

创新会展·城市篇

# 青岛《10条政策》发力国际会展名城建设

■ 本报记者 兰馨

青岛市政府近日发布《青岛市人民政府促进会展业发展10条政策》(以下简称《10条政策》)称,提高会展业发展专项资金的使用效益,促进青岛会展业高质量发展。

此次发布的《10条政策》由青岛市贸促会(青岛市会展办)、青岛市财政局牵头制定,旨在进一步激发会展市场活力,推进青岛市会展业转型升级,加快“国际会展名城”建设。

《10条政策》显示,青岛加大对规模展会、绿色展会、数字展会、大型市场化会议、会展企业的扶持。

## 力求新政落地

记者注意到,《10条政策》每一条都细化到服务对象、实施程序、政策执行(负责执行处)、具体负责人,每一项都明确扶持

范围。

2018年,青岛出台《关于支持会展业发展若干政策措施的意见》(以下简称《意见》),对优秀会展企业、会展项目给予相关扶持,进一步加快青岛市会展业升级。该政策已于2021年到期。

青岛有关方面认为,《意见》通过专项资金扶持会展业发展,这是较为通行的做法。随着新经济发展形势,制定新经济下的激励政策,引导会展业在做大市场、做强品牌上更好地发展。鉴于此,在经过调研的基础上,制定出台了《10条政策》。

## 上浮补贴标准

《10条政策》显示,新增对2万平方米以上“消费类展会”补贴,以

充分发挥规模展会对“大循环”的拉动作用。《10条政策》加大了对高端展会的扶持力度,对展会国际化程度较高,或“世界500强”“中国500强”参展比例达20%以上,或有新品发布会的展会,补助标准上浮20%。

根据《10条政策》,青岛将加大鼓励数字展会、绿色展会的发展。如在获得《10条政策》第一条补助的展会项目的基础上,符合青岛市数字展会标准或绿色展会标准并经第三方评估、专家评审、青岛市贸促会(市会展办)按照相关办法认定的,将一次性补助10万元。

鼓励在青岛固定举办并取得国际展览业协会(UFI)认证的展会,会展场馆取得UFI认证以及取得国际大会和会议协会(ICCA)认可的会议,将给予一定

的资金补助。

《10条政策》明确规定,对在青岛举办2天以上、500人以上的相关大型市场化会议,给予10万至20万元的补助。对优秀会展企业的扶持,最高补助30万元。

《10条政策》明确规定,对因疫情等不可抗力取消的展会,补助已发生宣传费用的20%,以帮助企业渡过难关。

## 走绿色发展路

根据青岛会展业“十四五”规划,到2025年,青岛将力争全年举办具有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。

到2025年,青岛将力争基本形成结构优化、功能完善、基础牢固、布局合理、发展均衡的会展业

体系,力争形成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,与50个国内外知名会展机构建立战略合作关系。

数据显示,“十三五”时期,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。青岛打造了一系列新会展品牌活动,如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。

青岛会展业“十四五”规划明确,“十四五”期间,围绕“碳达峰”“碳中和”低碳环保、绿色价值理念,构建会展生态链,通过政策引导行业走绿色发展之路。

会展传真

## 广交会首次推出新品首发活动

本报讯 记者近日从广交会外贸中心获悉,广交会将首次推出新品首发活动。第131届广交会将遴选一批新产品、新技术、新品牌、新服务,打造广交会官方“展新”“推新”平台,树立行业标杆,助力企业提升品牌形象,引导带动更多企业走创新发展道路,巩固发展国内国际贸易竞争新优势。

新品首发活动由中国对外贸易中心主办,将在广交会官网(线上展平台)设新品首发活动专栏,分主题推出精选新品首发视频展示。新品首发活动将全面利用广交会自有媒体矩阵和高质量媒体资源实现广泛宣传。

本次活动面向行业优质企业开放申请,每场发布活动不超过30分钟,不向企业收取活动费用。同时,为向优质参展企业和新产品提供更多展示机会,第131届广交会同期举办企业展示精选活动,活动面向广交会品牌企业和交易团、商协会推荐企业,从中挑选制作精良的平台连线展示内容,以专栏呈现的方式助力企业提升影响力。(伊宇)

## 第五届进博会向西非推介

本报讯 中国国际进口博览局近日与中国工商银行共同举办第五届进博会“云招展”西非地区线上推介会。近70家西非企业参加线上推介会。

安哥拉中国商会会长路易斯卡佩纳表示,安哥拉中国商会致力于为中国和安哥拉企业搭建沟通桥梁,创造有利于双方的营商环境,今年将继续组织企业参展进博会。

中国驻安哥拉使馆参赞陆玉忠表示,安哥拉是中国在非洲地区第三大贸易伙伴,两国经济互补性强,贸易合作前景广阔。中国和科特迪瓦也在加强互补优势,推动双边贸易快速发展。

陆玉忠说,安哥拉和科特迪瓦高度关注进博会,安哥拉政府和企业积极参加前四届进博会,取得一定成效,该国的啤酒已进入中国市场。科特迪瓦政府重视通过进博会扩大特色产品的影响力,可可、咖啡、手工艺品在中国的知名度逐渐提升。(金博辉)

## 博鳌亚洲论坛2022年年会4月举行

本报讯 博鳌亚洲论坛2022年年会定于4月20日至22日在海南博鳌举行。本届年年会主题为“疫情与世界:共促全球发展,构建共同未来”。

据悉,年年会将以线下为主、线上线下相结合的方式举办,邀请国内外代表与会,共商疫情后亚洲与全球发展大计,聚焦绿色发展、创新发展、包容发展、合作发展,致力于促进国际团结与合作。(宗赫)

## 第二届消博会延期举办

本报讯 第二届中国国际消费品博览会组委会秘书处3月18日发布公告称,鉴于当前新冠肺炎疫情防控形势,决定将第二届消博会延期举办。组委会将根据疫情防控形势,尽快确定展会举办时间并及时对外公布。

消博会是我国首个以消费精品为主题的国家级展会,主办方是商务部和海南省政府,承办方是商务部外贸发展局和海南国际经济合作局。第二届消博会原定于4月12日至16日在海口举办,主题为“共享开放机遇,共创美好生活”。本届消博会将继续坚持“精品路线”定位,汇聚全球头部品牌和专业采购商,力争成为推动高水平对外开放、促进内外市场相通、畅通国内国际双循环、促进消费升级和消费回流、引领全球消费时尚的重要平台。值得一提的是,国际展区新增部分细分行业的全球头部品牌。(毛雯)

## 冬奥场馆将陆续向公众开放

■ 伊宇

2022年北京冬奥会和冬残奥会已落幕。随着竞赛场馆对公众开放,“冰丝带”“冰立方”“雪飞天”“雪游龙”和“雪如意”这些诠释中国对可持续未来的向往与追求的奥运建筑,将迸发新的活力。

冬奥期间,国家速滑馆“冰丝带”见证了10个项目的奥运纪录和1项世界纪录的诞生。“冰丝带”被运动员赞为“最快的冰”,已经成为北京市民争相拍照打卡的“冬奥”地标。它在未来会成为北京四季运营的大型冰上活动中心,除了举办国际级赛事,也可开展冰球、速度滑冰、花样滑冰、冰壶等各类冰上运动,供两千余人同时体验冰上活动。

国家跳台滑雪中心“雪如意”伫立在群山之间,曲线灵动,“如意柄首”的环形设计独具匠心。“雪如意”设计初期充分考虑了场馆的赛后可持续利用。这里除了会举办各种大型冬季运动赛事,还将为公众提供室内外多种活动体验。

在“如意柄首”设计的“空中俱乐部”,可容纳近千人观赛、观光、举办各种展览、仪式等室内活动。游客可以沿赛道两侧的台阶徒步观光,一览山川河流秀色。赛道底部的足球场也可承办大型文化活动的开幕式、演唱会等户外活动。

在延庆赛区,国家雪车雪橇中心“雪游龙”赛道蜿蜒曲折、线条流畅。赛道中部的巨大螺旋成为这条赛道最醒目的标志。

“雪游龙”预计在今年“五一”期间面向公众开放,在赛后持续利用在新起点上再出发。人们将有机会从大众体验出发,感受这条赛道带来的刺激与快感。观众可以在屋顶的步道游廊上沿蜿蜒的赛道回环攀升,登高望远,近距离拥抱自然。为青少年运动员预留的出发点也使“雪游龙”有望成为未来雪车雪橇运动的培训基地。

业内人士认为,冬奥场馆所传递的可持续的创新理念已经成为北京冬奥会重要的人文遗产。



2022年古镇灯博会全球买家采购行线上展开幕式日前在广东中山灯都古镇会议中心及网络同步直播上启幕。3300多家品牌灯饰照明企业线上参展。线上展在“灯饰在线”网站上通过大数据筛选,将对每个浏览过网页的用户准确推荐相关产品信息。参展商和采购商可通过手机或电脑相聚“云端”,通过网络就可完成供需对接、采购洽谈。此次线上展将于4月18日闭幕。(倪博华)

## 北辰实业会展板块营收占比提升

北辰实业日前正式发布2021年全年业绩报告。财报显示,2021年北辰实业实现营业收入220.9亿元,同比上升22.77%。在项目销售方面,公司实现销售金额167.39亿元,同比上涨37.12%。

作为主营业务之一,北辰实业的会展及投资物业(含酒店)板块以会展为龙头,并带动酒店、写字楼、公寓等业态协同发展,营收也在稳步增长。报告期内,北辰实业会展及投资物业板块实现营业收入18.21亿元,同比上升4.78%。

2021年,为了优化资源配置,加快建立健全市场化运营机制,推动会展产业转型升级,北辰实业旗下北辰会展集团引入北京首钢建设投资有限公司、北京

首都旅游集团有限责任公司等四家战略投资者,并更名为首都会展集团。

以首都会展集团为依托,北辰实业大力整合会展业务资源,不断强化会展产业新业务、新技术的外延扩张,探索发展会展场馆运营管理、展会主办承办及配套服务、会展教育咨询服务、高端政务活动保障服务等业务。

2021年,北辰实业在雄安、成都、重庆签约4家受托管理场馆及酒店,新增中关村论坛永久会址等顾问咨询项目14个。截至目前,首都会展集团已进入27个城市,顾问咨询场馆及酒店项目52个,受托管理场馆及酒店项目35个,实现受托管理场馆总面积334万平

方米。

近年来,北辰实业完成了以奥运会、APEC会议、服贸会、杭州G20峰会、“一带一路”国际合作高峰论坛、厦门金砖会晤、中国—阿拉伯国家博览会、上合组织青岛峰会、中非合作论坛北京峰会、首届联合国世界地理信息大会、北京香山论坛、中国北京世界园艺博览会、亚洲文明对话大会为代表的一系列国家级、综合型、国际性会议的接待服务。

据北辰实业方面介绍,2022年将以成立首都会展集团为契机,发挥会展的业务优势、品牌效应,加快数字化建设,培育会展全产业链,构建会展板块新发展格局。(钟肖慧)

会展新说

# 数字艺术展馆成撬动城市活力的隐形支点

■ 宋晓东

“艺术越来越科学化,科学越来越艺术化,两者在山麓分手,有朝一日,将在山顶重逢。”居斯塔夫·福楼拜在十九世纪如此展望艺术与科技的链接形态。

毋庸置疑,处于数字时代,数字技术正从微观层面撬动一切,连带效应之一是数字时代的时空观与感知产生了变形。与此同时,广义的“数字文化”应运而生,其包含不同的艺术实践、形式构造以及美学观念等,涵盖了诸如赛博文化、信息社会、新媒体等相对具体的概念。无论是数字技术、数字时空,还是数字文化框架下的公共艺术,最终都要归于社会与文化历史进程中的艺术更新。

数字技术更新带来的变化,影响了公共空间与公共领域的形态。公共艺术所倚重的空间物理边界正变得越发弱化,“技术语言”在其中扮演了打破观众和艺术作品之间“安全距离”的重要角色,它构建了作品与观众之间新的交流方式,最鲜明的特质是连结性与互动性。生活节奏的加快,使人们更愿意接受通过互动和体验来感受艺术场景、思考艺术理念,而这将在一定程度上改变艺术的性质,艺术的先锋性与启发创新的效应不

断增强。在智慧时代,数字和虚拟必然成为艺术馆应有的特征之一。那么,展馆应如何以艺术与科技的跨学科方式成为这个碎片化时代的超链接者呢?

数字艺术互动参与式特点使它极易成为公共艺术的重要组成部分,并影响到城市居住与生活方式的改变。新展览时代是体验的时代,也是各种新媒体艺术展览、数字艺术类型展馆火爆的原因。

数字艺术展览吸引拍照、引爆流量,强调多重感官的“沉浸式”,成为新媒体艺术展一种特别的审美感受。当下,众多城市极力推广的沉浸式展览良莠不齐。当展览强调出片效果而忽略艺术作品本身内容思想的传递时,这样的速食类网红展偏离了艺术展的本质。当所有艺术展用此作为营销噱头,数字艺术展览也就沦为商业利益的“工具”。

为此,我们应该思考,作为一个影响城市品牌与形象的数字艺术展馆,要如何创作出更好的内容与具有层次感的体验?它不应该只是消费市场中的艺术快消品。

先锋艺术在地性探索。如果说工业革命时代下城镇化的现代生活方式疏离了人与人、人与社会以

及人与自然之间原本存在的一种物理性关系,那么在信息时代,这些原生关系则被进一步击碎了。一座城市在满足人们物质需求的同时,应当创造出人与城市精神和沟通的原点,营造一个多元文化竞相发展、相互交融的环境,使城市拓展为独具特色的空间载体。而艺术现象也往往集中发生在经济发达的城市和地区,世界上的艺术之都巴黎、纽约、伦敦,国内的北京、上海、香港等,无一不是艺术得以蓬勃生长的土壤,但对于先锋艺术尤其是新媒体数字艺术来说,何种类型的城市才是它扎根之地呢?

从新媒体艺术的本质来讲,其发展离不开数字技术革新,成熟的作品拥有其他艺术类型所不具备的科学底层逻辑、复杂的构成、庞大的运算、计算系统和算法的更新,如同传统艺术对媒材的依赖,数字艺术对科技的依赖也可见一斑。这种特性一定程度上圈定了它的生存边界——科技资源密集型城市。这类城市发达的高科技制造能力是新媒体艺术最好的土壤,它们独有的开放精神与先进文化形态,使其能够用艺术介入助力城市更新,其前瞻性的眼光、站在当代国际公共艺术发展的前沿,思考数字公共

艺术塑造新的城市美学生活和文化的巨大可能性,这也将成为新兴科技型城市在后居住时代受到人们青睐的名片之一。

数字艺术展馆的运营之道。如何有效地开发、利用和整合现有的资源来实现经济与艺术之间的转化,成为在地性先锋艺术生态发展的一大课题。与欧美相比,国内的新媒体艺术藏家基础较为薄弱,能够大量收藏作品的私人藏家更是凤毛麟角。在2021年《艺术新闻》(ARTNews)公布全球排名前200位的艺术品藏家中,华人藏家占据了34个席位。这些藏家的收藏虽然大多以现当代艺术品为主,但只有王兵、乔志兵和K11掌门人郑志刚对新媒体领域有规模较大的集中关注。这也映射了数字艺术市场的薄弱,无论在价值认知、保存成本,还是在藏家基础、市场机制和价格等方面都处于弱势,这要求以数字艺术为主要内容的展馆的运营方必须拥有专业的运作策略和富集的艺术资源。

具有长期运营需求的数字艺术展馆需要整合当地文化界、艺术界、城市规划与设计界等共同参与,可以采用EPC+O(设计采购施工+运营)总承包的全生命周期模式来提

高项目运营效率,降低全生命周期的成本,探索“线上引流+线下聚集”的运作模式。线上通过微信公众号、微博超话、matters、小红书、抖音等媒体渠道统一发布品牌介绍、最新活动、展览等讯息,线下利用运营方自有资源,聚集新媒体艺术家、学术团队、艺术IP和技术平台等阵营形成先锋艺术矩阵。

笔者发现,展示馆行业在研究传统与现实的同时,也需关注未来学、控制论、赛博理论、人工智能、奇点、量子力学等前沿话题,在跨学科的语境中探讨“技术语言”对“后人类社会”的影响,在展馆作为艺术载体的基础上尝试“数字空间”对城市边界的突破。未来,数字艺术展馆也许可以成为撬动城市活力的隐形支点。

(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

本刊文章涉及版权,转载请注明出处