

会展双碳目标:构建绿色会展生态

■ 潘非儿

日前,为积极响应国务院印发的《关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》(国发[2021]4号),落实推进会展业绿色发展、指导制定行业相关绿色标准、推动办展设施循环使用等各项工作,在国家会展中心(天津)举办的中国会展经济研究会绿色会展专题研讨会围绕“双碳目标 会展先行——绿色展览的新发展与新挑战”这一主题,邀请多位知名绿色会展专家及企业人士分享经验。

中国会展经济研究会常务副会长储祥银认为,随着全社会环保意识增强,绿色会展不仅是产业发展的必然趋势,而且符合国家政策的发展要求,会展业界应当认真践行“绿色会展”理念,推进展览业“绿色、低碳、可持续”发展,加大“绿色会展”的宣传推广力度,会展相关各方形成合力,达成共识,推动会展业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中实现更大作为。

西安曲江国际会展(集团)有限公司副总经理王丽芝表示,当前国内绿色会展的发展面临三大机遇:一是2020年9月中国在联合国大会上提出二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值,努力争取于2060年前实现碳中和;二是国家“十四五”发展规划提出要积极构建国内大循环、内外双循环的发展新格局;三是今年2月国务院发布了《关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》,要求“推进会展业绿色发展,指导制定行业相关绿色标准,推动办展设施循环使用。从这三点不难发现,国家提出的新发展理念、为会展业不断创新,实现协调、绿色、高质量发展以及加快转型升级指明了战略方向,绿色会展已经成为我国会展业未来发展的必由之路。

中国会展经济研究会中小城市会展业发展研究中心主任、浙江尚海投资发展有限公司董事长朱飞跃则从中小城市会展业如何践行绿色



会展的角度出发,围绕展馆的绿色建设、展具的绿色使用以及参展行为绿色化给出了指导意见。他表示,当前国内展馆资源过剩,要践行会展业的绿色环保理念,首先必须推进会展场馆的绿色建设,秉持“少建多用、不建租用、使用环保建材”三大原则。还要在展会布展过程中大力推广绿色展具的使用。至于绿色展具,一要满足生态化的环保要求,即在展位搭建中不产生废气物污染和大量的展会垃圾,避免在展馆进行二次材料加工;二要能满足展具材料的循环重复使用,达到节约资源、避免浪费、减少垃圾的环保目的。

灵通展览系统股份有限公司国内营销总经理杨科德提出,推动绿色会展不是一家之事,需要会展产业链各环节各单位共同推进。他认为,绿色会展包括绿色展馆、绿色运营、绿色物流、绿色搭建、绿色餐饮以及绿色标准监管等多个方面,贯穿于整个会展产业链,是政府、行业协会、组展商、会展中心、服务商(展览工程、展览设计、展览器材、物流运输等)以及观众的六位一体的上下游协同体系,各要素缺一不可。政府要从产业政策的制定、资金的扶持、标准的监管等方面来引导绿色会展;行业协会要充分利用其行

业地位和职能优势凝聚全行业的内在团结,宣传和推广绿色环保理念;组展商无论是确立会展主题、选择会展项目还是销售、推广、品牌传播,都要将绿色环保低碳战略贯彻始终,以作引领;会展场馆则要实行绿色场馆运营管理,从场馆源头做好低碳节能的率先垂范,助力绿色会展的推进;会展服务商要把绿色环保的发展理念渗入每一项工作,贯彻绿色搭建,不断创新并研发绿色环保的展览展示产品;观众也要不断提升和改变对绿色会展的认知,这是最难也是最需要会展业各方共同努力引导的。

湖南师范大学会展研究中心主任蔡卫民认为,国内目前对绿色会展的推广还不够完善,系统地推进绿色会展需要打通四大链条:一是绿色会展供应链。这是绿色会展推广的前提,要从绿色会展的材料、绿色会展实现方式、绿色会展技术、专用设备、绿色会展设计师、绿色会展施工工人等构建供应链,确保能够基本满足城市中大型会展项目的绿色搭建需求;二是绿色会展监督链。这是绿色会展推广的基础,要从相关政策及监管体系、绿色展台和绿色项目的认定标准、第三方检测和认定、政府部门和场馆认可等

构建监督链,确保绿色会展执行落实到位;三是绿色会展支持链。这是绿色会展推广的主体,会展场馆、组展组会企业、现场服务企业、相关配套服务企业等会展产业链的各个主体都要支持绿色会展的推广,形成良好的绿色会展推广生态系统;四是绿色会展激励链。这是绿色会展推广的关键,要通过多种方式来构建绿色会展推广参与各方的激励机制,如扩大业务量、降低服务成本、激活市场机制、政府出台奖励政策鼓励多方支持绿色会展推广、宣传培养用户的绿色环保意识等。

与会人士认为,作为聚集人类生活的形式之一,会展业覆盖面极广,小到论坛,大到成千上万人参与的世界性展会,均被囊括其中。会展业具有强大的社会影响力和文化辐射力。因此,绿色会展既是贸易活动的绿色交易平台,也是节能环保行为的大型公共示范基地。绿色会展的实施与推进,可以起到对整个社会绿色经济的示范作用,有利于传播绿色的理念和文化,促进和带动全社会发展绿色经济。对于会展人来说,“绿色会展”任重道远,只有全行业形成共识、共同发力,才能真正构建绿色会展生态,系统化地为绿色会展“赋能”。

第十届北京大印展·企业专注技术创新

■ 本报记者 胡心媛

6月27日,以“创新引领未来”为主题的第十届北京国际印刷技术展览会(以下简称北京大印展)在北京中国国际展览中心(新馆)闭幕。主办方为中国印刷及设备器材工业协会和中国国际展览中心集团公司。

来自16个国家和地区的1300多家印刷企业携带全球首发或亚洲首发的新技术、新产品亮相。展会规模超过16万平方米,六大主题展馆展示了数字化、智能化最新成果。

记者在展会现场看到,各参展商除了忙着分享全球各地印刷行业的最新技术和理念,还纷纷展示了信息技术、网络技术等创新科技在印刷行业的最新应用。

作为全球知名的制造企业,爱普生以“乐享智印,精彩无限”为主题,携多款大幅面图像输出方案及标签解决方案亮相展会。爱普生面向设计、建筑工程、制造及地理信息系统等行业推出全新彩色喷墨打印机及多款解决方案,以全新设计理念助力行业数字化转型。

富士胶片(中国)投资有限公司与富士胶片商业创新(中国)有限公司首次以富士胶片品牌联合参展。该展区全面展示了两家公司从传统印刷到数字印刷的整体富士胶片印刷解决方案,以及在商业印刷、影像输出、包装印刷等领域的丰富应用,体现了富士胶片集团在推动中国印刷行业加速向绿色化、数字化、智能化、融合化发展的整体实力和所做的努力。

据悉,印刷企业普遍面临用工难、成本压力大、提质增效等一系列发展挑战,进入后疫情时代挑战愈加严峻。中国印刷业正处于转型升级的关键时期,呈现以下发展态势:新的需求不断产生,先进技术加快发展,产业结构积极调整,商业模式大力创新。

记者发现,行业内许多企业专注于技术创新和理念革新,不断推出满足客户新需求的新产品。智能化在企业转型升级中发挥着越来越重要的作用。

上海新星印刷器材有限公司作为上海市高新技术企业,所生产的“星牌”印刷橡皮布产量、销量均位居全国前列。该公司区域销售经理张华军向记者透露,新星公司正在实施绿色印刷,设立了“印刷橡皮布的绿色制造技术”项目,设计了新的印刷橡皮布配方,生产更加绿色的印刷橡皮布。

天津长荣科技集团股份有限公司在展会上带来其全球首发的高自动化、智能化、高速度、高稳定性的全清废模切机,展示了为客户提供的智能化解决方案。该公司通过加强物联网和5G技术的创新,为企业从规划设计到软硬件整体联动与运维支撑服务。

记者从展会主办方处了解到,在线下展的同时,本届北京大印展还尝试办展新模式,开通“云展平台”,与线下实体展会形成有效互动。据了解,“云展平台”将持续开放一年,提供全天候网上推介、供采对接、在线洽谈服务,同时推出新品展示、网上探厂、品牌宣传和直播带货等新模式、新业态,为印刷包装领域的供应商和采购商提供展示、对接与行业交流的机会。

展会主办方负责人表示,北京大印展既是展示世界先进制造技术和设备的盛会,也是推动中外技术交流与商贸合作的重要平台,更是贴近了解中国这一最大印刷包装机械设备及相关产品消费需求变化的窗口。

紧盯国际会展之都目标

成都持续扩大会展全球竞争新优势

5月28日,彰显成都建设国际会展之都决心的重要法规——《成都市会展业促进条例》(以下简称《条例》)提请四川省十三届人大常委会第二十七次会议审查批准,标志成都会展进入法治化发展新阶段。对此,成都市博览局(市贸促会会长)陈赋表示:“立法立规,是成都会展业不断提升产业能级的必然路径。《条例》对正在跻身国际会展之都的成都而言,是一剂强力的‘助推剂’!”

这在国际上并非个例。国内外主要城市均对会展业高度重视,为了将会展业带动效应最大化,纷纷出台了促进其发展的相关政策和法规。

党的十九届五中全会以来,成都紧盯国际会展之都目标,围绕产业生态集聚、要素资源共享、内外市场联通、基础功能优化、城市名片打造,推动会展经济产业基础能力和产业链水平不断提升,正持续扩大成都会展全球竞争新优势。陈赋表示,今年是建党100周年,也是“十四五”开局之年,成都市博览局(市贸促会)将始终把握学习教育的正确导向,注重守正创新、注重浓厚氛围、注重统筹结合,确保“规定动作”不变形、不走样,积极谋划富有会展贸促特色的“亮点动作”。

关键词:突破千亿元

成都会展业各项主要指标亮眼
已成为国内外重大会展中西部布局首选城市

法国经济学家佩鲁提出的增长极理论认为:经济增长通常是从一个或数个“增长中心”逐渐向其其他部门或地区传导。眼下蓬勃发展的会展业,正是备受城市青睐的一个“增长中心”。

1332.6亿元!这是2019年,成都给出的会展业收入总成绩。其实,回顾2010年至2019年的十年,成都重大会展活动年度数量由359个提升至866个,增长1.4倍;展览面积由233.1万平方米提升至622.1万平方米,增长1.7倍;国际性展览由23个提升至75个,增长2.3倍;会展业总收入由375.4亿元提升至1332.6亿元,增长2.5倍……成都在会展业的各项主要指标表现,无一不亮眼。

近年来,成都会展业主要指标保持两位数年均增长率。需要强调的是,随着国内外知名组展商和会议组织者开始将目光转向西部地区,成都凭借在市场辐射能力、航空条件、会展环境、旅游资源、城市魅力等方面的优势,在西部城市承接国内外重大会展转移过程中取得了领先发展的态势,已成为国内外重大会展活动在中西部布局的首选城市。



4月23日,2021成都·“一带一路”及上合组织国际经贸会展业合作发展圆桌会在成都举办。

全球商务旅行管理公司嘉信力(CWT)研究成果显示,成都连续两年跻身亚太10大会展城市;在ICCA国际会议研究及培训中心(CIMERT)发布的《2020年全球会议目的地竞争力指数报告》中,成都位列全球第38位,形象感知竞争力位列第21位,是仅次于北京、上海的国内

会议目的地“第三城”。陈赋认为,殊荣背后,正是成都将一个个项目、一场场活动,转化为推动城市对外开放的生动写照。

关键词:超过200个

国际会展之都影响力愈发凸显
成都会展业正迈向属于自己的“黄金时代”

一座城市的综合实力,归根结底体现在世界城市分工和全球产业体系中的战略地位。会展国际化既得益于城市国际化,也推动着城市国际化。来自成都市博览局的数据显示,成都引进的国际知名会展企业——英国英富曼、瑞士迈氏、法国智奥都在蓉设立了独立法人机构或区域总部;落地成都的国际合作驻馆项目21个、国际领先会展企业6家,全球会展业10强中7家在蓉开展项目合作;成都拥有国际大会及会议协会(ICCA)会员11个,居内地城市第三;获得国际展览业协会(UFI)认证的会展项目13个,会员13家;年度举办符合ICCA标准的国际会议33个,数量居内地城市第四。

这也意味着成都拥有了会展业更高层级要素及要素源的集聚与配置能力。

2018年8月29日,三大会展跨国名企——荷兰皇家展览集团(Jaarbeurs)、上海万耀企龙展览有限公司(VNU)、意大利展览集团(IEG),同时宣布进驻成都,并落户一系列知名会展项目。“进入成都市场,是在两年调研和准备的基础上,做出的慎重决定。”在国际展览业协会(UFI)亚太区主席、上海万耀企龙展览有限公司总裁仲刚的调研中,成都会展业显示出两大优势:一是政府支持、特别重视,这是最大的优势;二是随着“一带一路”的深入推进,西部城市崛起不可阻挡,成都占有绝对的地利优势。

有评论称,成都会展业正迈向属于自己的“黄金时代”。回顾成都会展历程,成都会展业的国际化进程并非一帆风顺。成都世纪城会展集团有限公司展览经营管理总公司总经理左霖曾在接受媒体采访时表示,2005年以前,成都会展业一直处于国际化初期探索阶段,发展较为缓慢,“从1999年到2005年,我们每年最多也就一两个国际性展览和会议,主要是展览,比如四川国际电视节、中国医疗器械博览会等。”

为了打破“1”的尴尬,成都会展业做了许多努力。早在1999年,左霖所在的环球世纪会展旅游集团展览总公司就已经带团赴法国、德国等地招展请会。也是那一年,该公司定下国际化发展战略。令左霖印象深刻的是,2006年后,几个大型展会开始与成都亲密接触:占地11万平方米的中国国际体育用品博览会、5000人参会的世界华人保险大会、2000人参会的世界FIAP国际摄影艺术大会……它们为成都会展业带来了新的、国际化的氛围。



5月27日,第八届中国企业家发展年会在成都开幕。

到2020年,成都举办重大国际展会活动不仅数量增加到208个,而且

展会质量也逐步提升。“这一期间,成都成功举办了众多国际性高端会议,比如世界华商大会、全球财富论坛、世界航线大会、联合国世界旅游组织大会、第八次中日韩领导人会议等。”陈赋补充道,成都会展品质、规模和影响力持续提升,国际化发展步伐越走越稳,国际会展之都的影响力愈发凸显。

关键词:“全国第四”

国家战略和城市发展引导人和企业流动
成都将紧紧抓住这一重要机遇“窗口期”

在商务部中国会展经济研究会发布的中国城市会展业竞争力指数排行中,从2016年到2020年,成都连续四年排名全国第四、中西部第一,位列上海、北京、广州之后。成都在近四年来的竞争力指数排行中,“综合经济竞争力指数”“宜商竞争力指数”两项指标明显呈现上涨态势,活跃的经济环境,与成都强化会展与产业关联性,努力让会展与城市产业同频共振、互促共进密不可分。

仅就意义而言,中国城市会展业竞争力指数是一个城市发展会展业的综合考核指数。要想提升城市会展业竞争力与发展潜力,既需要重视城市整体环境竞争力的增强,又需要高度重视会展业专业竞争力的拔高,还需要长期关注城市会展教育竞争力与城市会展主管部门“服务能力的提升”。

成都会展积极构建国际会展新秩序,呈现参与全球经济治理的成都会展表达,与会展国际组织合作成立了全球首个ICCA国际会议研究及培训中心(CIMERT)、首次实现了产业发展实践经验国际共享、编制了首部ICCA国际会议专业教材、举办了首个国际会议业CEO峰会、首次发布了国际会议目的地竞争力指数,提升了国际会展之都的话语权。

2020年,“全球会议目的地竞争力指数”首次推出并在成都发布。“从排行榜的数据来看,成都在会议目的地宏观经济与生态环境、会议目的地专业国际化水平以及会议目的地营商环境等指标方面表现较为抢眼。”在时任ICCA亚太区总监努尔·艾哈迈德·哈米德看来,成都在国际会议营商环境、法制环境、投资满意度以及政策服务满意度等方面得到了ICCA众多会员的肯定性评价,这也为城市持续提升会展产业竞争力打下了坚实的经济基础与感知优势。

“随着‘成渝地区双城经济圈’建设上升为国家战略,以及建设践行新发展理念的公园城市示范区,国家战略的‘指挥效应’和城市发展的具体举措,引导着人和企业的流动,成都会展应紧紧抓住这一重要机遇‘窗口期’。”陈赋如是说,成都会展顺势而上,推出了抢抓成渝地区双城经济圈机遇的系列举措:推动规划同步、协同发展、双圈融合,谋划一批引领性、带动性和标志性的展会项目,成立成渝地区会展联盟,举办成渝地区会展业创新发展大会,发布《成渝地区会展业合作发展倡议书》并现场签署十大会展业合作项目。

“贸促工作不仅是国内循环、国际循环的有机组成部分,而且是联通国内国际双循环的关键枢纽,在构建新发展格局中处于十分重要的位置。”中国贸促会发展研究部副部长刘正富曾表示,期待成都会展贸促系统加强交流合作、相互支持,共同提高专业化能力,成为服务构建新发展格局的行家里手。

作为回应,陈赋强调,成都将坚持培育“名展、名馆、名企、名业”,加速成都会展业国际化进程;将坚持内外培引、引育结合,加快形成会展品牌集聚效应和“成都造”会展IP;继续深化会展业跨界融合,推动会展与产业一体化发展;继续协同布局会展经济产业生态圈,坚持创新赋能,提升产业功能区发展能级,大力推动会展新经济发展;进一步优化完善会展业国际营商环境,为会展企业发展提供优质服务,提升会展市场化程度,“最终实现成都会展国际影响力和综合竞争力达到世界先进水平,成为全球会展目的地城市 and 世界会展经济发展极核。”(撰文:孟浩文 供图:成都市博览局)