

创新会展·特别篇

工博会：见证中国工业崛起之路

■ 本报记者 胡心媛

我国展览业历经几十年的快速发展,已成为现代服务业的重要组成部分,作为服务产业链、供应链的中坚力量,展览促进产业升级功能、拉动国民经济增长的作用已得到各界广泛认可。

工业,是一个国家的脊梁。现阶段,中国已成为全球最有影响力的产业大国。世界500余种主要工业品中,中国有220余项产品产量居全球第一,是全球最重要的“世界工厂”,中国产品遍布世界230多个国家和地区。目前,在世界三大工业品中,中国占居了两席,分别是上海工博会和天津工博会,其根本原因是改革开放四十年来综合国力的不断提升和中国工业的迅猛发展。

1950年,为促进流通,恢复生产,新中国第一个专业展——“农业机械展”在北京举办。在对外开放的大背景下,机械工业作为对外开放的主要领域,相关展会得到了快速发展,一系列重要机械类展会在北京诞生,此后,各大工业类展会在全国多个城市相继举办。

上海“工博会”： 开辟工业展先河

上海工博会最早可追溯到1991年举办的上海华东进出口商品交易会,其主旨是促进纺织服装、工艺品出口。该交易会举办至第九

届,时任上海市领导决定在此基础上设立一个以工业品为主题的展览,以此促进本地机械、电气设备等机电产品的出口。1999年第一届上海工博会。

一直到2005年,上海工博会参展企业都以本土企业为主,如第一届参展的400多家展商全部来自国内,且近九成都是上海本地国有企业;2001年举办第三届时,外商占比也不到5%。2005年,工博会组委会向外经贸部和国务院提交报告,希望将上海工博会更名为中国工博会,以提升展会档次,这一申请很快得到了批复。这一年,上海国际工业博览会也正式更名为中国国际工业博览会(简称工博会),这意味着工博会从以展示上海技术成果为主向以从国家层面加强国际交流合作、承担国家战略为主转变,并提升“国际化”“专业化”水平。

2006年,工博会开始与全球最大的工业类展览承办方德国汉诺威公司合作,首次引入了后者在中国的三场展会——工业自动化、机床和金属加工以及电力电展,并在以后成为工博会颇具分量的专业子展。

官方数据显示,2006年参展商数量达到1968家,其中境外展商有331家,占比升至16.82%,境外展商参展展位1458个,占比31.2%。同时,本次展会也迎来了一批世界500强企业和行业领先企业首次参

展,如菲尼克斯、川崎、三菱重工等世界著名企业。到2012年,第14届工博会已有452家国际参展商参会,占有参展商总数的27.43%,比2006年增加了150余家。

2013年第15届工博会的主题是“制造:数字与绿色”,首次出现了“数字”一词。自此,数字化、智能制造便成为每年工博会的关键词。最能体现这一变化的就是2013年工博会首次单独设立工业机器人展,该子展原本一直集中在工业自动化单元里展出,后展商建议,组委会决定为该主题单独设立展区,一开展便吸引了百家境外展商积极参与。

2016年,工博会首设主宾国机制,加强和俄罗斯等周边国家的合作交流。此次工博会还设立了“一带一路”引领中俄创新合作新台阶”板块,凸显我国在全球价值链的位势提升。

上海市经济和信息化委员会副主任戎之勤表示,改革开放促进了中国制造业的跨越式发展,工博会见证了中国制造业的发展历程。一方面,工博会是我国现代工业对外展示、交流与合作的平台,为促进我国制造业自主创新、转型升级发挥了重要作用。另一方面,工博会是中外企业开展对外经济技术合作与交流的重要窗口,为促进中国与全球制造业创新链、价值链联动发展发挥了不可或缺的作用。

区域工博会： 助力产业技术升级

作为曾经洋务运动的中心——天津,是中国重要的工业基地。今天,在全球工业复兴的大浪潮里,工业勃兴、金融集聚的天津,被定位为“全国先进制造研发基地,是全国工业发展的风向标城市之一,高端装备、先进制造的聚集地。”

6月3日至6日,第17届中国(天津)国际装备制造业(工业)博览会(以下简称天津工博会)在天津梅江会展中心举办。本届天津工博会,展览规模近9万平方米,设有机器人、工业装配及自动化、机床、激光加工、汽车装备、塑胶及包装、智能制造等专业展区,中国航天、大族激光等众多优秀国产品牌携最新产品到场参展,与来自德、美、日、韩等20多个国家和地区的国际品牌同台竞技。中国制造、自主研发,成为本届展会的主旋律及最高声音。

有着悠久工业传统的中国工业核心城市的天津,曾见证了我国第一辆自行车、第一只手表、第一台电视机等工业产品问世,而立足于此的天津工博会,成为天津工业乃至中国工业最新发展的一个缩影。17年历程,见证着“中国制造”新力量,与全球制造产业链条深度融合。

中国机械工业联合会执行副会长张克林表示,天津工博会规模

和实力都已经达到国际水平,国际化比例近30%。天津工博会在把国外的知名品牌与前沿技术“引进来”的同时,积极对接全球工业市场,促进国内品牌与技术“走出去”。

在梳理工博会的发展历程中,不得不提及创办于2019年的首届大湾区工业博览会暨第22届DMP国际模具、五金加工、塑胶及包装展览会(以下简称大湾区工博会)。该展会不仅搭建了一个多元、开放、创新的全球共享平台,还创建了大湾区工博会合作新机制。业界人士表示,首届大湾区工博会的新产品、新技术,不仅在中国首次展出,而且是全球首次发布。

按照《粤港澳大湾区发展规划纲要》(以下简称《纲要》)明确,粤港澳大湾区要深化供给侧结构性改革,加快发展先进制造业,推动制造业智能化发展,以机器人及其关键零部件、高速高精加工装备和智能成套装备为重点,大力发展智能制造装备和产品。《纲要》出台后,香港讯通展览有限公司作出发展战略重大调整,将旗下“华南工业展(DMP)”升级更名为“大湾区工业博览会”。

2020年,疫情下的第二届大湾区工博会,仍吸引了1200家参展商。与首届相比,第二届大湾区工博会时已有越来越多龙头企业加速布局大湾区产业升级战略。

会展传真

新加坡推出 疫后发展白皮书助力复展

本报讯 据新加坡《联合早报》报道,新加坡旅游局、国际组织会议管理专业协会(PCMA)以及国际展览业协会(UFI)于近日联合推出题为《疫情下及疫后一重新构想商务活动》的白皮书,反映了亚太区会展业强劲复苏的迹象,以及线上线下混合式发展的趋势。

白皮书指出,今年会展业的收入已开始回升。国际展览业协会数据显示,今年预计全球收入将比去年增长一倍,其中亚太地区的会展收入预计增幅121%。此外,亚洲区受访者对数码或混合活动的兴趣浓厚,他们参与此类活动的可能性比其他地区受访者高出超过两倍。

PCMA今年4月针对亚太地区的调查也显示,与北美地区的策展者(17%)相比,亚太地区有更多策展者(38%)计划举办实体与线上的混合活动。在今年计划举办混合活动的亚太地区受访者中,有近80%计划开展现场和线上观众互动,而北美地区的这一比例为27%。

(毛雯)

江西吉安国际会展中心 8月试运营

本报讯 据吉安市高铁新区指挥部信息显示,目前吉安国际会展中心外部已基本完工,预计8月试运营。

据介绍,该会展中心于2019年3月开工建设,吉安国际会展中心采取专业性综合性相结合、全国性与地方性相结合、商业性与公益性相结合。

据了解,吉安国际会展中心用地面积为40118平方米,总建筑面积为71021平方米,机动车停车位557个,非机动车停车位773个。会展中心一层为展览中心,展厅面积约为10000平方米,可容纳标准展位约500多个;室外展览面积约4800平方米,可容纳标准展位约300个。

未来,吉安将会展业与旅游业、会展业与婚庆业、会展业与商贸业深度融合,积极拓展经营发展领域。重点挖掘吉安红色文化,打造“红色”会展品牌,以会促游,以游引会,打造旅游会展目的地,带动旅游产业的发展,打出“旅游会展”新名片。

(姜志诚)

法兰克福加速 华北市场布局

本报讯 日前,天津市商务局、法兰克福展览亚洲控股有限公司、国家会展中心(天津)三方达成战略合作协议,根据合作模式,法兰克福宣布将其旗下的AMR汽车维修检测诊断设备、零部件及美容养护展览会于2022年移师国家会展中心(天津),成为其首个在天津举行的大型国际性展会。

今年4月,商务部发布的《天津市服务业扩大开放综合试点总体方案》明确,天津重点扩大开放会展服务产业,推动当地成为具有全球影响力的会展中心城市。天津市人民政府于本月初批复《天津国家会展经济片区规划》,纳入市、区级会展展业在国内外外的招商,以及会展人才的交流培训等。

据了解,国家会展中心(天津)建成后总建筑面积达138万平方米,除55万平方米展览面积外,还包括会议、商业、办公、酒店等配套设施。

根据合作框架,天津市商务局、法兰克福展览集团及国家会展中心(天津)将共同加强战略合作及资源共享,推动天津的国家会展经济片区的发展。据介绍,今后,法兰克福将引进更多国际品牌贸易展落户天津,促进天津展业在国内外外的招商,以及会展人才的交流培训等。

法兰克福方面表示,于2015年通过的《京津冀协同发展规划纲要》,为京津冀地区及城市群的发展注入了强大的推动力。法兰克福将依靠集团的全球资源及丰富的办展经验,引进适合本地市场需求的国际性贸易展会,为不同产业打造高水平的行业平台。

(陆唯伊)

2021年进博文化艺术周在上海举办

7月3日,“百年风华 进博文脉——2021年进博文化艺术周”在国家会展中心(上海)开幕。为重温党的光辉历史,歌颂党的伟大成就,充分展示国家会展中心(上海)10年运营及进博会的文化内涵,由中国国际进口博览会、国家会展中心(上海)共同举办的“百年风华 进博文脉——2021年进博文化艺术周”庆祝中国共产党成立100周年。

此次“百年风华 进博文脉——2021年进博文化艺术周”期间,国家会展中心(上海)宣布中国国际进口博览会艺术委员会成立。国家会展中心(上海)总裁唐贵发表表示,进博会艺术委员会将致力于高标准推动文化艺术活动举办和艺术品创作规划,向世界传播中华民族优秀传统文化和人文艺术精神,积极放大人文交流平台的溢出效应,助力进博会“越办越好”。

据悉,本次进博文化艺术周分为百年风华、百年金融、进博馆藏、艺术创作、非遗传承、文创天地6大

板块。其中,百年风华分为两部分:百年党史部分通过100种红色进步期刊创刊号封面、超过100家红色展馆VR和100个党史教育课件以及珍贵革命历史文献等,展示中国共产党领导中国人民走过的艰难曲折而又波澜壮阔的奋斗历程;百年会展部分通过图文形式再现了中国会展业一百年的发展进程,并重点展示国家会展中心(上海)10年建设运营成果以及过去三届进博会高光时刻。百年金融板块由“百年征程风华如一”百年红色金融主题展和“百年辉煌金融风采”上海金融系统庆祝建党100周年书画摄影作品展”组成,记载红色金融的发展历程。

此外,还有自首届进博会以来创陈的艺术珍品,国内各省市区选送作品和各参展国、参展企业赠送的纪念性礼品以及建国70周年之际举办的主题笔会作品;精选上海、山东和苏州艺术品;历届进博会文创精品及新品等。

自2018年创办以来,进博会



“四大平台”作用不断放大。其中,人文交流作为重要平台之一,通过举办国家展览展示各国特色产业和人文风情,在企业展服务贸易展区设立文化板块,开设非物质文化遗产

暨中华老字号、国家级步行街、综合形象展示区、中国旅游等项目,有效促进了经济与人文有机结合,真正彰显了进博会通过开展人文交流活动,增进民心相通的文化

内涵。此次举办进博文化艺术周,正是进博会丰富人文交流内容、促进文明交流互鉴的又一重要举措。

本次进博文化周为期4天,于6日落下帷幕。(胡泊)

会展新说

国际安全视角下的大型会展活动防控规则

■ 胡中华

6月23日,国际奥林匹克委员会宣布东京奥林匹克运动会一个月倒计时。与此同时,国际展览局也宣布迪拜世界博览会进入100天倒计时。至此,超大型活动疫情防控又再次成为国际会展界讨论的话题。近日,国际奥委会—国际残奥委会北京2022年冬奥会和冬残奥会项目审议会以视频方式召开。北京市副市长、北京冬奥组委执行副主席张建东表示,北京冬奥会筹办已进入全力冲刺、全面就绪、决战决胜的关键时期,充分参考借鉴国外先行者的做法,总结经验教训,有助于组委会继续深化赛事安全筹备保障工作。

在国际会展界,关于活动等级分类标准,不同国家会有不同。但目前会展业界普遍认可活动规模可分为四大主要级别,即本地活动、区域活动、大型活动和超大型活动。

自上世纪起,便有学者对活动规模分类标准进行了研究。时下,普遍达成共识的分类指标为:媒体覆盖与商业化、受众规模(人数和国别)、基建升级和制作成本。一场超大型活动的举办往往需要耗费大量的资金,其中相当一定比例的资金,往往流向于伴随筹备工作而来的地区基建的转型升级,包括酒店加建、完善交通、区位优势、服务人员培训等一系列城建工程和外宣工作,这

是活动对地方基建和人民生活水平长期效益贡献的最佳体现。一系列城市软硬件的提升工程的落地,其目的是要应对短时间内迅速涌入的大量观众以及由复杂国别构成的观众群体所带来的挑战。正因受众覆盖范围之广,活动对媒体以及商家有着天然吸引力。大型活动与超大型活动最核心的意义在于世界各国广泛参与,而目前能做到的只有以下三大协会旗下的项目:国际奥林匹克委员会、国际展览局和国际足联。

之所以提及上述标准,是因为超大型活动最核心的本质特征来源于其受众规模,主要是现场受众规模的极端特殊性——数目庞大、国别繁多。若将超大型活动抽象化后,其核心主要是人流管理。不论是运动员村的建设,还是交通工具的选择、停车场的安排、出入口的规划、媒体楼的安排、活动相关临时项目的搭建等,一切都是以人流为本。人流的管控,也正是超大型活动疫情防控的核心。

自疫情蔓延至今,有且只有一场超大型活动成功落地举办,在卡塔尔举办的国际足联俱乐部世界杯(简称世俱杯)。世俱杯本来是作为测试活动,让东道主卡塔尔更好地为2022年世界杯做好准备。卡塔尔的世界杯筹备测试活动共安排了两场,另一场则是计划将于年底举

办的国际足联阿拉伯杯。作为在超大型活动防疫领域第一个吃“螃蟹”的东道主,且年初疫苗接种尚未大范围推广,主办方卡塔尔可谓下了功夫。世俱杯的一举一动成为各大活动组委会紧密关注的对象,不论是东京奥组委更新至第三版的防疫手册,还是不同国家为活动设置的防疫测试安全条件,或多或少都能看得卡塔尔经验的影子。鉴于卡塔尔世俱杯为法国智奥会展的服务项目,笔者因工作关系,有幸得以亲身体验。卡塔尔世界杯采取的是当时标准下极为严格的防疫措施,其中有三点可以借鉴:

第一,宏观整体统筹。卡塔尔世界杯的疫情防控是一整套工程,赛事的防控的第一闸并非场馆的大门,而是国家的机场海关。卡塔尔对海外观众方面是实行管制的,目前日本也选择了禁止海外观众赴日观赛,这一方面与时下正在举行的欧洲杯的做法略有不同。正如所有过往主办国家一样,卡塔尔成立了卡塔尔交付和遗产最高委员会,作为卡塔尔成立的一个负责2022年世界杯工程建设和开发的政府机构,管理所有服务于卡塔尔2022年世俱杯赛事的场馆和基础设施,同时还包括对这些世界杯遗产的赛后改造和二次利用,这里自然也包括了疫情防控政策的贯彻落实。

疫情防控部分,则主要由卡塔尔政府公共健康部管理。现阶段,日本选择设立传染病控制中心,专门负责确认阳性感染病例或者确认密切接触者的人员。但值得讨论的是,该控制中心由东京奥组委直接管理,并没有设置在组委会之上。

第二,微观分类管理。尽管卡塔尔世界杯赛事涉及人员广,但总体可通过其性质进行分类,第一类人员为赛场内的运动员、裁判和随队人员;第二类是与第一类人员相对容易接触的现场观众和工作人员,如运动员村和酒店、训练场、赛场内的工作人员和连接3大板块的工作人员,如司机和安保;第三类则是无需与第一类人员直接对接的其它工作人员。卡塔尔世界杯期间采取的是强制出示48小时内的阴性核酸检测报告,因此一线工作人员需要频繁地前往指定检测中心进行核算测试。

关于现场观众管理方面,首先卡塔尔选择允许现场观众进入,但需要出示8小时内的阴性核酸检测报告,且对球场人员接纳人数实行百分比管理。日本方面,东京奥组委、日本政府和东京都政府6月21日在四方会议中提及决定允许日本本土观众现场观赛,每场比赛最多1万名本土观众观赛,且人数不得超过场地容量的50%。

分类管理的好处在于一方面能相对维持大众对赛事的好感,更重要的是能使本来就困难重重的筹备工作有效地实现生产力的解放,使筹备工作更为高效。

第三,加强沟通管理。疫情期间,社会群体情绪偏向压抑,同样防疫政策并不意味着同样对反馈。例如卡塔尔是强制要求使用指定手机追踪程序EHTERAZ进行防疫管控和绿码呈现,但这在西方国家却是一个非常严重的隐私问题。日本方面为了保证相关政策的贯彻落实,增加了对违反防疫规定者的处罚措施,包括警告、暂时或者永久撤销注册资格、取消比赛资格、罚款乃至驱逐出境。任何惩罚措施均对管制对象的情绪带来直接刺激,全面、充分而有效的沟通管理,需上升至与规则落实保障同样的高度,方能有效管控不必要的公关危机。

(作者系法国智奥会展国际部项目经理)

文章仅为作者观点,并不代表本报立场。本栏目署名文章涉及版权,转载请开白名单。

