

创新会展·区域篇

海南构建会展产业新生态版图

■ 本报记者 兰馨

博鳌亚洲论坛2022年年会(以下简称博鳌亚洲论坛年会)4月22日闭幕。“寻觅雨林·万物共生”2022年博鳌亚洲论坛公园雨林文化展(以下简称雨林文化展)与年会同期举办,通过“视觉”“听觉”“味觉”“嗅觉”“触觉”的感官体验,让更多人体验到海南沉浸式的雨林文化。

在本届博鳌亚洲论坛年会中,海南元素随处可见。在海南有关方面看来,雨林文化展将热带雨林微景观“搬进”博鳌,开启了一段“山与海的对话”。记者了解到,雨林文化展以“生态和谐、民族团结”为主旨,由海南省委外事工作委员会办公室、海南省委宣传部指导,五指山市政府主办。该展会围绕海南热带雨林国家公园全景式动植物生态影像、黎族苗族民族文化风情、乡村振兴蝶变新貌三大主题,揭开海南热带雨林的神秘面纱,彰显海南黎族苗族的非遗文化魅力。

“从上述活动中可以看出,海南会展版图正在展开。”业内人士表示,近年来,会展业成为海南推动发

展的重要产业之一,并形成了大会展概念。

统领会展业持续发展

“十四五”期间,海南将推动会展产业向“聚合共享、跨界融合”的新发展模式转变。按照《海南省会展业“十四五”发展规划》(以下简称《规划》),未来五年,海南将加快推动会展业与重点产业融合,完善酒店等公共服务配套,同时探索组建海南会展集团,统筹引领海南会展业持续发展。

根据《规划》,海南将加快打造旅游主题相关会展品牌,利用海南度假休闲旅游优势,发展海洋旅游、康养旅游、文体旅游、会展旅游、乡村旅游、森林生态旅游、产业旅游、婚庆旅游等旅游细分市场的会展品牌。同时,海南将开拓国内外中高端会奖旅游市场,吸引世界500强、跨国公司来海口、三亚等地举办企业年会、拓展奖励旅游等会议活动。

海南有关方面人士表示,“十四五”期间,海南将重点推动与旅游业、现代服务业、高新技术产业三大

主导产业及热带特色高效农业的融合发展,打造一批具有行业影响力的专业会议和展览品牌。

中国国际消费品博览会(简称消博会)已成为海南品牌展会。接下来,海南将持续释放消博会溢出效应,加快常年展示交易服务平台建设,推动时尚生活、珠宝钻石、旅居休闲、高端食品等相关展区的活动打造独立的专业展。

提升酒店等配套设施

数据显示,“十三五”期间,海南会展业综合收入年均增长21%,会展业增加值年均增长11.6%,千人以上会议场数年均增长14.2%,均保持两位数增长。

《规划》提出,将支持对海南省主要会展场馆周边规划建设星级酒店、大型停车场、餐饮供应中心等配套设施,增强其承办国际会展的服务功能。

未来五年,海南将支持海口、三亚、琼海分别对海南国际会展中心、三亚红树林国际会议中心、博鳌亚洲论坛国际会议中心等主要会展场

馆周边进行环境提升,加强主要会展场馆与当地交通枢纽、商业消费中心和免税购物中心之间的互通互联,实现多种交通方式“零换乘”。海南还将支持海口、三亚等地高端商务型酒店和度假型酒店提升服务质量,进一步关注细分市场,构建多层次酒店服务体系,完善会议产业相关基础性配套。

本届博鳌亚洲论坛年会期间,组织方在核心区酒店以及周边首次搭建了绿色电力交易系统,完成100万千瓦“绿电”交易,确保核心酒店场馆用电100%“绿电”保障。此外,海南首次上线“智慧外事”平台,与博鳌亚洲论坛秘书处管理系统实现了部分数据对接,打造接待工作全流程在线服务,提升参会体验。

建设区域国际会展中心

近年来,为支持会展业发展,海南省财政厅联合海南省商务厅出台了《海南省支持会展业发展资金管理办

易港建设背景下出台的首个省级会展业支持政策。

《办法》明确,重点支持引进国内外重大会展品牌到海南办会办展,大力培育海南省现有重点专业展览或会议,打造国内外知名会展品牌。

根据《规划》,未来五年,海南将实施“全球会展商计划”,招引国内外知名企业落地海南,构建完整的会展产业生态。《规划》指出,会展业是一个“入口级”渠道,牵引着消费、旅游、文化、医疗、教育等产业。

《规划》显示,到2025年,海南将以高质量办好消博会为契机,以“树品牌、提层次、扩影响”为目标,深入谋划一批具有标志性、引领性的重大会展活动项目,在扩大会展品牌项目影响力、引培龙头型专业市场主体等方面实现突破,打造一批具有行业影响力的专业会议和展览,会议、展览、节庆赛事和旅游及其他重点产业融合发展取得明显成效,基本建成区域性国际会展中心。

东亚文化之都·中国济南活动年今日启动

■ 伊宇

4月26日,“东亚文化之都·中国济南活动年”在山东济南开幕。针对新冠肺炎疫情防控新形势、新要求,“东亚文化之都·中国济南活动年”系列活动创新举办形式和内容,突出重点,注重实效,系列活动将贯穿全年。

记者了解到,“东亚文化之都·中国济南活动年”系列活动涵盖会议、论坛、展览、演出、赛事、节庆、美食等内容,达百余场,既包括中国国际文化旅游博览会、全国杂技展演、济南国际双年展等大型文化活动,也包括东亚文化城市发展国际论坛等国际文化交流活动。

“东亚文化之都”是由中日韩三国共同创立的国际性文化城市命名活动,是中日韩文化交流的旗舰品牌 and 重要平台,是落实亚洲文明对话大会和缔造亚洲命运共同体的重大举措。2021年8月30日,济南市被授予2022年“东亚文化之都”荣誉称号。

济南日前公布的“东亚文化之都·济南”宣传语为“文润古今,泉甲天下”。济南有关方面表示,济南将充分利用“东亚文化之都·中国济南活动年”这一平台,整合城市文化资源,多角度、多形式展现济南的文化特色和城市魅力。

“东亚文化之都·中国济南活动年”以“东亚文都·天下泉城”为主题,持续深化拓展与日韩在人文、经贸等领域的合作交流,提升城市文化影响力。

“东亚文化之都·中国济南活动年”采取线上线下相结合的方式举办。其中,开幕式线上举行,参会者包括文化和旅游部、山东省文化和

旅游局及济南市的领导、日本和韩国驻华机构代表。中国温州市、日本大分市、韩国庆州市相关人士也将以视频方式参加活动。

据悉,系列活动举办期间将发起成立东亚文化之都青少年交流联盟、东亚文化之都博物馆联盟、文都志愿者联盟和山东手造中日韩交流基地等,构建国内外当选城市之间常态化交流平台。



厦门市凤凰创意会展服务有限公司与四川国际博览集团有限公司日前在厦门举行合资公司成立签约仪式。

合资双方将整合农业产业的优势资源,乘互联网科技之势,多维度、多层次开展农业会议会展项目的开发与运营。据悉,合资双方将深耕西南农业行业,打造农企服务平台。

(郑玲玲)

香港线上线下融合展会模式渐成趋势

■ 本报记者 兰馨

根据香港贸易发展局(以下简称香港贸发局)经贸研究调查显示,自新冠肺炎疫情发生以来,93%买家使用了在线采购平台,超过八成半买家曾参加网上展会以满足采购需求。但大多数受访买家表示,待国际商务差旅限制解除后,更看重通过实体展会或线上线下融合模式展会进行采购。

线上线下相辅相成

香港贸发局研究总监范婉儿表示,调查显示,受疫情影响,更多买家选择在线平台采购,但由于买家难以检查样品及供应商认证,未来线下实体展会及“在线+线下”融合模式展会仍是大趋势,两者可发挥相辅相成的作用。

香港贸发局委托独立调查机构益普索去年5月至10月进行《B2B在线采购:疫后买家行为研究》调查,调查对象为东盟、澳大利亚、欧洲、中国内地及美国等

地的600名专业买家,旨在了解他们对疫情期间国际采购模式趋势的看法。

调查显示,93%受访买家表示,过去一年曾使用在线采购平台,并通过线上平台进行平均超过60%的采购活动。其中,43%买家认为利用在线采购平台可接触更多供应商,46%买家表示在线采购产品种类更多元化,42%的买家采购次数频繁,44%买家采购金额出现增长。

使用在线平台有三理由

“调查显示,超过85%的受访买家曾于2021年参加网上展会。”范婉儿表示,买家使用在线采购平台有三大原因,分别为希望寻找新的供应商和作出查询为70%、希望比较产品价格和价格为66%、希望了解最近的产品趋势为57%。疫情期间,许多行业展会转至线上举办,以便加强国际买家与供应商的联系。

调查显示,买家对在线途径进行采购的

评分为7.4分。其中,61%受访买家表示不能亲眼查看产品,其他主要障碍依次为:信息风险(56%)、产品细节及图片欠充分(54%)、供应商无回应(49%)、未经认证的产品(49%)。

实体展不会被完全替代

范婉儿强调,虽然国际买家因现实需要而接受网上展会(客观上有助于减少参加实体展所需的差旅费),但普遍共识仍然是实体展不会因此被取代。实体展和线上展会各有优势,结合两者的混合展会将是国际买家的另一选择。

调查还显示,与看好实体或线上展会的买家相比,看好混合模式的展会的买家,每个订单的平均金额提高5万至10万美元以上,这意味着线上线下融合模式带来了商机。

范婉儿表示,受访买家希望线上线下融合模式展会提供数字化服务,可以更方便地搜索和获取参展商信息。

存量时代下城市如何更新未来的“空间经济”？

■ 宋晓东

每一座城市都会不可避免地老去,一座城市的发展必然离不开更迭交替的更新模式。更新,也正是一个时代发展的标志。随着城市化进程的加快,新增土地的稀缺已成为现实,城市发展开始从“增量时代”进入到“存量时代”。因此,存量部分通过运用特色元素进行改造,增量部分按现代城市规划进行,“双量并行”成为城市发展的最佳选择。

纵观国内外城市更新的探索与实践,“微更新”“微改造”成为城市更新的主流方式之一,即在尊重和保持原有城市肌理的基础上,对已有的存量城市空间进行小规模、小范围的局部改造,从而实现空间的活化。如上海有上生·新所、玻璃博物馆,长沙有超级文和友,成都有宽窄巷子等,这些文艺青年扎堆、聚集了城市记忆和人流的“网红”打卡地,前身多为废弃或闲置的老旧厂房、老旧街区、城市旧商圈、老旧楼宇。它们经过简易设计和细微改造

后,成为博物馆、美术馆等文化潮流空间,一度占据城市文化地标的制高点。

城市更新不仅仅是城市功能的优化和土地价值的重塑,更是城市文脉的传承复兴。以往的城市更新往往只是对建筑外观和功能更新,建筑所承载的生活故事、地方风俗等城市记忆常常被忽视和淡忘,城市记忆流失的问题依然突出。那么,如何在保持城市传统建筑文化肌理的同时,对旧改空间重新定位、功能重塑、活态运营,从而达到存量盘活,使内在价值及利用度最大化呢?这是各城市面临的重要课题。如何在探索过程中不断寻找适合每座城市改造的最佳方案,使城市更新与城市文化在发展中找到平衡点?或许需要强化以下几项要素。

首先,延续肌理,重建在地城市记忆。在城市更新过程中,“超过最富有想象力的想象,也超过最令人担忧的担忧”,即将消失的景致,即将

淹没的历史,往往来不及回望就已灰飞烟灭。那些依托城市原有肌理而形成的社会形态和生活场景的消失,意味着一个地方所承载的城市记忆被丢失。因此,尊重城市和生活在地市里的人,是打造一个成功的城市更新项目的基本前提。如甘肃境内的天水工业博物馆,前身是天水长城控制电器厂,这里承载着老一辈工厂人的光荣与梦想。在新旧融合、文脉传承基础上,充分尊重老厂房本身的建筑结构进行改造设计,以高辨识度的建筑形象和极具吸引力的高品质公共空间,赋予建筑生命和性格,为建筑空间价值赋能,塑造了城市文化爆点,使得存量空间重新融入了城市发展。

其次,功能重塑,激发存量空间活力。在城市更新过程中,更新改造的不应仅仅是载体,更应该关注要改造的空间在城市功能中的重新定位,并与周边形成联动发展。通过功能定位重塑,新的人群得以导

入,使新的生活方式与文化 and 原有城市的肌理有机结合。如此一来,旧改空间不再是一座功能孤岛,而是可以满足新时代公众群体需求的功能多元、业态丰富的城市生活场域。如位于上海的城市流量地标——上生·新所在改造过程中,将原来封闭单一的工作厂区改造成开放的混合社区,规划娱乐、秀场、剧场、零售、创意、产业等多元业态,将上生·新所打造成为既有休闲广场又能看灯光秀,还有露天市集、创意办公等7×24小时的开放社区,不仅提升了城市活力与品质,也让更多群体共享城市发展成果。

再次,IP强化,创造城市文化增量。每一座城市都有不同的地理环境、自然风貌和人文风俗,在时间长河的洗礼下,这些人文历史逐步积淀,形成各城市独特的气质。近年来,在城市更新过程中,强化文化IP的打造,成为很多城市的选择,以此引起更多人对城市文化的认同与情

感寄托,以城市空间存量创造城市文化增量。例如超级文和友将城市中散落的特色美食聚合,不仅保存了本土美食文化,也形成了品牌强大的文化号召力。复古的设计让那些年岁记忆里已经遗失的老街景重新“活起来”,整个空间环境承载了人们在上世纪八十年代的真切体验与情感,越来越多的年轻消费者在此空间体验、感受、获知时代文化。

最后,活态运营,推动城市更新常新。城市的不断发展,使得公众对旧改项目的空间利用和功能提升有了更高期待。因此,今天的旧厂房、旧街区、旧楼宇改造,更应该带着运营思维,注重产业、商业的导入,持续推动更新。换言之,以运营的手段为旧改加持,才算真正把握“旧物新生”的机遇,进而实现城市发展的新旧动能转化,让更新具有可持续性,否则只能沦为城市更新浪潮中的匆匆过客。如上海玻璃博物馆,前身是上海玻璃仪器一厂,承

载着上海玻璃工业发展的百年遗产。设计者通过多样化的运营手段,将博物馆艺术设计展览及多元、开放的园区文化休闲项目融为一体,打造出一座以共享体验为主旨的博物馆级美学生活园区,为园区带来了可观的人流,人流拉动资金流,为人们常常常新提供坚实保障。

城市更新项目既要着力延续历史文脉,又要赋予建筑适应时代和城市发展的使用功能,通过活态化的运营,将存量空间重塑转化成城市发展动力。这是目前能够让更多人共享城市发展成果的路径之一。

(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

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处