

创新会展·城市篇

# 青岛会展业“十四五”规划：建设产业新生态

■ 本报记者 兰馨

青岛市“十四五”专项规划发布会(第八场)日前在青岛国际新闻中心举行。据记者了解,到2025年,青岛将建设成为充满活力富有魅力的国际会展名城,建设全国知名的海洋会展中心和时尚会展中心。

“十四五”期间,青岛市贸促会、青岛市会展办公室将进一步完善协调服务机制,政策扶持机制、人才培养机制,为青岛会展业持续创新发展护航。

近年来,相继有上合组织青岛峰会、“一带一路”数字互联互通高级别论坛、亚洲媒体峰会、博鳌亚洲论坛全球健康论坛大会、跨国公司领导人峰会、上合组织国际投资贸易博览会等一系列高端国际会议在青岛举办,青岛会展业进入了一个持续升级的发展阶段。

## 加快高质量发展

据介绍,到2025年,青岛将基本形成结构优化、功能完善、基础牢固、布局合理、发展均衡的会展业体系,力争年举办较大影响的会展节庆活动550个以上,规模以上会展企业年营收额保持10%左右增长。与此同时,打造5个在国际上具有较高知名度的国际品牌会展活动,培育15个以上具有全国影响力的国内品牌会展活动。

“十四五”期间,青岛依托海洋产业资源,推动中国国际渔业博览会、世界海洋科技大会等重大海洋会展活动进一步向品牌海洋会展方向发展,并将引进不同主题和形式的海洋会展活动落地。

此外,依托青岛国际啤酒节、青岛国际时装周、青岛国际车展、青岛国际家具展等重大时尚会展,引导形成“会展时尚化”“时尚会展化”新风貌。

## 发力新会展品牌

“十三五”时期,青岛会展业驶入发展快车道。数据显示,过去5年,青岛举办会展活动近1500场,展览面积从2015年的260万平方米增长到2019年的426万平方米,跻身全国城市前六位。期间,打造了跨国公司领导人青岛峰会、博鳌亚洲论坛全球健康论坛大会、上合组织国际投资贸易博览会等一系列新会展品牌活动。中铁·青岛世博城、红岛会展中心两大展馆先后投入运营,至此,青岛4大展馆室内可

展览面积位居全国城市第4位,为青岛会展业发展奠定了基础。

2018年,上合组织青岛峰会举办后,青岛会展业进入大发展、大跨越的黄金时期。3年多来,青岛累计举办千余场较有影响的展览、会议和节庆活动,逐步发展为知名的区域性会展中心城市之一。据《2020年度中国展览数据统计报告》显示,在2020年展览数据以及展览业发展状况进行的综合评分中,青岛位列第五位。

## “孵化”新增长点

据介绍,“十四五”期间,青岛将进一步加快会展市场化、国际化、特色化发展,不断提升国际化会展活动的数量和质量,积极培育一批具备国际竞争力的国际品牌

会展。同时,按照青岛国际会展中心、青岛国际博览中心、中铁·青岛世博城、红岛国际会展中心4个场馆的资源集聚作用,结合各自区域和产业优势,孵化新的会展增长点。

新经济时代,青岛将推进数字会展、绿色会展、智能展馆、招展引会、交通配套五大“攻坚”行动,推动青岛会展业数字化、智能化、绿色化升级,为展会举办营造更加便利、舒适的服务环境,吸引与青岛产业结合紧密、市场需求紧迫的重大会展活动落地,促进青岛会展业转型升级。

据了解,青岛将引进与其13条重点产业链配套的重大会展活动,形成产展互促、融合发展的新格局。

## 会展传真

### 5G商用 服务北京冬奥会

本报讯 中国联通日前启动5G试商,初期将提供智慧金融、智慧商超、智慧物流、智慧政务、智慧出行等领域的应用场景。

同时,作为北京2022年冬奥会和冬残奥会官方通信服务合作伙伴,中国联通将联合冬奥合作伙伴共同打造基于冬奥场景的5G消息应用,为公众带来智慧冬奥的全新体验。

2021年是5G消息商用落地年。中国联通将与产业链上下游合作伙伴通力合作,共同打造网络互通、业务互联、终端共享、体验一致的5G消息生态圈。(宗赫)

### 2023年UFI全球年会 将在美国拉斯维加斯举行

本报讯 国际展览业协会(UFI)日前宣布,第90届UFI全球年会将于2023年11月1日至4日在美国拉斯维加斯举行,承办方为拉斯维加斯会议和旅游局(LVCA)。

UFI全球年会被誉为展览业年度规模最大的全球会议,每年于10月或11月由申办城市举办。2019年UFI全球年会在泰国曼谷举办。

2020年受新冠肺炎疫情影响,全球旅行受到限制,年会以数字方式在线上举办,当时的会议日程分别来自中国香港、迪拜、伦敦和波哥大。2022年的全球年会将在阿曼苏丹国马斯喀特举办,2021年的全球年会于11月3日在荷兰鹿特丹举办。(伊宇)

### 厦门国际会展周 今年暂停举办

本报讯 受新冠肺炎疫情疫情影响,2021厦门国际会展周暂停举办。组委会表示,将在明年第四季度择期举办2022厦门国际会展周。

据悉,近期疫情“外防输入、内防反弹”的形势复杂严峻,境外、北京等地的演讲嘉宾和采购商来厦参会受限。厦门市商务局会展处负责人告诉记者,会展周演讲嘉宾、采购商原本有80%来自北京,目前难以来厦。为了保证会展周的质量和实效,确保参会人员的安全顺利,相关方面经研究决定,暂停举办2021厦门国际会展周,期待来年相会。

厦门市近年重视会展业发展。2020年,厦门市会展业较早实现行业复苏,并陆续引进中国教育装备展、中国国际广告节等大型品牌展会,充分展现了疫情防控常态化下厦门会展业的韧性与活力。(吴君宁)



## 山西向世界讲好绿色转型故事

本报讯 11月8日至10日,山西省以“线上线下+全球直播”的方式举办2020年迪拜世博会中国馆山西周。期间举办开幕式、中国·山西能源革命创新合作(迪拜)云推介、线上展演展示、山西品牌商品云上展等四项活动。

山西周以“机遇、创新、合作”为主题,开展一系列线下考察交流、线上文旅宣传、展览展示、推介洽谈、招商引资等活动,通过世博会这一展示人类文明成果的盛会,讲好推动经济社会发展全面绿色转型的山西故事。

开幕式上,山西省副省长贺天才表示,世博会是展示人类文明成果的盛会,对于促进文明交流互鉴具有重要意义。山西是中国首个能源革命综合改革试点省份,要通过高质量参展落实中阿双方领导人达成的重要共识,推动山西与包括阿联酋在内的中东国家和世界各国在能源领域的全面深入交流与合作。

开幕式上播放了山西宣传片,带领观众一同走进山西、了解山西。开幕式上还进行了迪拜世博会中国馆云巡馆活动,使无法到场参观的观众获得在线巡馆的沉浸式体验。

山西周同期举行了中国·山西能源革命创新合作(迪拜)云推介会。晋能控股电力集团、华阳新材料科技集团有限公司、太原重型机械集团有限公司、国家电网山西省公司等4家企业,分别就异质结技术应用、高效光伏产品制造、新材料、风能、大数据5个应用场景作了推介。

为期一个月的山西品牌商品云上展同步在“贸促云展”平台上线。云上展重点面向阿联酋等中东国家,搭建集商品展示、供需配对、在线交流、合作洽谈等为一体的云上展平台。共有117家山西企业参展,涉及非遗文创、生物医药、清洁能源、装备制造等领域。(毛雯)



FHC上海环球食品展览会11月9日至11日在上海新国际博览中心举办,展会规模近20万平方米,较去年扩容33%,参展企业超过2800家,较去年扩容25%。作为中国食品饮料行业的重要平台,本届展会力图“走出以进口为单一贸易模式的困境,拓宽出口与内部消费的需求”,更科学有效地回应市场的呼声,实现合作共赢。(鞠海鸣)

## 北京冬奥村本月迎全要素测试

■ 贝奕平

北京2022年冬奥会和冬残奥会将在北京城区、延庆区和张家口举行,每个赛区分别设置一个冬奥村(冬残奥村)。作为北京冬奥会最大的非竞赛场馆,也是提供服务保障时间最长的场馆之一,北京冬奥村(冬残奥村)将为运动员及随队官员提供53天×24小时保障服务。

记者日前获悉,北京冬奥村将于2022年1月23日预开村,1月27日正式开村,2月23日闭村;冬残奥村自2022年2月23日预开村,2月25日正式开村,3月16日闭村。运行区、广场区、居住区三大功能区域

物资移入等工作正在进行中,预计本月中旬准备就绪,迎接11月20日举行的全要素测试。

据介绍,场馆将提供志愿者引导、标识引导服务。此次机器人是引导服务的重要补充,也是为了更好地满足疫情防控需求。目前已经完成对机器人基础点位的定位,规划引导路径。机器人将会迎接运动员到行李寄存区,再回到之前的点位,或者带领运动员来到验证点,验证无误后再办理入住。接待大厅还将入驻一台专门播放冬奥村宣传视频的机器人。

机器人应用和展示还将出现在村长办公室、餐厅以及北京小屋。在村长办公室,双臂协同机器人将为宾客们提供沏茶服务。餐厅将引入智能引导机器人、炒菜机器人等多个种类的机器人,还配备了智能餐台、智能取餐柜等设施。

冬奥会期间,运动员将从广场区西侧的楼梯进入下沉式广场区,而中方的管理服务团队从另一侧入内,双方在流线上没有任何交叉。

据透露,11月15日所有空间完成布置,11月20日将进行运行测试。

## 会展大咖说

# 会展业转型升级需突破经贸功能开拓新空间

■ 刘大可



### 作者简介:

北京第二外国语学院经济学院院长、展览产业研究中心主任、教授,同时兼任中国会展经济研究会副会长、中国会展专家委员会委员等社会职务,是我国会展教育与研究的早期开拓者之一。

近两年,受新冠肺炎疫情冲击,会展业遭受沉重打击。与此同时,作为新兴贸易渠道,数字贸易快速成长,在一定程度上对传统展会形成“跨界替代”,进一步加剧业界对会展业前景的担忧。在这种特殊的背景下,中国会展业如何摆脱困境、寻求新的增长空间,成为业界亟须思考的重要课题。笔者经调研得出,若从四个方面开始思考,有助于在创新层面获得更多启示。

首先,聚焦经贸是我国传统会展业的典型特征。尽管“会展”一词没有在学术界形成统一而权威的概念,但很多国家在社会经济统

计中将展览、会议、节庆、赛事、演艺等多种形式的“人类有计划的集会活动”纳入会展业的统计范畴,这已经是一个不争的事实。例如,英国商务访问和活动伙伴关系机构(BVEP)在2014年发布的会展活动经济影响报告中,就将会议、展览、节庆活动、音乐盛事、体育赛事等八种类别的活动统一划归到会展行业中。在这个庞杂的会展活动谱系中,展览会只占有不到30%的市场份额。

我国的情况有所不同。改革开放以来,尽管多种业态的会展活动取得了巨大成果,但会展业是毋庸

置疑的“明星”。各级政府对会展业的促进政策及监管措施,主要围绕展览业展开。短短20年间,展览业已经形成了由政府主管部门、行业协会、市场主体、人才培养等完整的产业体系。相形之下,节庆、演艺、赛事、文创等方面活动发展比较滞后,产业体系建设比较薄弱。

之所以呈现这一态势,笔者认为主要与中国社会经济发展阶段有关。改革开放之前,生产力落后而导致的物质短缺是困扰我国社会主义建设的核心问题之一,20世纪80年代开始,我国明确提出“以经济建设为中心”的发展思路。展览会作为高效率的投资与贸易撮合平台,在推动经济建设发挥了重要作用,展览业自身也获得了巨大发展机遇。

其次,经贸导向传统思维制约了会展业发展空间。以聚焦经贸为特色的会展业发展思路虽然在落实国家“以经济建设为中心”的发展战略、推动中国经济发展方面发挥了重要作用,但是随着我国社会经济阶段的变化,“紧盯经贸”的发展思路反而有可能成为新时代制约会展业创新发展的瓶颈。

会展业作为社会经济生活的一个重要分支,需要服从和服务于“以经济建设为中心”的发展大局,展览业之所以在多种形式的会展活动中脱颖而出,在很大程度上与展览业服务经贸发展的核心价值有关。

而今天,我国经济实力不断增强,已经从根本上解决了物质短缺问题,中国社会面临的主要矛盾也成为“人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”。在新经济时代背景下,我国从以往的“以经济建设为中心”升级为“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念,更加注重经济发展质量,更加强调经济与文化的协同发展。面对这种变化,如果会展人依旧坚守传统价值理念,以聚焦经贸展览为核心使命,不仅无法体现新时代会展人对服务国家战略的责任担当,而且有可能丧失未来发展的重要机遇。

再次,超越经贸功能的会展活动实践探索。从近年来的实践探索看,我国很多会展活动已经超越经贸功能,从更高层次服务于城市发展和国家战略。

例如,在会议论坛领域,我国相继主办承办了一系列高端国际活动,如上海合作组织青岛峰会、杭州G20峰会、“一带一路”国际合作高峰论坛、金砖国家领导人厦门会晤等,这些活动已经远远超越经贸范畴,不仅成为中国参与国际事务、发出中国声音、提出中国方案、彰显大国担当的重要舞台,而且极大地提升了主办城市的形象,激发了主办城市的活力,凝聚了城市发展的力量。

展览领域也是如此。例如,针对不同国别和区域,我国相继布局了中国—东盟博览会、中国—亚欧博览会、中国—东北亚博览会等一系列合作机制类博览会;针对不同经济功能,我国布局了中国国际进口博览会、中国国际服务贸易交易会等一系列国家战略型博览会。这些活动虽然依旧以促进经贸为基础,但是已经超越一般性的投资和贸易撮合功能,成为服务国家战略、链接世界、促进多元合作的重要窗口。

由此可见,虽然“聚焦经贸”是传统会展业的核心价值,但是从近年来的实践看,中国会展业正在超越经贸范畴,不断创造新的价值支

点,拓展新的发展空间。

最后,开拓创新实现会展业突破发展。面对疫情防控对会展业带来的刚性冲击,以及跨境电商等数字贸易平台对传统会展业的隐性竞争,中国会展业处于不得不转型升级的关键时刻。会展人应锐意创新,知难而进,超越传统观念,重新界定行业价值,在继续发挥经贸功能的同时,深入挖掘会展活动在服务国家战略、服务百姓生活、服务文化发展、满足人民对美好生活需求等方面的价值,不断拓展会展业的发展空间。为此,一方面,要推动传统展览业的创新发展,在传统展览会上实现功能突破,特别是顺应数字化潮流,探索数字会展的商业模式;另一方面,要适应我国社会经济的新形势,“破圈”发展,寻求新的增长点,特别是要顺应人民对美好生活的需求,在文化、艺术、教育、体育等领域中开发新题材,不断拓展会展业的发展空间。

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,转载请沟通白名单。