

# 会展场馆开启欢乐“掘金”模式

■ 本报记者 兰馨

新年音乐会已成为最具商业价值的跨年活动。2017年的跨年，多地会展场馆方纷纷发现了新的营销增长点。

起源于维也纳爱乐乐团的迎接新年音乐会，正在中国由12月31日的一场音乐会延伸为前后一个月的时长。本报记者在调查中发

现，部分城市不止一场跨年音乐会，其中，企业公益巡演占有不小的比例，且这类音乐会喜欢选择会展场馆作为场地。

对此，有会展业内人士分析认为，年终岁末是会展场馆的空档期，此时承接文艺演出活动，不仅提升了使用率，而且适合企业辞旧迎新大型活动的场地需求。

## 音乐会与论坛同期举办

1月1日晚，“博鳌新年音乐会”

在博鳌亚洲论坛国际会议中心举行。据悉，这已不是该中心第一次承接“博鳌新年音乐会”。与其他城市音乐会不同的是，“博鳌新年音乐会”又称全球华人新年音乐会、礼服音乐会，由中远海运博鳌有限公司、中国广播民族乐团、海南省音乐家协会、国际音乐舞蹈交流促进会、博鳌音乐舞蹈交流中心联合主办。

本次音乐会曲目以国乐为主，包括大气磅礴的《远情》《天地人和》，也有含蓄细腻的《可爱的玫瑰花》。音乐会还特意安排了歌颂海南的经典曲目《我爱五指山，我爱万泉河》。

与此同时，第二届《中国民乐·博鳌论坛》《畅·如是》经典古筝曲目研修班也同期举办。因此，博鳌亚洲论坛会议中心成为会展场馆承接

跨年音乐会中，极具特色的一类。

## 会议中心变身音乐堂

无独有偶，2016年12月29日，“美丽南昌”2017新年音乐会在南昌红谷滩会议中心抢先上演。曲目包括《节日序曲》《红色娘子军》《十送红军》《快乐列车波尔卡》《我爱你中国》等，既有红色经典，也有欢快的世界名曲。

2016年12月7日，“亿达之声”新年音乐会公益巡演在大连国际会议中心大剧院举办。据知情人介绍，亿达中国官方资料显示，“亿达之声”创立于1994年，旗下文化艺术公益基金吸引了众多合作伙伴，得到社会广泛认可，已形成新年音乐会、国际艺术节、少儿艺术大赛、爱心音乐教室工程等系列活动品牌。

近年来，“亿达之声”爱心音乐教室工程致力于推动偏远山区牧区儿童音乐艺术教育发展，横跨辽宁、内蒙古、河北、湖北四省区，捐赠超过110所学校，辐射3万余名山区牧区儿童。

## 展馆淡季不淡

1月6日，由昆明万科主办的“2017音为有你·业主新年音乐会”将在昆明滇池国际会展中心举办，被称为一次匠心与情怀的体验之旅。

事实上，此次新年音乐会更像是万科回报业主的一次答谢会。有统计数字显示，入滇7年，目前万科已经布局70城，专注城市配套服务商的转型，加大商业服务、教育、养老等社区配套服务，打造更丰富的社区生活体验，为城市居民

提供有针对性的产品和服务，用心打造更好的住户体验。

2016年12月27日，由德国柏林电影爱乐团带来的2017年新年音乐会在四川遂宁国际会展中心上演。

据了解，本次音乐会得到安徽水利开发股份有限公司、遂宁奥丁汽车文化体验馆等企业事业单位的大力支持。

同一天，“风华蒙古乐”2017新年音乐会在赤峰国际会展中心剧场举办。

上述人士指出，近年来，会展场馆方为了提升使用率，开始承接更多如婚宴等活动，其实这在中国香港、澳门地区，以及新加坡等已是比较常见的现象。

## ● 会展关注



## 出境参展办展将严格规范

本报讯（记者 毛雯）据中央纪委监察部网站消息，根据中央统一部署，2016年7月4日至8月30日，中央第八巡视组对中国贸促会党组进行了巡视。10月13日，中央巡视组向中国贸促会党组反馈了巡视意见，根据《中国共产党党内监督条例》和《中国共产党巡视工作条例》有关规定，现将巡视整改情况予以公布。

整改情况通报称，严格规范参加和举办出国（境）展览相关工作。一是建立健全制度规定。制定《贸促会出国（境）展览项目立项管理办法》《贸促会出国（境）展览项目监管评估暂行办法》，规范出国（境）展览立项工作、收费管理等。二是加强向参展企业收费的监管。组织行业专家对出国（境）展览项目进行立项论证，制定科学标准。强化对项目实施过程的监督，要求承办单位严格遵守招标文件的相关规定，严禁借展代理向参展企业收取额外费用，切实减轻参展企业负担。三是规范展览面积统计标准。在制定年度出国展览计划时加强调研，科学制定参展面积，加强工作落实，并严格组织核查。

## 快狗速运看好展会快递业务

本报讯 近日，快狗速运依托其移动和云端方案的成功经验，正式推出 GoGoEnterprise（快狗速运企业平台）。据介绍，该智能货运管理平台，提供多纬度的账户管理、车队管理、路线优化、运输实时跟踪、订单管理和数据监控等功能，为企业提供计划和计划外的运力综合管理服务。

GoGoVan 于2013年7月在香港创立，2015年1月GoGoVan正式进驻内地，取中文名为“快狗速运”，在短短数月内，业务便拓展到北、上、广、深等8个城市。

据其相关负责人介绍，展会不仅是一个让更多同行和用户认知和了解的重要渠道，还可以接触合作伙伴。通过展会平台，可以尝试和客户分享经验，加强沟通交流。（项 浚）

## 杭州会展旅业有限公司成立

本报讯 近日，杭州市会展旅业有限公司正式成立，意味着杭州市钱江新城投资集团有限公司正式进军会展业。

该会展公司以会议展览、住宿餐饮、旅游开发等实体运作为中心，充分利用两大新城既有的高端商务设施（B20峰会）主会场杭州国际会议中心（洲际酒店）、B20峰会外方代表接待酒店钱江新城假日酒店以及“杭州启程”旅游集散中心等，同时在钱江（城东）新城、钱江新城后续建设开发中积极布局会展、旅游设施，不断提升会展旅游硬件水平，将杭州承办G20杭州峰会的溢出效应转换为经营发展的充沛动力。

会展公司正式运营后，将紧抓G20后、亚运会前杭州城市发展的重要机遇期，以杭州国际会议中心为龙头组建“大金球”联盟，积极引进国际化高水平的合作伙伴，打造自有会议服务品牌，推动杭州市会展旅游行业再上新台阶。（杭阳文）

## 长沙黄兴会展经济区构筑“两带三轴四片”空间结构

本报讯 近日，湖南长沙市长沙县有关方面提出，黄兴会展经济区将按照“两带、三轴、四片”的“234”空间结构，着力将片区建成空铁联动的国际商贸会展之都。其中的“两带”即城市水绿交融带、浏阳河旅游风光带；“三轴”即产城融合发展轴、产贸联动发展轴、临空经济发展轴；“四片”即会展商贸片区、创新产业片区、智慧物流片区、农旅风情片区。

据介绍，长沙县要进一步加大城市建设特别是重要交通基础设施建设力度，为稳定经济增长、完善城市功能、保障改善民生提供有力支撑。（宗 赫）

## 广交会电商再推展会通邀请买家

本报讯 据悉，广交会电子商务有限公司（以下简称广交会电商）继第120届广交会上推出采购商App后，近期再推展会通。据介绍，展会通以定向和定距两种方式实现买卖信息互动。展会通不仅能提升参展企业信息曝光量，还能进一步提升其接待客户的能力。采购商能更直接和准确地了解自己关注的采购品类的参展情况，从而提升采购效率和节省体力。

展会通根据参展企业的行业设定、选择与采购商的采购偏好进行匹配，然后将匹配后的信息精准推送，既能满足参展商的产品曝光诉求又能满足采购商对参展商品的了解。

参展企业可以通过广交会电商提供的信息服务器来锁定以参展展位为中心、半径30米以内的采购商，可实时向采购商推送企业

的产品信息。

据介绍，广交会现场采购商接到信息后，点击信息，即可一键直达参展企业所在平台店铺或产品详情页，并通过广交会电商的即时通信工具，在线联系参展企业。采购商还可以通过App线路规划，引导至参展企业展位上，与企业进行面对面的洽谈和看样。

此外，展会通还会对信息互动进行数据分析和挖掘，通过采用双方的行为轨迹建立客户关联模型，实现买卖双方“互粉”，便于买卖双方可在展会结束后进行二次沟通。

展会通是广交会电商在国家“互联网+”的战略指导下，自主研发的“展会+互联网”新型产品，将于2017年4月15日至5月5日举办第121届春季广交会正式投入使用，为参展企业助力。

（鲁悦）

## 东莞限制认定重点品牌展数量

■ 岳东

近日，东莞市政府办公室印发最新《东莞市重点品牌展会认定办法》（以下简称《认定办法》）。通知明确，东莞市重点品牌展会认定条件从原来的8个简化为5个。新的认定办法加强了扶持导向性，更加突出展会规模分值的比重，更加注重展会专业化和国际化。

## 对行业发展起到示范作用

此次变更，即将原《东莞市重点会展项目认定办法》改为《东莞市重点品牌展会认定办法》。按照新的《认定办法》，重点品牌展会是指具有一定规模，与东莞市产业发展关系密切，能反映行业内的动态，体现行业发展趋势，能有效推动东莞市产业发展、促进市场消费、填补市场空白，并对行业发展起到引领和示范作用，具有较强影响力的展览会，每年认定不超过10个。

而对由市级或以上人民政府主办、市财政出资支持举办的展

会可认定为重点品牌展会，但不纳入以上指标。

## 须邀请采购商千人以上

认定条件中要求，展会主（承）办单位或执行单位必须承诺申报的展会下一届仍在东莞市举办。符合国家、省产业发展导向，与东莞市支柱产业、优势产业、特色产业、战略性新兴产业紧密相关，对推动产业发展、促进市场消费、填补市场空白具有积极作用。

另外，展览场地规模须达到1万平方米以上（含1万平方米）、参展商在150家以上（含150家）。邀请到会采购商1000人以上（含1000人）或组织到会观众1万人次以上（含1万人次）。展会及参展商必须无侵犯知识产权行为。

而对经东莞市人民政府认定的重点品牌展会，根据《东莞市关于促进加工贸易创新发展全面提升外贸水平的实施方案》和《有关资金管理规定的规定》，将给予资金支持。



2017年跨年夜，哈尔滨冰雪大世界万人共同喊出倒计时的声音，互祝新年，将哈尔滨冰雪大世界冰雪跨年狂欢活动推向了高潮。零点跨年时刻，据初步估算，现场有1.5万多人聚集到了热舞风暴大舞台。

本次跨年活动一个特别的亮点是，游客在入园后会领到一张新年任务卡，集齐三个章可以参加零点跨年的幸运抽奖。（任民）

## 广州打造国际会展高地

■ 任越美

2016年，广州举办了2016中国广州国际投资年会、G20峰会协调人第二次会议、亚欧互联互通媒体对话会、国际友好城市圆桌会议、世界经济论坛商业圆桌会议、广州国际城市创新大会等多场重大国际会议，这座中国华南的门户城市正健步走向全球国际交往的中心舞台。

上述大型国际会议的举办，为广州带来哪些变化？

## 数量份量占双高

据不完全统计，仅2015年到2016年，在广州举办的重大国际会议就有30多场，2016年11月和12月，广州更是吸引了13场国际会议（展会）。据中国进出口商品交易会展馆（琶洲馆）排期表显示，2016年11月有14个会议展览在此举行，12月有5个特大型会议型展览举行。保利世贸博览馆也显示，2016年11月有8个会议展览在此举行，12月则有14个会议和展览。

除会议数量多之外，广州的国际会议还体现出参与主办者众多与参与者众多的特征。国际性会议的举办主体既有广州市政府，也有行业协会、高校科研机构、企业等；参与者则来自全球，以2016年的广州奖为例，本届广州奖共吸引了来自全球59个国家和地区、171个城市的301个项目，可谓“汇智全球”。

而在这些密集筹办的国际会议中，不乏亮眼的世界级大会。举例来说，2016年11月，广州与世界经济论坛合作举办“2016年商业圆桌会议”；12月，世界城市与地方政府联合组织和世界大都市协会创办“广州国际城市创新奖”和“广州国际城市创新大会”。这些均是世界同类会议中的领军者。

## 综合优势获认可

2016世界经济论坛商业圆桌会议为例，200余位新兴行业企业家、跨国企业高管、国际知名学者以

及国家相关部委官员齐聚羊城，纵论“战略性行业的数字转型”。政要、行业领军人物、高端人才等各类资源集聚，成为提高广州城市国际地位和话语权的重要途径。

在去年的亚欧对话会上，亚欧基金总干事张炎曾表示，他每年都会到广州，每次都能发现广州的新变化和新发展，变化的速度令人吃惊。国际会议给予了广州展示城市形象、让与会者深入了解广州的一个机会。张炎认为，在争取海上丝绸之路、媒体互联互通会议等大型国际会议方面，广州大有可为。

在大型会议带动下，广州举办国际会议的规模效应逐渐彰显。目前，广州有会展业企业215家，星级酒店234家，其中，五星级大酒店23家。2017《财富》全球论坛、2018世界航线发展大会已落户广州。广州，正迎来前所未有的国际交往机遇。

# 会展 O2O2O，看得见的未来

■ 王涛

环，将线上和线下的结合部分做得更好一些。

2016年12月，中国机械汽车展览联合会年会在重庆悦来国际会议中心举办，西麦克国际展览有限公司总经理张力、阿里巴巴展会事业部高级专家、励展博览集团前总监邓萌、中国印刷及设备器材工业协会副秘书长李春杰等多位嘉宾就“O2O2O模式能否成为组展新模式”这一主题展开了热烈讨论。

2016年，可谓是会展O2O2O模式的元年，组展企业在这一模式的思考和行动，远远超出笔者的预估。总体来说，虽然组展商和互联网企业都认为这一模式代表了未来趋势，但在认知层面仍然存在一些差别。

首先，大型品牌组展企业认为，由互联网企业所倡导的O2O2O模式更加适合外贸型展览，而非内贸型展览。通常，一个大型品牌组展企业在其服务的垂直领域通过十数

年的运营，无论是对行业的了解，还是在人脉资源、数据积累等方面早已具有独特优势。单从某一个垂直产业来说，这些品牌组展商拥有的各类有效数据、变现能力均不弱于综合性互联网企业。和互联网企业强调商业模式不同，大型组展商更加注重解决实际问题。这些实际问题目前主要来自于两个方面，一是对展会的推广渠道不能覆盖到的全球采购商，互联网企业是否能提供采购流量、提高贸易配对的效率。二是在部分受经济制裁的国家和地区，互联网企业能否提供非制裁品的交易协助。

其次，部分大型会展主办方已开始自行搭建O2O2O模式。和互联网企业相比，会展企业更愿意把O2O2O看成展前、展中、展后的闭环式服务。过去，传统主办方对展后的服务相对普遍比较缺乏，但O2O2O模式恰巧弥补了这一缺陷。

很多大型组展商早已不再满足于仅提供展前预约、现场展示和贸易撮合服务，比我们想象的做的更多，他们能够把海关、货代、物流、中信保、银行的服务与信息整合，建立基于真实交易数据的诚信评价与风险控制体系，建立统一的会展综合服务平台。这样，不仅能够为参展企业提供展示机会，而且能够提供基于纯信用订单的融资服务。

对于部分中小企业自行建立海外销售渠道困难的问题，组展企业也在积极提供基于“产品展示+仓储物流送货+全方位销售金融服务”的立体会展综合服务平台，比如：建立大型物流分拨中心、海外运营中心、线下品牌体验中心，与线上交易平台相结合，相辅相成，相互促进。

当然，组展商和互联网企业也有很多一致的观点，双方均认为，在垂直行业的参展企业中，尤其是大

中型展商企业，通常都已建有完整的全球贸易渠道体系，O2O2O模式对中小企业更具吸引力。在数据价值层面，部分组展商企业也开始认同，在大数据时代，过去展会收集的单一类别的客户基本数据已经不再重要，会展企业需要向互联网企业学习，重视对产业、行业、企业、观众等多方向，从企业基本数据、产品数据、市场数据、线上和线下行为数据、社交数据等多维度海量的数据整合分析应用能力的提升。

会展O2O2O是个新概念，或许代表了会展企业未来几年的升级转型趋势，阿里和UBM提出了方向，会展业内也不乏创新先行者，让我们共同期待最佳实践。

（作者系上海联展软件技术有限公司总经理）

## ● 会展大咖秀

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处



由中国贸易报社和中国经济网联袂评选的“2016年会展业十大新闻”近日揭晓。阿里B2B联手亚洲博闻研发O2O2O商贸平台入选，实属预料之中。UBM在亚洲范围内覆盖了20多种类型的150场展会。根据阿里战略，将利用平台数据打通展会资源，为参展商、采购商双方从“被动等待”变为“主动出击”提供可能。而O2O2O商贸平台想要打造的是一个“线上线下线上”的交易闭环