

2016印度中国商品展规模扩容35%

■ 本报记者 毛 雯



近日,由中国贸促会、广东省贸促会、广州世展米兰展览有限公司等共同主办的第十四届中国商品(印度孟买)展览会(以下简称印度中国商品展)在印度孟买举行。该展会旨在促进中国企业扩大与印度多种形式的经贸交流与合作,推动我国产品对印出口,提高中国企业和产品在当地市场的形象。

据悉,本届展会吸引了来自广东、四川、山西、福建、辽宁、安徽等省、市、自治区及香港和澳门特别行政区的300多家企业参展,展览面积1万平方米,比2015年扩容35%,创历届新高。参展行业更是涵盖电子、家电、机械制造、能源、化工、铸造、食品、服装、制鞋、家具等多个行业。开幕首日,即吸引了4000多名观众到场参观洽谈。

促进中印双方深度合作

“中国商品印度孟买展是中国贸促会、广东省贸促会等机构为促进中印经贸交流而精心打造的战略合作平台。”广东省贸促会会长林涛表示,中国优质产品和先进技术通过展会的展示与交流,在印度市场找到了新的发展机遇。印度客商也通过展会这一平台结实了有实力、有信誉的中国合作伙伴。经过13年的悉心培育,印度中国商品展已成为中国每年在印度单独举办的规模最大的经贸活动。

中国贸促会贸易投资促进部副巡视员周炯表示,信息技术产业是中印两国最具潜力的合作领域之一,印度的软件优势和中国的硬件优势,为两国提供了很好的合作基础。中印政府推动两国企业间的合作产生了很好的示范效应,相信将以点带面,逐步辐射,进一步助力中印信息软件业的深入合作。

在展会现场,成都特色产业南亚行(印度)——行走的艺术,以一双sheme鞋模拟行走,完成了“丝绸之路”,以及惠州产品(孟买)“惠货全球

行2016”吸引了与会观众的眼球。

为进一步顺应服务贸易领域的国际合作需求,推动中印服务贸易的交流与发展,中国贸促会委托亿蜂平台和北京市国际技术贸易协会特别设立了中国服务贸易展区,并同期举办了中印软件与信息服务业交流与合作对接会。

中国服务贸易展区成亮点

据介绍,结合我国当前服务贸易领域的优势和“大众创业、万众创新”的发展战略,本次中国服务贸易展区划分为“大众创业、万众创新”集中展区、新一代信息技术展区、服务贸易服务机构展区和新能源服务4个展区,吸引了北京瑞克博云科技有限公司(亿蜂平台)、北京大恒软件技术有限公司、广联达科技股份有限公司、北京京城新能源有限公司、北京智诚众信科技有限公司等9家行业领军企业参展。

本届展会,特别设置了10个中国服贸区展位。据有关负责人介绍,今年7月下旬,北京中展海外展览有限公司中标2016年印度中国

制造业展组团任务,并在3个月内,凭借专业的出国展览业务经验,本着“以客户为中心”“为客户创造最大价值”的宗旨,为参展企业提供全方位、高标准、个性化、专业化的展览服务。

在中印软件与信息服务业交流与合作对接会上,周炯、亿蜂平台创始人兼CEO张涛、广联达科技股份有限公司国际事业部副总裁温航、印度ROLTA集团副总裁Mr. Praphul Kumar, Oracl印度分公司高级项目主管Surender Meena,以及中印双方30余名软件企业代表进行了深入交流。

张涛表示,作为中国国内首家采用“互联网+双创”模式的企业服务平台,亿蜂平台整合国内外众多优势资源,与包括印度企业在内的全球服务主体携手合作,基于各自领域的丰富经验及资源,将“智能制造”作为推动力和主攻方向,以实际行动承担起中国制造强国重大创新和变革的责任,助力“中国制造”向“中国创造”转变。

● 会展关注

北京雁栖湖会展中心进入年度“旺季”

■ 本报记者 毛 雯

进入11月以来,北京雁栖湖国际会展中心(以下简称雁栖湖会展中心)连续接待了3场国家级活动,涵盖国家级宴会、大众展览、行业峰会等多个类型。同时,因多次接待重要活动受到国内外百余家媒体关注,并被有关部门和相关媒体评为北京新的高端会议及活动聚集地。

据雁栖湖会展中心有关负责人介绍,继11月3日承接了二十国集团(G20)科技创新部长会议(以下简称G20科技创新部长会议)之后,又相继承接了第十一届中国摄影艺术节展览、第九届中国会议产业大会(CMIC2016),而引发各界的关注。

承袭品牌效应

此次G20科技创新部长会议聚焦了20个G20成员国、6个嘉宾国以及有关国际组织官员,共议推动全球科技创新合作。会议发布了《二十国集团科技创新部长会议声明》。作为此次会议的主要成果,《声明》重点强调了创新对推动全球经济增长、可持续发展和促进二十国集团科技创新合作与对话的重要作用,表达了在创新驱动增长的政策和实践、创新创业、科技创新合作的优先领域和模式、科技人力资源与创新人才交流方面采取一致行动的意愿。

据上述负责人介绍,得益于由北控集团此前接待“G20杭州峰会”后的“北辰服务”品牌效应,在此次G20科技创新部长会议筹备期间,雁栖湖会展中心管理团队和销售团队与主办方召开了20余场专项协调会,并就活动细节进

行反复沟通,确保国家级宴会的“零失误”。

多个活动档期紧密

据统计显示,为期3天的第十一届中国摄影艺术节展,吸引了全国各地近万名摄影爱好者与会。这是雁栖湖会展中心首次与国家级艺术展携手,也是首次免费对公众开放,保障大规模参观者进出场馆、行人车辆行进路线、餐饮水电网络基础需求、客户及VIP临时需求等环节,得到了与会各界的认可。

今年,也是中国会议产业大会首次移师雁栖湖会展中心,此次大会启用了雁栖湖会展中心4000平方米的专业展区、1000平方米的买家洽谈区、2000平方米的豪华宴会区,为会奖买家和供应商一种全新的参会体验。本次大会,雁栖湖会展中心被评为“2016最具创新力国际会展中心”。

8天时间内,3场不同类型的国家级活动在雁栖湖会展中心相继举办,在人员物资进出场、场地搭建撤场、活动转场时间上都存在不少重叠。为保障每个活动都能够顺利、安全、成功的进行,雁栖湖会展中心充分发挥了3个活动“共同协调平台”的角色特点,除与多个搭建商进行内部协调、核算时间进度,并且与内部安保、工程、采购、运营、财务等各部门多次召开项目协调会,凭借丰富的活动承接经验,结合3个活动的特点研究制定个性化解决方案。最终确保物资进、撤场实施顺畅、VIP嘉宾接待有序、客户需求响应及时,连续进行的3场活动之间互不影响。



2016亚太国际珠宝钟表展在上海开幕

日前,为期4天的2016亚太国际珠宝钟表博览会暨第十二届上海国际黄金珠宝玉石展览会在上海世博展览馆开幕。本届展会规模达1.7万平方米,汇集17个国家及地区逾350家参展商参展,设有珠宝、钟表、工艺美术三个展区。

亚太国际珠宝钟表博览会是品牌形象和企业、机构综合实力的展示平台,不仅吸引了国内珠宝钟表界众多实力雄厚的品牌企业参展,还有来自国外的珠宝品牌展示其魅力。

据悉,本次博览会邀请国外知

名设计师联盟,他们是来自意大利、德国、美国、日本的优秀设计师,他们在带来个人代表作的同时,还分享了源自设计师的匠心故事,唤起观众对艺术的热爱和对匠人的尊重,可谓意义非凡。

(媛媛)

体验和内容,孰轻孰重?

■ 刘海莹



近日,笔者去上海参加了一个国际行业会议,会议内容相当不错,但服务体验却差强人意。这样的经历,笔者已经不是第一次了,相信很多业界同仁也都有过这样的感慨:内容不错,就是某些环节(或形式、或服务、或餐饮、或住宿……)让人实在不敢恭维。过去,我们一直强调内容为王,在此有必要重新评估体验的重要性。

何为体验?通过提供更新的形式、更多的互动、更便捷的交流以及更具特色的会场,使个体体验融入到会展的整体体验中,使客户通过亲临现场获得虚拟世界无法感受的体感,这是体验;借助虚拟现实等高科技技术,身临其境地体验游乐设备、医疗器械、智能家居等类型的展览会,令参与者的存在感和满足感爆棚,这也是体验。体验,在客户层面是一个感性的解释,即通过“五觉”

的享受,达到情感上的调动和精神上的满足,许久之后仍记忆犹新。随着新兴技术的发展,这些应成为会展主办方或者场馆方的服务目标。但仅仅将体验局限服务层面,未免过于狭隘。延展开,其带来的是商业模式的无限拓展。回过头来看,笔者在杭州工作的半年时间,对两个地方印象深刻:

其一,浙江嘉兴高速公路服务区。一直以来,我们对高速服务区的认知是停车上厕所等乱哄哄的场景。但嘉兴服务区,则是通过时尚设计和商业形式颠覆性的改变,突破了笔者对传统服务区的认知:它有全国第一家开在高速服务区的星巴克和麦当劳,也有全国第一家开在高速服务区的新秀丽、奥特莱斯店,更有代表嘉兴文化老字号和体现江南特色的各种风味小吃,既有畅通无阻的免费WiFi,也有完全无障碍的移动支付……每一次路过,笔者都特意在这个服务区休息,当然每一次停驻,也都会有消费。笔者还将这种耳目一新的服务区体验推荐给了很多朋友。

其二,杭州洛克公园旗舰店。这是一家室内篮球馆,笔者不打篮球,但无意间的一次路过即产生了浓厚的兴趣。其特别之处在于,除了满足打篮球的场地需求外,用户还能够美式街头装修风格风格的场地,感受HipHop等音乐元素,并且

享受酒吧、餐厅等一体化消费服务。了解之后才清楚,这个带有浓重美式街头风格的连锁篮球馆一直活跃于长三角区域,已经在6年内建成了14个场馆,总经营面积近5万平方米,单日可接待人次达1万以上,并逐渐形成了集运动、休闲、娱乐、消费于一体的综合性运动场馆。更重要的是,在多数线下体育场馆都亏损的情况下,它却产生了稳定的盈利。日前还获得了华人文化产业基金4000万元投资。

总结上述两个案例的共性之处,都是沿着客户的需求脉络,通过突破行业边界的产品设计,实现用户体验的全新升级,并衍生出全新的商业形态。服务区如此、体育馆如此,本文尚未提及到的传统商业亦是如此,会展业也该如此。以会展场馆为例,笔者曾将中国会展场馆的发展划分了五代产品,随着场馆的不断迭代升级和用户体验诉求的不断加强,相信第六代场馆必将源于会展但不局限于会展的更具体验性和包容性的产品。

内容,着眼于一,体验,却贯穿于始末。从跨界到无界,体验式服务将为会展业带来更多的拓展空间。(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

虎门服交会首次启用虎门会展中心

本报讯 日前,第21届中国(虎门)国际服装交易会暨2016虎门时装周在虎门会展中心落下帷幕。本届服交会以“创新·进取”为主题,通过静态展示、动态走秀、各种论坛对接会以及专题活动等全面展示虎门服装产业实力与服装文化流行元素。值得一提的是,今年是服交会首次在专业展馆——虎门会展中心举办,这对虎门服装服饰业发展史上具有里程碑意义。

作为专业展馆,新落成的虎门会展中心包括展览馆、表演厅、配套停车场三部分,项目用地面积约42969平方米。其中,展览馆采用现代主义建筑风格设计,主体为钢架结构,外立面为穿孔金属板;表演厅配有专业的舞台灯光、音响及LED显示屏等设备,T型钢结构舞台可灵活拆卸,可同时容纳千余人;配套停车场,预计设置停车位660个。

此外,本届服交会展区设置更加多样化。其中主会场展区总面积1万平方米,共有展位约500个,特设时装专区、童装专区、电商专区、设计师廊专区、虎门原创动漫片专区、富民专区、面辅料专区、印花创意精品展专区、“时尚画廊”展示区等。服交会期间,近百家参展企业将进行实力与形象展示,并与来自海内外的客商进行商贸洽谈。而20个分会场包含镇内各大服装商场、面辅料市场、小商品市场、电商园区等。

(胡文中)

青岛获评2016中国最具创新力国际会展城市

本报讯 记者日前从青岛市贸促会获悉,在近期举行的第九届中国会议产业大会上,青岛被评为“2016中国最具创新力国际会展城市”。

本次中国会议产业大会,青岛市贸促会组织青岛市5家会展企业集体亮相,组团推介青岛会展资源,发出青岛声音,受到与会者广泛关注。

据了解,今年以来,青岛市多措并举,积极引导会展市场创新发展,先后引进并成功举办了二十国集团民间社会(C20)会议、中国服装大会等高端国际会议和一流专业展会。

近年来,青岛市创办或引进的青岛·中国财富论坛、中国(青岛)—欧盟投资贸易科技合作洽谈会、国际教育信息化大会、中国国际渔业博览会、中国国际石墨烯创新大会、全球知识经济大会、青岛国际技术转移大会、东北亚邮轮峰会、世界海洋大会等重大国际会展活动都扎根岛城,实现了良好发展。

(茂青)

乌兰察布将建会展中心

本报讯 近日,乌兰察布市对该市的会展中心建筑设计方案进行了讨论。

乌兰察布市有关负责人指出,会展中心建筑设计方案要进一步拓宽思路、开阔视野,突破传统思维模式,借鉴国内外先进设计理念,全面考虑布展需求,灵活设计展位;要将环保节能理念融入设计思维,多使用光伏、节水节电等环保材料;要紧跟时代潮流,在设计中体现人工智能的运用,突出公共设施的功能性,以满足不同会展的多样化需求,为乌兰察布发展会展经济、以会展为抓手做强商贸物流业提供有力保障。

上述负责人强调,展馆的设计要体现其经营性,观展的“群众路线”要注重将城市变迁与民族文化融入体验环节;“招商路线”要注重将乌兰察布的产业布局、资源储备和发展路线着重体现。(乌兰)