

创新会展·特别篇

北京冬奥会：

延庆赛区举行首场国际比赛 启动赛时标准全面测试

■ 本报记者 宗赫

“相约北京”2021—2022国际雪橇联合会雪橇世界杯正赛近日在国家雪车雪橇中心举行。近300名观众到场观看男子单人雪橇比赛，这也是北京冬奥会延庆赛区首次进行带观众测试。

据介绍，为做好测试的疫情防控工作，观众进场需要查验“北京健康宝”和“通信大数据行程卡”，观众在完成测温后通过规定的进场流线步行进入观赛区域，与场馆工作人员、运动员等群体空间不接触、流线不交叉。场馆的检票口、观众看台、取暖区等位置均设有防疫物资摆放台，观众可以随取随领或到防疫办物资。

以奥运标准进行测试

国家雪车雪橇中心是北京冬奥会新建场馆，作为国内首条雪车雪

橇赛道，国家雪车雪橇中心采用了世界顶尖的赛道设计，拥有世界上少见的360度回旋弯赛道和独具特色的遮阳棚木梁，该遮阳棚通过角度及跨度、布局的变化，形成一个“地形气候保护系统”。

据国家雪车雪橇中心场馆主任林晋文介绍，国家雪车雪橇中心对标冬奥29个业务领域，每天运行20小时。自10月5日至11月22日，包括雪车、钢架雪车、雪橇在内的国际训练周、计时赛和世界杯5项测试活动陆续在此举行，来自35个国家和地区的约730名运动员、教练员和随队官员参赛。

按照“应测尽测、能测尽测”要求，此次雪车和钢架雪车计时赛以奥运标准进行全方位测试。测试赛期间，场馆各处贴有防疫标识和引导标

识，并设置信息亭、取暖区、失物招领处、饮品售卖和特许商品售卖等服务空间，随时为观众提供便利。

制定防疫方案、监督机制

据介绍，按照北京冬奥会疫情防控质量控制标准，编制完成场馆疫情防控运行方案。场馆实行严格的闭环管理，分为闭环内和闭环外两个区域。

其中，对闭环人员分流线管理，实行分区就餐、分类乘车、分类住宿，严格与社会面隔离。实行馆长、片长、楼长、层长的“四长”责任田分管制，负责防疫措施落实。

同时，调整优化场馆分区，实现运动员流线与其他群体流线分开、闭环内与闭环外工作人员流线分开，保障测试赛安全，有序进行。持

续加强场馆公共卫生消毒工作，由属地签约的第三方专业公司在每天比赛完成后，对场馆进行彻底消杀，疾控和体育领域专人实施训练间隙预防性消杀，清废领域每天对场馆进行日常消毒保洁，确保场馆环境的安全整洁。

此外，每天进行人员核酸检测和环境核酸采样，通过与运动队领队和国际组织官员沟通，征得运动员对防控措施的理解和支持。

冬奥村首迎全要素模拟战

2022冬奥会期间，北京冬奥村（冬残奥村）预计接待来自54个国家和地区代表团参加冰球、冰壶、花样滑冰、短道速滑、速度滑冰、自由式滑雪（大跳台）和单板滑雪（大跳台）7个项目的1670名冬奥运动员

及随队官员；冬残奥会期间，预计接待参加残奥冰球、轮椅冰壶项目的534名冬残奥运动员及随队官员，他们来自20个国家和地区。

据记者了解，为全面检验赛前运行状态，11月20日至21日，北京冬奥村开展了一次“全流程、全要素、场景化、实战化”的运行测试“模拟战”。

为严守疫情防控底线，11月19日，北京冬奥村组织村内全部工作人员以及11月20日至21日期间北京村范围内的所有施工人员、保安、物业、合同商、服务商、餐厅员工等所有类型人员，集中进行核酸检测。参测人员须提供48小时以内核酸检测阴性证明且14天内未到访过中高风险地区。

2022年1月27日，北京奥运村正式开村。

会展传真

冬奥会主媒体中心赛后 将转为会展场地

本报讯 2022年北京冬奥会主媒体中心设在北京国家会议中心二期，目前已交付奥林匹克广播服务公司使用。冬奥期间预计接待3000多名文字及摄影记者、约12000名转播人员。赛时将投入100多台智能机器人媒体工作人员服务使用。

据北京市重大项目办城三区场馆建设处处长黄晖介绍，主媒体中心是北京充分“借用”城市公共服务设施、节俭办奥的一个典范项目。冬奥会赛后，北京国家会议中心二期将作为会展建筑使用，该项目全部建成后将与国家会议中心一期共同组成总规模超130万平方米的世界级会展综合体，既能满足高端政务、国事务外交流活动需求，又能满足各类大型国际交往活动和商务会展活动需求。（**商亭亭**）

31展览云3.0国际版 实现一键切换语种

本报讯 31会议近日推出展览云3.0国际版。3.0国际版提供一键切换语种、无障碍跨语种交流等功能，实现了为更多国家和地区的主办方提供展览组织与管理服务。

受新冠肺炎疫情冲击，各国主办方积极拥抱融合会展，融合会展也带来了展商与观众的跨时空参与，极大促进了展览的受众范围。与此同时，展商实现基于本国语言、观众实现基于本国语言的商务交流的诉求也越发强烈。

本次发布的31展览云国际版系统支持将所有界面的文字一键切换语种，从而可以为世界各国主办方提供以其母语为基础的平台服务。

31会议打破了语种上的限制，将便捷的系统服务传递给更多国家的主办方、展商和观众，让展览组织与管理服务不再受语言限制。本次上线的31展览云3.0国际版支持简体中文、繁体中文、英文和葡萄牙语。下一步，31会议还将继续补充其他语种的语言环境，为更多国家和地区的主办方提供展览组织与管理服务。

据介绍，在面对境外供应商、采购商时，语言交流的准确性和实效性对于撮合买卖双方成交、开拓贸易商机具有举足轻重的影响。为此，31展览云配置了IM即时沟通功能，并在此次发布的版本中实现了IM沟通的多语言化。用户可通过PC端展商与展品详情页、展商观众中心、H5展商观众中心菜单和小程序底部导航打开聊天页面，随时与使用不同语种的客商进行无障碍沟通。（**章晨晓**）

北京冬奥会倒计时

青岛与北京同频 进入“冬奥时间”

2021青岛时尚体育季·青岛滑冰邀请赛日前在青岛冰纷万象滑冰场举行，为市民带来时尚冰雪运动体验。作为奥运城市，青岛与北京同频进入“冬奥时间”。

在北京冬奥会来临之际，本次青岛滑冰邀请赛宣传冬奥知识，传播冬奥理念，助力青岛冰雪运动热起来，用实际行动助力“带动3亿人参与冰雪运动”，展示青岛充满活力、富有实力、独具魅力的城市形象。

据有关方面负责人介绍，青岛滑冰邀请赛是2021青岛时尚体育季的重要活动。同时，比赛以助力冬奥为主题，时尚体育与先进融媒传播技术相结合的冬季时尚体育文化活动中。青岛日报社观海新闻打造的交互式VR观赛体验新模式，通过观海新闻全媒体矩阵进行交互式直播，启用VR视频技术对比赛作720度呈现，为观众带来浸入式观赛体验。

青岛滑冰邀请赛所有项目对业余和专业滑冰选手开放。赛事按选手年龄段、性别分幼儿、基本、花式、艺术性比赛等级别，设置个人、双人、团体等比赛项目。

2021青岛时尚体育季将持续举办北京冬奥会主题相关的时尚赛事和惠民活动，市体育局将立足自身优势，促进胶东五市冰雪运动产业蓬勃发展。

近年来，青岛冰雪运动迅速发展，以短道速滑项目为突破口，全面带动冰球、滑雪、花样滑冰等领域，冰雪项目在青岛持续升温。目前，在冰雪运动产业发展方面，青岛立足自身优势，促进胶东五市冰雪运动产业蓬勃发展。（**卢卿卿**）

会展新说

新商业文明下展览策划者的认知与赋能

■ 宋晓东

进入新商业文明时代，展览策划愈加呈现融合的属性。在竞争激烈的市场格局下，一名优秀的展览策划应具备哪些特点呢？笔者认为，虽无特定的答案，但从行业属性和经验来看，一个合格的展览策划应具备四方面的能力。

首先，保持对世界的好奇与对行业的前沿认知。好奇心是驱使一个策划成长的基本素质，展览策划应始终站在市场与潮流的第一线，需要对行业市场有着敏锐感知能力，并始终保持与市场同步的开放性思维。当下各种新潮的多媒体艺术展、数字主题展、历史文化展览不胜数，参观这些展会对一个展览策划来说非常重要。一是能打开科技、文化、艺术等多元跨界的连通视角；二是学习不同空间的利用与先进的展览展示手法；三是学习更多的展览内容体系的逻辑叙事、呈现方式以及管理运营经验。

因此，想要具备更高层次的策划能力，就要对这个行业背景提出更高要求，因此，多领域学科的背景知识、

市场趋势以及文化科技领域的新技术、新应用等，在思想上和视野上有足够的的话语权和主导权。

其次，必要的专业知识和职业素养是一切的基础。展览策划最主要的工作是了解、梳理、总结、提炼和再创造的一个过程，将已有的认知、项目的可用信息组织起来，通过创意思路和线索传递出自己的意图或者实现项目的方式。这个过程中，策划最重要的就是基础的专业素养，包含了很多技术层面的技能，比如常用的World、PPT、Excel、思维导图等办公软件的熟练使用，以及掌握的学科知识、动手检索信息的能力，这是一个初级策划要着重练习和实践的。

多领域学科的背景知识体系。当下，临时展或常设展馆的题材的广泛程度均处于上升趋势，这一趋势与新传播时代的观众愈发广泛的文化诉求所带来的展览行业的繁荣是一致的。当然，也必然会对展览策划者的专业知识背景提出更高要求，因此，多领域学科的背景知识、

对人文社科知识的广泛涉猎能让展览策划者更容易切入展览主题，更容易取信于客户及领域专家，更容易进行专业的展陈内容输出。

必要的综合分析能力。不谋全局者，不足以谋一域。从宏观层面上讲，展览策划者须对项目整体进行各功能的综合分析研判及精准定位。从微观执行层面来说，更需要了解和分析客户主要决策者的思维视角、核心关切。这意味着，策划者既要有分析市场、项目的宏观把控能力，还要结合既有条件提出合理意见建议，提前发现难点、爆点，因势利导，逐一解决。

多维度感知事物的能力。展览策划的感知能力必须是敏锐的，必须具备随时随地接受新知识、快速学习的核心竞争力，不管是对客户谈话内容的准确捕捉，还是对市场上新技术、新形式、新理念的提出与应用。不管是对平面设计、多媒体交互设计的美感判断，还是对空间尺度、施工细节的细微差别，都需要做出合理且准确的判断，因此，认知事物的能力

是展览策划的核心能力之一。展览策划要与时俱进，从更高维度的认知对事物做出精准判断。

高效解决问题的能力。通过多方面沟通、社交、综合分析是发现问题的前提条件，展览策划者主观迅速解决问题的意愿则是核心。时刻把效率纳入考量，及早思考问题、解决问题。要迅速解决问题的主要部分，推动次要部分，分析关联部分，直至彻底解决问题。

团队协作能力。一个优秀的策划涉及的领域也比较广，不管是前期策划阶段还是后期执行阶段，很多都涉及跨界合作与共同完成，包括设计部、施工图部、商务、甲方各个部门、多媒体部等。因此，需要有一个良好的心态来理解和包容事情的复杂程度与反复修正的结果。一个精品的策划离不开众多专业的相互配合与理解。

再次，优秀的表达能力让策划成为不可替代。沟通与表达能力是一切成功的源泉。与客户快速有效沟通是展览策划推进布展工作的前

提。详细来说，对外分为准确捕捉客户意图，明晰客户关于布展本身的细节要求；和自身间接有效的语言输出能力，能够迅速回应客户的核心需求；对内则是与布展团队、上下游配合部门有效沟通，准确传达客户诉求，就布展思路讲解、展陈文本资料提供力所能及的配合。善于沟通、待人以诚，是一段积极的社交关系的起始，与客户与团队建立良好的信任关系可对布展起到重要的推动力。

提案的共情能力。古希腊的雄辩家、现代英国的丘吉尔等，他们演讲的共情能力无与伦比，能极大程度调动听众的情绪，表达自己的观点，传递自己的思想，并有效地推动自身的行动与计划。展览策划的核心要素是布展思路与展陈信息的高效传达，大部分时间都在向客户提报演讲或会议沟通，因此须具备一定的共情能力，让方案较快获得客户的认可。

最后，复盘思维能让策划知识更加系统。这是一个合格的展陈策

划须思考的问题，每一个项目成功与否，都需要进行经验的沉淀，形成可借鉴和高效解决问题的一种经验。复盘的目的主要是分析好项目出现问题以及解决问题的可取之处，下个项目规避的不合理之处，通常一个地方犯错不止一两次，复盘就能及时将项目的问题和解决方案形成固定或者相对标准化的流程。也有利于形成一种可复制的经验。

“宰相必起于州部，猛将必起于卒伍。”优秀的展览策划大都是从基层做起，精益求精，把每一件小事做好，善于学习，勤于创造和提升。只有这样，才能成为自己想成为的那个策划。

（作者系上海风语筑文化科技股份有限公司副总经理兼总策划师）

宋晓东

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，转载请开通白名单。