尔顿酒店就拥有37个会议室。同时，会议面积的定位一般与所在城市的经济和社会因素相关(例如人口因素)，国内的会议型酒店的最大会场规模相对较大，欧洲的会议中心一般覆盖的是最

大规模的会议市场，最著名的莫过于以欧洲最大会议中心著称的巴黎会议中心(Paris Convention Center)，场馆位于凡尔赛国际展览中心内，是为数不多的会议中心比邻展览中心的设计案例。欧洲会议型酒店与会议中心除了直观的组成部分不一样，其营收构成比例也有所不同，欧洲的会议型酒店的收入常属于“客房收入+餐饮收入+会场收入”，会议中心则顺序相反，大多情况下不存在客房收入。

鉴于欧洲的旅游业极为发达，尽管会展旅游局(CVB)并不起源于欧洲，但欧洲的会展旅游业迅速发展成熟，且与会议接待场地有机结合。2015年国际会议中心协会的相关调研显示，欧洲93%的会议中心均为当地会展旅游局的会员。原因也非常简单——会展局是接待场所的重要客源。然而，业界需要知道一个书面甚少提及的是，尽管大多数城市拥有旅游局，但不一定设有会展局。换句话说，现实中，一个城市往往有会议接待场地，但不一定有会展局。况且，欧洲会展局的资金补贴不一。这就导致并非每一个会展局都能像欧洲大城市会展局那样呼风唤雨。对于所在城市的会展局相对乏力的会议接待场所来说，会议接待场所往往需要亲

亲为，这是最初不少会议中心会直接加入国际大会及会议协会(ICCA)等会议相关的国际协会的主要原因。这也是为何会议接待场地往往与当地的学术单位或科研机构来往密切的核心因素。欧洲也会出现政府补贴会议市场的做法，英国、爱尔兰和西班牙就是很好的例子。鉴于顶层国际峰会常常由政府主办，对于接待场地而言，拿下一项顶层国际会议相当于一个展览获得国际展览业协会(UFI)认证，对之后的招商起到极大的推动作用。因此，场地方对于公共机构类会议格外重视，不遗余力地支持。

当前，面对疫情持续蔓延的状况，欧洲会议接待业的寒冬格外漫长。值得庆幸的是，欧洲部分政府已出台相关补贴政策支持，部分场地方也因地制宜，配合专业会议组织者(PCO)推出线上解决方案。

(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