

擦亮名片做优品牌 建设国际会展中心

——政协委员、专家学者和职能部门负责人热议青岛会展业高质量发展

立足自身优势 打造精品展会

会展业是对外开放的“窗口”、友好合作的平台和产业发展的引擎。市贸促会一级调研员宫艺萌介绍,目前,我市有各类会展企业500多家,建成了4大专业展馆,每年举办300余场会展节庆活动,展览面积超过400万平方米。

市南区政协委员、青岛海名国际会展有限公司董事长门振春认为,近年来,青岛会展体量不断扩大,品牌会展集群发展,势头不错,但会展大项目不多,尤其缺乏像上海进博会、海南消博会、广交会这样的顶级展会。本地领军性展会的知名度和经贸成果与一流展会相比存在较大差距。

“建议相关单位借鉴外地经验,加大政策、资金扶持力度,融合区域和行业资源,做优做强高级别展会,不断提升青岛会展业竞争力。”门振春说,作为现代服务业的新名片,会展业跟着产业走是大势所趋。在市第十三次党代会上,青岛把“现代产业先行城市”放在打造“六个城市”的首位;全市实体经济振兴发展动员大会提出聚焦24条重点产业链,这都给会展业提质升级带来了新契机。有关部门可以深挖产业链资源,积极打造精品展会,推动会展项目向高端、专业化方向发展。

“近年来,我参与过一些‘会、展、节、演、赛’综合性活动。相比一般的行业性展会,这些综合性活动受关注度更高、人气更旺、品牌性更强。”市政协委员、山东青航国际会展有限公司总经理王青说,今年9月,北京市发布关于促进会展业高质量发展的若干措施,提出围绕影视、音乐、游戏、动漫、体育等领域,培育一批深受年轻消费人群喜爱的精品综合性活动。青岛是一座时尚现代的城市,文化和体育氛围浓厚,通过举办国际啤酒节,积累了丰富经验,可以借鉴北京等地经验,进一步发掘自身优势,打造一批关注度高、参与性强的综合性活动,扩大城市会展品牌的影响力。

市政协海外友好人士、国际水彩画协会全球副主席、奥地利欧亚文化艺术产业促进会执行会长单虹在奥地利通过远程连线参与了协商活动。“目前,北京、上海、广州等地都有颇具规模的艺术品交易博览会。青岛作为会展名城举办了不少艺术品展,但还没有艺术品交易展。”单虹建议,青岛是世界水彩画的高地之一,有关部门可以链接全球水彩画资源和城市文旅资源,打造一个集艺术品展示、交流、交易于一体,具有国际影响力的水彩画交易博览会,为青岛会展业注入文化灵魂,服务城市高质量发展。

“企业和专业组织利用自身优势、整合上下游资源垂直办展是增加品牌会展供给的有效途径。”市会展行业协会秘书长、青岛酒店管理职业技术学院文旅学院会展经济研究所所长薛山说,希望在特定领域具备专长的企业行动起来,共同繁荣会展市场。

近年来,青岛不少优秀企业和专业组织投身会展业,策划、组织了一批品牌会展项目,为会展市场增加了活力,青岛日报报业集团组建的青岛观海国际会展有限公司就是其中代表。在协商活动现场,青岛观海国际会展公司项目经理牟宗良介绍,该公司积极发挥媒体创意优势,坚持走规模化、专业化、品牌化发展

会展业作为现代服务业的重要组成部分,是现代区域经济的“助推器”,也是衡量区域开放度、经济活力和发展潜力的重要标志之一。

11月3日上午,由市政协委员联络活动工作室、市12345政务服务便民热线、青岛日报社共同打造的“倾听与商量”协商平台第28期协商活动举行。政协委员、专家学者和相关职能部门负责人围绕“做优品牌会展,为城市高质量发展赋能”主题展开协商。在倾听中交流思想,凝聚共识;在商量中汇集力量,解决问题。

本期协商活动由市政协港澳台侨和外事工作办公室承办。市政协党组成员、副主席李苏满出席活动。



之路,连续举办三届的山东(青岛)宜居博览会受到业内一致好评,9月闭幕的2023青岛国际品质生活博览会也取得了良好的社会效果。

委员和专家的建议得到了职能部门的积极回应。“品牌会展是城市的名片。下一步,我们重点围绕打造‘六个城市’等要求,对标上海进博会等一流展会,全力办好一批战略意义大、引领作用强、影响范围广的具有本土特色的展会节庆活动,主动服务国家战略,力争到2025年,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。”宫艺萌介绍。

补齐发展短板 护航企业成长

会展企业的健康成长是会展业健康发展的关键环节。据了解,与北上广等一线城市相比,青岛的会展企业实力不强,头部会展企业的年营收只有1亿元级别,而上海新国博、北京中展集团等国际知名会展企业的年营收已达到10亿元级别。青岛除了少数几家会展企业可以在全国组织办展外,大部分会展企业的业务都局限在本省、本市。

门振春认为,目前,制约青岛会展企业发展的最大问题在于人才不足。因为缺乏优秀的会展项目策划师、会展营销师,青岛会展企业的策展能力难以满足行业高质量发展要求。“相比外地城市,青岛会展教育短板明显,优秀的会展专业毕业生较少。”他建议本地高等院校多开展本科层次会展教育,并与会展企业合作开展员工培训。未来,双方还可以共建大学生实习实训基地,培养更多具有实践经验的会展人才。

“近年来,青岛的人才招引政策主要倾向于符合‘硬条件’的高端人才,而会展行业注重的是人才专业度,对学历要求并不高,因此在引进人才时,这些政策基本用不上。”门振春希望有关部门结合会展业特点,制定会展人才引进专项政策,将人才认定权交给企业,允许经营状

况良好、纳税稳定、具有较高成长性的企业开辟“人才认定快捷通道”,政府再给予相关政策保障。

“本地企业要想加速发展,需要与国内外一流企业开展广泛交流。希望有关部门搭建一个跨地域、跨层级的企业沟通渠道,让青岛的会展企业有更多的机会向顶尖企业学习。”王青认为,近几年,会议和展览融合发展趋势明显,越来越多的项目展中有会、会中有展。青岛发展会议市场拥有得天独厚的条件,具备条件的会展企业应该积极涉足会议市场,走复合型发展之路,同时苦练内功,通过多种途径参与高层次展会,打出品牌,扩大知名度。

近几年,市、区两级分别出台了资金补贴政策,支持会展业发展。但在前期调研中,委员们发现,部分区市的补贴资金发放迟缓,影响了会展企业运营。薛山建议,有关部门应梳理资金申请、审批流程,提高兑付效率,并鼓励金融机构为会展企业提供融资服务。

“简化行政审批流程也是优化营商环境的重要一环。目前,在成都、厦门、杭州等地,通过线上渠道办理审批手续效率高,降低了企业申办会展的时间和沟通成本。青岛可以进一步提升联席会议制度的效力,优化办展审批流程,将服务理念落到实处。”薛山说。

“会展企业是会展经济发展的主要支撑。下一步,我们将不断完善会展政策扶持机制,进一步简化程序,提高效率,支持会展企业发展。”宫艺萌说,针对会展人才短缺问题,我市将研究更符合会展业发展需求的人才培养发展机制,通过加强对外交流合作、邀请国内外会展专家举办讲座和培训、健全会展业重大事项专家咨询服务制度等方式,为会展业发展提供智力支持。

优化区域配套 拓展展馆功能

会展场馆是举办会展活动的硬件基础。据了解,我市已形成以青岛国际会

展中心、青岛国际博览中心、中铁·青岛世界博览城、红岛国际会展中心为“骨架”的四大会展聚集区,室内可供展览的总面积达48万平方米,名列全国第四。中铁·青岛世界博览城和红岛国际会展中心室内面积都达到15万平方米,跻身北方地区规模最大、设施最先进的展馆行列。

委员们在前期调研中发现,目前,我市部分展馆周边的基础设施薄弱,住宿、餐饮、娱乐设施相对滞后。“会展业是一个时尚产业,展馆在某种程度上可谓城市会客厅,做好展馆周边的基础设施建设,不仅关乎打造高品质展会,也关乎城市形象。”薛山建议相关单位、区市加快场馆周边配套设施建设,打造集餐饮、住宿、娱乐于一体的会展聚集区。

当前,展览业呈现线上、线下融合发展趋势,这对数字化展馆建设提出了新要求。从整体来看,青岛展馆的数字化水平较高,但与先进城市相比,仍有一定差距。门振春认为,青岛应该加大智能化硬件设施投入、搭建数字化产业链系统、不断完善线上服务功能,满足新型会展需求。

“很多展商从外地来到青岛,不熟悉展馆周边情况,建议相关单位以展馆为立足点,打造一个商旅服务平台,将交通、餐饮、住宿、商超等信息接入其中,既解决客户‘人生地不熟’的问题,提升会展业综合服务水平,又为周边商户引流,繁荣区域经济。”门振春说。

部分展馆使用效率低也是委员和专家关注的焦点问题。“当前,文艺演出市场非常红火,我们的展馆可以探索多种经营,承接文艺演出、音乐会、戏剧表演等活动,不仅能够提高展馆的利用率,还能够丰富城市的文化生活。”王青说,会展业具有一定的公益属性,展馆具有较大的室内空间,可以在会展淡季改造成运动场地,供周边居民休闲健身。展馆的会议室也可以向社区开放,举办公益性质的讲座、人才交流会、创业沙龙等。

位于崂山区的青岛国际会展中心是岛城市民最熟悉的展馆,2020年以来,这里打造了一处使用面积约6000平方米的山东会客厅,为相关城市招商活动提供服务。青岛国信会展酒店发展有限公司高级经济师李咏彬介绍,山东会客厅位于青岛国际会展中心6号馆,包括城市展示区、推介洽谈区和集中办公区。它坚持“政府主导、市场运作、协议进驻、持续发展”的理念,深挖各城市政府和市场资源,依托运营公司的资源优势和高品质服务,量身定制城市推介、双招双引、经贸交流等高端主题活动。

“近年来,青岛展馆面积不断增加,对配套服务、招展引会等工作提出了更高要求。”宫艺萌说,结合委员和专家的建议,下一步,市贸促会将进一步提升展馆的智能化水平和市场竞争力,加大人工智能、大数据与物联网等技术的应用,继续推动相关部门、区市加强展馆周边交通、停车场、餐饮、住宿等设施的规划建设,打造更加优质的会展环境。

观海新闻/青岛
全媒体记者 崔武 鹿子金涛 摄影
杨志文



扫码看相关内容

