

# 展会APP成竞争新利器 内地主办方反应迟缓

业内通告

## 农业部大幅压缩 2013年农业展览数量

日前,笔者从农业部获悉,为贯彻落实中央关于改进工作作风、密切联系群众等“八项规定”,农业部大幅压缩了2013年农业展览数量,将主办和共同主办展会24场,较2012年减少近40%。同时,明确要求有关单位在筹展过程中,坚持节俭办展,坚决杜绝形式主义,防止铺张浪费。

农业部有关负责人表示,农业部2013年将大力促进农业展会的市场化、专业化、品牌化。通过加大市场开放度和社会参与度,引进合作和竞争机制,调动和发挥各类市场主体的积极性和创造性,逐步形成多元化、社会化的办展模式,培育展会自我发展能力和可持续运作机制,提高市场化水平。大力推进运作团队专业化、运作方式专业化、展览布局专业化和展会服务专业化,提升展会专业组织管理、策划运作和宣传推介水平。保持展会的连续性和稳定性,提升对参展商和采购商的吸引力,加强展会品牌保护与经营,扩大展会知名度和影响力,提高展会品牌化水平。

今年主办的农业展会数量虽然有所减少,但推动农产品营销促销活动的力度会进一步加大,尤其是今年农业部将重点支持有影响力的品牌展会,着力打造精品展会、品牌展会,将秉承“展示成果、推动交流、促进贸易”的办展宗旨,集中精力在湖北省武汉市办好第十一届中国国际农产品交易会。同时,农业部还将与有关省级人民政府共同主办一系列农产品展销活动,并对部分地区、部分行业、部分产品的展销或推介活动予以支持。

(辛 浓)

外展推荐

## 2013越南国际钢铁及金属加工展览会

展会时间:2013年12月5日—2013年12月8日

展会地点:胡志明市国际会议与展览中心

展品范围:

**冶金设备:**焦化系列,烧结系列,炼铁系列,安全设备,环保设备,能源节省设备,控制仪器,过程控制,有色金属产品和压铸钢模,铸造设备,压铸设备,热处理设备,金属成型设备,工业炉,金属加工机械。

**金属加工件:**制造金属件,五金件,轧钢,各种锻件,铸件,金属丝,钢绳,金属管材。

**冶金材料:**涂层,颜料,石墨原料,摩擦填充材料,增碳剂,合成石墨粉等。

**铸、锻件产品:**各种用途优质铸件(汽车、摩托车用铸件、铸阀门、灰口铸件、球墨铸件、可锻铸件、铸钢件、合金铸件、精密铸件、压铸件、轧辊、铸铁管、钢锭模、艺术铸件、耐磨铸件、有色及特种铸件)、灰铁、球墨铸铁等。

**工艺技术:**金属加工工艺,冶金工艺,焊接工艺,缝合工艺,切割工艺,表面处理工艺,表面装置技术,钢铁制造工艺等。

微话题

**河北省国际展览中心:**企业参展的根本目的是为了销售,展示只是一种手段,但这并不意味着企业参展时签的单数就等于参展效果。企业参展不仅是展示新产品、提升企业知名度的好方法,还是了解市场变化的最佳途径。市场上什么样的产品最受欢迎,你的竞争对手的各种动态,这些都是展会带给你最有价值的东西。

**沈阳会展:**在业内,有时候会出现这样一种现象:某些参展商为了节省费用,不惜借用方案让第三家展览公司施工。展装行业如何自律,业内争论了许久,一直缺少相关政策,导致形势越加严峻。为此,很多展览同行呼吁:“展装行业自律应从尊重设计版权开始。”

■ 本报记者 周春雨

编者按:

一直以来,传统展会被视为买卖双方最有效的交流与沟通平台。当互联网出现并普及后,展会曾面临极大的挑战,甚至有悲观者认为互联网将取代展会。然而,随着互联网技术的发展,展会不但没有被挤出市场,反而借助互联网提升了服务水准,还利用互联网开发了永不落幕的线上展会。此外,展会主办方通过设立官方网站以及近年风行的微博进行展会推广,树立了品牌的知名度。

当下,随着智能手机时代的来临,展会服务再次走到了时代的关口,如何应用移动互联网为客户服务,又一次考验着展会主办方的服务意识。一些嗅觉灵敏的展会主办方已经“先行先试”,但绝大多数展会主办方虽知道展会APP(APP指智能手机的第三方应用程序),但仍不清楚如何利用,处于观望之中。

近日,在上海新国际博览中心举办的第23届中国华东进出口商品交易会(以下简称华交会),主办方首次推出了华交会APP,成为今年春季展览业界关注的一个新亮点,引发了业内对于展会APP的关注。

按说,展会使用APP不是新鲜事,之前已有一些展会的主办方使用了APP,且部分展会主办方清楚APP的营销模式,认识到APP将成为展览业今后的发展趋势。但由于多数展会主办方还处于观望之中,令APP在展览业界的推广并不顺利。

“展会APP是展会主办方继官方网站、微博等互联网产品之后,宣传展会品牌的又一个有效工具。”北京联展创想信息技术有限公司(以下简称联展创想)总经理黄其文如是说。

业界人士预测,随着展会APP的应用,展览业界将掀起新一轮竞争风暴。但事实上,目前,APP尚未被展览业广泛使用。记者调查采访时发现,有些知名品牌展会的主办方甚至还不了解展会APP的功能。

移动互联网“争宠”

随着智能手机的出现及迅速普及,移动互联网正成为展览业新的竞争“利器”。

中国互联网信息中心(CNNIC)的统计数据显示,截至2012年12月底,我国手机网民规模为4.2亿,较上年增长了6440万,网民中使用手机上网的人群占比由上年底的69.3%提升至74.5%。

针对上述统计数据,业界人士表示,手机上网和手机网民的概念,不能简单地理解为当下移动互联网的实质,智能移动终端(智能手机及平板电脑)和APP应用才是移动互联网最为显著的要素。因此,手机网民和移动互联网用户这两个概念有一定的差异。

据黄其文介绍,他一直在关注展会APP的下载量,但目前,展会APP下载量仅为个位数。这表明,参展商或采购商还没有习惯使用展会APP。

在黄其文看来,展会主办方可以引导参展企业和采购商使用展会APP。展会主办方利用移动互联网,在展会开幕前夕,就可以为客户开通网上预登记以及查询展馆周边的交通、住宿、餐饮等相关资讯的服务。对于主办方来说,使用展会APP,是服务意识的转变。

黄其文强调,展会主办方不要顾虑客户是否会使用展会APP,而是要引导客户如何使用APP。同时,还需清楚的是,移动互联网有其自己的标准,主办方需按照移动互联网的规律去做,才能为客户提供更便捷的服务。

拷贝官网是误区

近来,面对展会APP这一竞争趋势,展览业界的反应并不明显,甚至有的展览主办方为了节省APP的开发费用,先观察客户的浏览意愿,直接将其官方网站拷贝到移动互联网。

对此,黄其文提醒说,PC电脑和移动终端(手机网络)的操作是不同的。因此,展会主办方如果只是将其官方网站内容拷贝到移动终端,而没有按照移动互联网的特性进行开发,是一个误区。对比两者不难发现,PC电脑软件和手机软件是不一样的。移动网络即使再快,也不如PC电脑的网络速度快。此外,由于手机屏幕的限制,客户很难打开官网上大幅图片,如果下载时间过长,客户会失去耐心而选择放弃下载。需要注意的是,原本下载并使用展会APP的人就比较少,如果不使用移动互联网的专业版本,一旦客户发现不好用,就很难吸引其再次关注了。

黄其文表示,目前会展业信息化相对还比较保守,APP比较新,要主办方接受并使用还需要一个过程,要客户关注并使用展会APP也需要一个过程。不可否认,部分展会主办方意识到了展会APP的有效性,但由于考虑到成本等原因,使用的并不多。

而欧美的展会主办方使用展会APP已经成为一种常态。香港和台湾地区展会主办方的服务意识已与国际同步,已大量使用展会APP。注重服务的外资展览公司也将APP作为必要的服务工具之一。

对此,联展创想副总经理潘涛表示,由于缺少人才,目前,很多展会主办方还不了解APP该如何做,大部分还处于观望状态,这导致展会APP徒有光鲜的外表,却没有发挥作用。

优化用户体验是关键

据潘涛介绍,因展会APP的功能不同,展会APP的成本投入也不同。他表示,展会APP的主要投入是在营销推广环节。也就是说,将展会APP做好之后,展会的主办方要进行推广,让客户、采购商了解并使用,前提是要好操作。

潘涛说,与互联网不同,使用移动互联网,展会的用户入口将发生改变。因此,展会主办方要将移动营销推送给客户,并刺激客户下载,这个投入要比技术投入更大,但这个投入是可持续的。

潘涛表示,展会APP的主要差异是在用户体验上,不同的体验差别非常大。首先,在产品开发的功能设计和体验上,移动互联网必须考虑网速、屏幕,以及使用习惯,由于智能手机按键少,因此,APP的开发需要将这要素纳入其中,否则将影响APP的用户体验。其次,现阶段,展会APP欠缺推广环节,往往是展会主办方将APP做好了,却遭遇没有客户下载的尴尬。

黄其文认为,这主要是主办方缺少或者还不了解展会APP营销的重要性所致。当然,有主办方使用二维码,这也是很便捷的方式。但最根本的问题是,客户使用的过程是否方便。

据介绍,某一展会APP,打开页面会出现“请在这里下载”的字样,当用户照做后,出现的是PC电脑的大页面,所以这时候,手机用户最先看到的是一个空白页面,多数用户看到这种情况会直接关掉。实际上,在手机的最边缘上会有一行很小的字幕提醒,点

# 以“花”为媒 洛阳谋求“大会展”



资料图片

■ 本报记者 静安

从洛阳牡丹花会到中国洛阳牡丹文化节,古都洛阳牡丹“花事”已经举办了整整30届,不仅成功入选国家非物质文化遗产名录,还跻身全国四大名会之一。

但是,节庆不等于会展。同样,洛阳牡丹文化节所取得的成功,也不代表洛阳会展业的成功。在业内人士看来,除了中国洛阳牡丹文化节外,洛阳再没有叫得响的会展品牌。

也许正基于此,洛阳市政府日前出台了《关于促进会展业发展的实施意见》,计划经过5年努力,实现全市展会数量和规模快速提升,使会展业成为洛阳现代服务业的主导产业。

打造“大会展”

“4月5日至5月5日,由文化部和河南

省政府主办的第31届中国洛阳牡丹文化节将在牡丹花都洛阳举行。”日前,洛阳市政府相关部门表示,围绕“相约千年帝都,共享国色天香”的主题,今年文化节将举办11项活动,宋祖英、濮存昕等将亮相开幕式。

公开资料显示,中国洛阳牡丹文化节前身为洛阳牡丹花会,已入选国家非物质文化遗产名录。作为全国四大名会之一,至2012年,洛阳牡丹花会已成功举办30届,并在2010年升级国家级文化盛会。

“为了办好中国洛阳牡丹文化节,提升洛阳会展业发展水平,洛阳市政府建设了总投资4.3亿元、建筑面积10万平方米,设有展览厅、大型会议中心、同声传译会议中心、学术报告厅、餐饮中心和地下停车场等功能区的洛阳会展中心,并于2012年年底投入使用。”上述洛阳市政府相关部门表示。

除此之外,为了进一步做大会展业,打造“大会展”,洛阳市政府常务会议日前讨论并原则通过了《关于促进会展业发展的实施意见》、《洛阳市会展业发展专项资金管理暂行办法》、《洛阳市会展行业管理暂行办法》等。

根据上述意见和办法,洛阳市会展业发展的目标是:到2015年,举办经市级会展行业主管部门登记的各类展会活动30次以上,精心打造、培育具有地方特色的品牌展会3个,培育具有独立举办展会活动能力的会展企业2至3家,培育具有一定实力的会展中介服务机构1至2家。经过5年努力,实现全市展会数量和规模快速提升,使会展业成为洛阳现代服务业的主导产业。

上述文件提出,洛阳市将按照市场运作、质量并重、奖优扶新、规范管理为原则,优先发展一批外向关联度高、招展能力强的优秀展会主体;以文化旅游业为基础,重点扶持一批规模大、品位高的品牌展会;以装备制造业为龙头,培育一批潜力大、成长性强的重点展会;以牡丹文化节为载体,主动吸引、申办一批专业化和市场化程度高、产业带动能力强的国际国内优秀品牌展会,借力借势做大做强做优洛阳会展业。

专家建议市场化运作

对于洛阳谋求“大会展”的举措,中国会展经济研究会常务副会长陈泽炎表示赞赏。他说,虽然中国洛阳牡丹文化节已经成功举办30届,而且入选国家非物质文化遗产名录,并跻身全国四大名会之一,但洛阳会展业的名气还不够大,至今尚未形成具有一定知名度的展会品牌,目前仍处于发展起步阶段。

会展观察