

外资巨头相继进入 成都会展市场看涨

■ 本报记者 周春雨

近日,新加坡新展展览公司(以下简称新展)将其在中国内地布局的首个项目落户成都。

这也是继英国励展博览集团、德国汉诺威展览公司、德国科隆展览公司、德国法兰克福展览公司等之后,又一家在成都落地举办展览项目的国际知名展览公司。

据了解,成都市博览局已先后与英国励展集团、英国博闻集团、意大利罗马展览公司、英国塔苏斯公司签署了战略合作谅解备忘录,与德国科隆展览公司、德国法兰克福公司、英国华汉国际会议展览公司、英国英素曼集团开展和洽谈展会合作。

成都市博览局副局长王欣表示,随着成都城市国际化进程加快推进和国内外重大展会加速向中西部市场转移,众多国际知名展览公司纷纷选择成都。成都已经逐步成为国际国内展览公司布局中西部市场的首选城市。

新展落户蓉城

新加坡新展于近日和四川德纳展览有限公司正式签署了合作备忘录,并对外宣

布将于明年共同在成都举办2016中国(成都)物联网展览与会议,将其打造成为中国中西部国际化和专业化水平最高的物联网展会。

新加坡新展展览公司总裁亚兰多表示,成都在西部的重要地位正日益凸显,在展馆设施和会展服务环境方面也具有比较明显的优势,经过多方面的考察,新展最终选择成都作为展会举办地。

据悉,新展是新加坡知名会展企业,由其负责管理运营的新加坡博览中心自1999年投入使用以来,已经发展成为亚太地区经营最成功的大型会展中心之一。同时,新展在物流、电子信息、医疗健康等多个领域拥有具有国际影响的会展品牌。

记者从知情人士处了解到,早在今年8月,新展有关高层赴成都考察期间,就对成都的物联网产业、会展业发展情况进行了考察,并就中国物联网展览与会议项目落户成都有关事宜与中方进行了商谈。

成都会展进入大数据时代

事实上,成都在发展会展业的相关配套设施方面,已经走在了全国会展城市前列。

今年10月,“成都智慧会展”大数据中心

正式上线运行。据了解,该数据中心是一款集数据采集、存储、管理、分析、运用和展示等功能于一体的综合应用平台。该平台的上线运行,标志着成都成为率先开通智慧会展大数据应用系统的会展城市。

成都市博览局相关负责人介绍说,作为综合应用平台,“成都智慧会展”可以向公众提供参展、观展相关服务,包括会展节庆信息、会展趋势研判、观展指南等。

公众可通过“360手机助手”搜索“成都智慧会展”,或登录博览局网站扫描二维码下载该手机App软件,就能便捷获取成都会展的各类信息。

“成都智慧会展”上线运行,标志着成都会展业迈入了互联互通、信息共享的大数据时代。

会展规划“抢跑”

今年1月,在昆明举办的第十一届中国会展经济国际合作论坛(CEFCO)上,成都市博览局有关负责人分享智慧会展概念时表示,智能化最重要的核心就是信息化,成都已经开始建设智慧会展。

该负责人表示,智慧会展是产业转型升级之所需。随着中国经济发展从粗放

型逐渐转化为集约型,发展智慧会展成为未来会展业发展的趋势,通过大数据技术和移动互联网技术等信息化技术手段实现智慧会展的建设,打破会展活动的时空限制,将会展服务质量和管理水平提升到一个高度。

其实,会展业在日常的实践中已经新迈入信息化进程,如以前展会信息大部分靠报纸、电视等传统媒体来传播,而现在则是通过网络媒体、社交网络、App等信息化手段来传播,这样展会信息的传播就超出了空间的限制。不论你在哪个角落,只要有网络你便能方便快捷地了解最新的展会信息。

上述负责人介绍,“成都智慧会展”的建设主要包括智能应用、智慧管理、智慧营销、智慧布展和智慧服务五大方面。为了实现“成都智慧会展”,成都市博览局从2014年年底开始就着手建设“成都智慧会展”大数据中心、开发移动互联网应用平台(App)、推进场馆信息化建设等。

会展关注



近日,2015第二届中国(湖南)餐饮产业博览会在长沙红星国际会展中心举办。本届博览会共吸引200多家食材供应商携1000多种产品参展。在展会现场,湘菜大厨们比拼制作108道创新菜,让观众大饱眼福。

徐行 摄



“天猫晚会”的启示



■ 刘海莹

年末似乎成了电商们的疯狂促销季。从“双11”到“黑色星期五”,再到即将开始的“双12”,海量促销信息通过各种渠道狂轰乱炸般被推送到消费者眼前,让你不得不去关注一下。今年,笔者凑热闹地体验了一次“双11”的狂欢,购物环节暂且不讨论,只从会展角度解读一下这场“名利双收”的购物晚会——“天猫2015双11狂欢夜”,的确有可赞之处。

这场晚会本质上是一场公司会议,只不过选择了更为专业的制作团队、更为强大的明星阵容、更为权威的发布渠道、更

有吸引力的发布空间而已。目的是通过一个“人造节日”的造势,占领消费者的心智。效果诚如观众所见,当晚的活动举办地——“水立方”被幻化为天猫的品牌展示基地。蓝色的“水立方”外墙闪烁着“双11”字样,建筑顶上,通过3D效果呈现出“天猫全球狂欢节”的视觉形象。相信当晚经过“水立方”的游客,首先想到的不是这座北京的标志性建筑,而是阿里巴巴。晚会现场的布置同样以“天猫”的黑、红为主色调,包括当晚主持人的着装,会场所有可见之物都在视觉上不断强化“天猫”、“双11”品牌形象。在活动的设计上,无论是演员选择、节目安排、游戏设置均不离“天猫”、“双11”这个主题。

有网友吐槽说,主持人句句不离“天猫”二字,平均每隔30秒就能听到一次。确实有些“简单粗暴”,但结合活动的娱乐氛围倒也不显突兀。至少通过这场晚会让很多人对“天猫”有了全面的理解和认识。

当晚,京东也办了一场电视晚会,笔者出于好奇找来视频看了看。相较之下,“天猫”的晚会是阿里巴巴深度定制的企业公关活动,而京东搞得更像是一场冠名晚会,品牌效果大打折扣。如何将活动策划与品牌效果有机整合,这是值得我们深度思考的第一个问题。

“天猫双11狂欢夜”被称为是“最互联网的晚会”。官方解释说,晚会融综艺内容、明星游戏、移动购物于一体,消费者可以通过电视、网络、手机等平台,实现边看边玩边买,通过多场景互动,让全球亿万“双11”粉丝共同参与到这场狂欢中来。而这种多屏互动的创新尝试,极有可能重构“消费+娱乐”模式。本次晚会围绕观众及商家的复合需求,选择极具人气的明星、设置可以和嘉宾互动的游戏环节、增加摇一摇和一件下单的购物功能,全方位满足观众参与互动及购物娱乐的需求。

多屏互动作为一种手段,会展业并不缺乏这种技术应用,但很多时候都成了为应用而应用的鸡肋。如何借助互联网提升参会参展用户的体验,这是第二点值得我们借鉴的。

通过这场晚会,我们可以看出新衍生的会展需求。移动互联网使用初期,我们一直关注或者担忧的是移动互联网如何颠覆会展业,唱衰传统展会的调子更是甚嚣尘上。对此,笔者自始至终未曾赞同过。本次晚会再次验证了笔者的观点。一个网络衍生节目发展成为全民狂欢盛会,这不是个案。

小米曾经多次在国家会议中心举办以粉丝经济为基础的小米发布会,并将每

年的4月8日定会“米粉节”,总能看见来自全国各地的“米粉儿”,带着我们几乎不能理解的热情来参会,一票难求是常事。无独有偶,前几天,虎嗅网在国家会议中心举办了“虎嗅F&M创新节”,又称“抚摸节”。

此外,还有“京东618”、“苏宁818”和“919乐速节”都是出于粉丝对品牌的狂热追捧,首先在线上集合到一起,随着粉丝效应的显现,衍生出线下会议或者节庆活动。广受欢迎的会展微信平台——会展人微广播经历了线上的热闹之后,也要举办线下的会展人大会。如何结合线上线下的优势融合发展,是第三点值得我们思考的。

数据显示,天猫“双11”于开场1分12秒交易额破10亿元、12分28秒交易额破100亿元,全天交易额达912.17亿元,比2014年提升近60%。这场晚会对交易额的贡献究竟有多大,无从得知。但值得肯定的是,这场“名利双收”线上线下互动的企业品牌推广活动,带来的仪式感是其他传播途径无法比拟的。

(作者系国家会议中心总经理)

会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处。



会展传真

2015年意大利米兰世博会 中国馆总结会在京举行

本报讯 12月4日,为落实中国贸促会党组关于深入总结米兰世博会中国馆工作的指示精神,中国贸促会组织召开2015年意大利米兰世博会中国馆会内各单位总结工作会议。

中国贸促会副会长王锦珍强调,要充分认识到新形势下转变办博思路的重要性,通过认真总结经验和不足,创新观念、理清思路,理顺机制,加强统筹协调,进一步放大世博会宣传作用,发挥世博会公共外交平台作用,实现办博体制的专业化和科学化。

中国贸促会秘书长徐沪滨围绕参展理念、办展观念、组展机制、机构设置、经费筹措、科学管理等方面深入分析问题,提出相关意见和要求。

(毛 雯)

2019北京世园会 执委会第一次会议在京召开

本报讯 12月4日,2019年中国北京世界园艺博览会执委会第一次会议在北京召开。

中国贸促会副会长王锦珍在发言时提到,中国贸促会作为我国参加国际展览局和世博会事务的主管单位,自北京世园会申办成功以来,参与组织机构建设、完成国际认可程序、法律文件编制和宣传推介等相关筹备工作。

王锦珍表示,中国贸促会将继续发挥组委会联络小组的日常联络和协调作用,保持与国际展览局及其成员国的密切联系,为成功举办一届精彩纷呈的世园会而努力。

(毛 雯)

江苏省贸促会与法兰克福展览总公司 签署战略合作备忘录

本报讯 12月2日,江苏省贸促会会长宣家祥应邀出席上海国际汽车零配件、维修检测诊断设备及服务用品展览会并与法兰克福展览总公司总裁兼首席执行官马赋康进行会谈,双方签署了战略合作备忘录。

法兰克福展览总公司已有100多年历史,是全球最大的展览会主办单位之一,服务范围覆盖160多个国家。2014年总营业额达5.5亿欧元,全球排名第四。

江苏省贸促会一直积极组织省内企业参加法兰克福展览总公司在德国、法国、美国、俄罗斯、阿联酋及中国国内举办的展览活动,行业涉及纺织服装、轻工消费品、汽配、环保等多个领域。明年,江苏贸促国际会展有限公司还将与国内有关省市一起与法兰克福(俄罗斯)公司在俄罗斯合作举办消费品展。

(静 安)

2015年全国商务会奖旅游策划竞赛 在苏州落下帷幕

本报讯 近日,由苏州市旅游局支持,中国贸促会商业行业分会、中国国际商会商业行业商会等共同主办,苏州市会奖推广中心协办的2015年全国高校商业精英挑战赛商务会奖旅游策划竞赛在江苏苏州落下帷幕。

本次商务会奖旅游策划竞赛鼓励学生实时关注国内外会奖旅游行业的信息动态和发展,提高学生对专业知识的深入理解和灵活应用,有助于强化高等院校相关课程的实务性。同时,竞赛还为行业协会、企业和院校之间搭建交流与沟通的平台,有效缓解行业的人才供需矛盾,促进商务会奖旅游行业健康发展。

(姚 歆)