

会展专业生热衷竞赛为哪般？

■ 本报记者 兰馨

近年来,各大院校会展专业学生参与社会类竞赛的热度不减。其获奖经历甚至成为未来就业的敲门砖。对此,高校精英挑战赛组委会——中国贸促会商业行业分会秘书长姚敬接受本报记者采访时表示,立体化赛事因接地气,让学生于在校期间就能提前体验商

埃及成2017中阿博览会主宾国

本报讯 (记者 毛雯) 2017中国—阿拉伯国家博览会将于9月6日至9日在中国宁夏举办,埃及将作为主宾国出席。届时,埃及将举办投资贸易推介会、旅游资源推介会等一系列特色活动,同时还将设置1000平方米的埃及综合展,展示埃及及社会经济发展成果和名优产品。

设立主宾国源于中阿博览会的“中阿共办机制”。主办方每届将邀请一个阿拉伯国家“共办”大会,旨在切实加深中阿之间的了解,推动大会成功举办,实现共办共赢。目前,阿联酋、科威特、约旦等国已先后作为主宾国参与中阿博览会。

中国与阿拉伯国家已互为重要的经贸合作伙伴。中国商务部数据显示,目前,中国已成为阿拉伯国家第二大贸易伙伴,阿拉伯国家是中国第一大原油供应地、第八大贸易伙伴、重要的工程承包和海外投资市场。2016年,中阿贸易额达到1711.4亿美元,双方新签订承包工程合同额403.7亿美元,同比上升40.8%。中国对阿方的非金融类直接投资11.5亿美元,同比增长75%。

在中阿共建“一带一路”及经贸发展过程中,中阿博览会扮演了不可或缺的角色。数据显示,此前两届中阿博览会共有12位中外政要,143位中外部部长级官员,60位外国驻华使节,80多个国家、地区和国际机构,2200多家大中型企业和金融机构的代表以及1.8万名参展商、采购商参会参展。两届大会共签订各类协议321个,其中合同金额累计达到1328.7亿元,合作项目涉及科技、金融、能源、农业、卫生、旅游、文化、教育等10个领域。

中阿博览会已促进中阿双方在经贸合作上取得多项务实成果。由中阿博览会推动达成的中国—阿曼(杜库姆)产业园在2017年4月19日举行了奠基典礼和企业入驻签约仪式,该产业园成为目前单一国家入驻阿曼经济特区的最大项目。另外,中国—沙特(吉赞)产业园已成立中方实施主体,正积极推动组建合资公司,首个入园项目已签订合作协议。

此外,在产业园区合作方面,中国政府还将组织企业赴埃及苏伊士经贸合作区、阿联酋杰贝阿里自由区、约旦伊尔比德哈桑工业区等进行调研考察,为促进企业入驻境外园区、开展国际产能与装备制造合作创造有利条件。主办方表示,期待更多的阿拉伯及“一带一路”沿线国家与企业参加本届活动,共谋发展。

务氛围与从业环境。

立体化赛事的效应

据了解,5月底,由中国贸促会商业行业分会、教育部高等学校经济与贸易类专业教学指导委员会主办,中国国际商会商业行业分会、广东国际商会协办的2017年全国高校商业精英挑战赛国际贸易竞赛与经贸会展竞赛暨2017年“智欣联创杯”国际贸易专业产学研论坛在宁波国际会展中心举办。经各参赛院校内部选拔和推荐,来自全国22个省、自治区和直辖市108所高等院校的166支参赛队,约1600名参赛选手和辅导教师入围全国总决赛。参赛者来自中国、摩尔多瓦、孟加拉国、萨摩亚、斐济、马达加斯加、尼泊尔、刚果(布)、津巴布韦、赞比亚等10多个国家。

全国总决赛环节包括参展计划书、展位海报设计与商品陈列、

新产品发布会(英语)、商贸配对贸易谈判(英语)和展后总结报告5个部分。经过角逐,来自西安翻译学院荣获团体一等奖,首次参赛的西安财经学院行知学院跻身前三。

争取展示机会

一位不愿具名的业内人士表示,很多院校积极参加各类赛事,在检验学生的专业基础与功底的同时,也是一次展示该校师生整体素质和技能的机会。

“参加今年高校精英挑战赛的学生,从参赛到执行能力都比上一届的水平更好。”做为此次高校精英挑战赛的评委之一,中国会展业“青蓝计划”联席秘书长、武汉晖之石科技信息有限公司董事长张凡表示,单从展览项目执行的角度看,会展专业学生的能力要低于国际贸易专业的学生。但这次挑战赛对会展专业的学生来说,是一个极好的机会和实践的平台。

姚敬表示,按照中国贸促会提出的贸易促进战略,商业行业贸促分会依托服务贸易,探索业务外延,通过组织赛事活动加大国际贸易和会展人才培养力度。

“高校精英挑战赛这一方式对帮助学生就业具有积极的现实意义。”教育部高等学校经济与贸易类专业教学指导委员会秘书长崔日明介绍说,2017年高校精英挑战赛分英语组、韩语组、法语组和来华留学生组。他建议,随着“一带一路”建设的深入,今后可考虑增加更多的语种组别,尤其是小语种。

搭建‘接地气’平台

中国贸促会商业行业分会会长曾亚非接受记者采访时表示,展会的目的是促进贸易。相比国际贸易专业,会展专业更偏重于会展策划,在布展和突出展品上的意识较强,但要出国参展,还是国际贸易专业对报关、综合服务

等流程更为熟悉。此次挑战赛旨在搭建一个让学生体验参展全部流程的平台。

据介绍,参加这次高校精英挑战赛的所有学生都要自己找赞助企业,并从策划、布展到展品布置,完成参展流程。有参赛学生表示,整个过程十分煎熬,为了策划和设计几乎每天都要忙到凌晨二三点,首先要通过赞助企业的审核,再通过初赛、复赛,直到最后的总决赛。

姚敬认为,让参赛学生感受到更大压力的是,此次大赛的80多位评委全部是来自外贸企业的职业经理人,而参与洽谈的客商都来自企业,参赛学生须按照展览项目的实际流程进行。为此,此次挑战赛租用了宁波国际会展中心,就是要为参赛学生营造真实的商业环境。

会展关注

北京消费电子展开启互动体验模式

日前,为期3天的3E·2017北京国际消费电子博览会在京闭幕。展会围绕“科技生活产品博览、互动娱乐体验和创意产业孵化”三大主题,吸引了来自国内外300多家参展商。展品包括人工智能、智能硬件及软件、AR/VR设备、服务机器人、智能家居及物联网等科技、生活、娱乐等生态系统全产业链。业内人士认为,在中国消费电子规模占比逐年攀升、行业竞争日趋激烈的情况下,此次展会的举办对于推动技术创新和产业协同发展具有重要意义。

本报记者 叶灵燕 摄影报道

(尚武)

深圳国际会展中心开工建设

本报讯 7月6日,深圳国际会展中心(一期)制作启动点火仪式在中建钢构华东大区江苏厂举行,这标志着该项目在江苏厂的制作任务正式启动。

深圳国际会展中心项目位于大空港新城片区,项目用地面积148万平方米,一期及周边配套设施总投资达867亿元,钢结构用钢量达19万吨,由18个展厅、2个登录大厅及1831米的中廊三部分组成,采用上部钢结构屋盖,下部框架—剪力墙混土结构,节点复杂,制作难度大,工期急,计划2018年9月建成投用。

(侯方健 李春林)

汉阳会展业上半年业绩抢眼

本报讯 有统计数据显示,至6月,武汉国际博览中心承接及自办展及活动项目共29场。其中,展览20个,同比增加2个。出租面积达56万平方米,较上年同期增长超过17%。

数据还显示,1至6月,武汉国际博览中心、洲际酒店及会议中心营业收入双双大幅增长。据悉,在汉阳区政府扶持政策引导下,以武汉国博为核心的“华中会展产业园”正逐步发挥集聚产能效应。上半年,汉阳区会展和物流中心引进会展及相关配套服务企业4家,引进会展新项目15个。目前,该园区内办公的会展机构32家。

(张凡文)

全球展览业协会欧洲会议明年在意举办

本报讯 全球展览业协会(UFI)2018欧洲会议将于2018年5月2日至4日在意大利维罗纳市举办,并将由意大利活动组织者Veronafiere主办。

据悉,今年6月底,全球展览业协会主席Kai Hattendorf与Veronafiere董事长Maurizio Danese在维罗纳的UFI联席会议上达成的合作。

作为全球展览业协会,UFI每年除召开全球大会以外,还在欧洲和亚太地区组织召开年度行业会议。

(宗鹤)

北京国际高端生活品牌展成奢侈品秀场

本报讯 7月8日至10日,由中国国际商会、振展展览股份联合主办的第六届北京国际高端生活品牌博览会(Luxury China)在北京国家会议中心举办。来自意大利、法国、瑞士、美国、英国、德国、马来西亚、澳大利亚、泰国等20多个国家的豪车、珠宝、腕表、美酒、箱包皮具、奢华旅游、家居、艺术品等300多个国际知名品牌同台亮相,向国内高净值人群展现各国精彩文化。

除了玛莎拉蒂、捷豹、路虎、梅森瓷器、孔氏珐琅腕表、Moser水晶、施华洛世奇光学等国际知名品牌外,还有意大利Lautem女包、Glamrock手表、Pe De Chumbo女装、Emily Ma礼服、Aliz Paulin美肤等一大批国内外高端定制私享品牌参展。

据主办方介绍,奢华豪宅别墅、高端酒店式公寓成为本届展会一大亮点。

此次参展,招商蛇口带来了立足于科技与未来的智能化顶级豪宅——双玺·时光道项目。据该项目客户经理何德勇介绍,全屋智能化配置、引用“MAX”智慧家庭语音全景助手,让更多人享受智能家居的独特体验。万科海外销售总监马壮介绍说,万科伦敦教高质人居公寓住宅项目The Stage坐落在伦敦双城之际,可以令客户体验与莎士比亚剧院为邻的生活。旧金山海景住宅项目LUMINA位于曼哈顿稀缺地段,能够让客户体验城市的辉煌与梦幻海湾的浪漫。

除此之外,众多国内外高端医疗服务机构也盛装参展。记者在展会现场看到,基因检测领军企业美因基因、爱贝基因、23Genebank,试管婴儿领导企业喜孕、梦美、爱优选国际,干细胞产业引领者“汉

氏联合”、上饶国际医疗旅游先行区,高端私人医院宝岛医院,跨境医疗领军者壹舟健康、茵特里国际、Swiss Deluxe Travel、韩国保健产业振兴院等悉数亮相。

主办方致力于提升展会品质和

(方凡)



如何实现会展大数据的商业价值？

■ 王涛

煤矿、深山煤矿的挖掘成本又不同。与此类似,大数据并不在“大”,而在于“有用”。价值含量、挖掘成本比数量更为重要。2017年1月,工信部公布了《大数据产业发展规划(2016-2020年)》,提出到2020年的发展目标:大数据相关产品和服务业务收入突破1万亿元,年均复合增长率保持30%左右。

近年来,虽然会展大数据取得不小的进步,但大数据仍难以给会展业带来实际的商业价值。会展大数据不像电子商务、网游那样有着“直接明确”的商业变现模式。在会展业,大部分会展企业也专注于把大数据收集和存储到大数据平台,但却忽略了数据分析才能真正给会展业带来商业价值。

大数据的商业模式划分为广告/营销、数据交易、工具与数据服务、数据报告和解决方案以及跨界融合五大项。笔者认为,具体到会展业,大数据分析对商业价值体现主要表现在:通过各种信息技术手

段获取展商及采购商信息,得到精准的客户画像、在线行为以及线下观展偏好,这些信息为主办方改进展会服务、精准营销提供决策依据。

数据本身不产生价值,如何分析和利用大数据才是关键。那么,会展业应该怎样挖掘会展大数据的商业价值?

第一,打造强大的数据获取和管理平台。不同的数据平台采集数据的方式不同,采集的内容存有差异。比如,百度是中国最大的搜索引擎,因而掌握了中国最多的与消费者行为特点相关的数据资料。携程是中国最大的旅游互联网平台,游客的酒店预订、机票购买等数据十分丰富。如果企业的技术力量不足,也可以设立自己的数据收集“装置”,譬如通过自建网站、开发App、微信公众号等手段获取数据,但自建平台获取数据的量往往不够,因此可借助第三方数据服务平台通过向参会者提供互联网服务的方式采集数据信息。

第二,获取数据运算和数据分析报告。数据产品与大众产品最大的不同在于,它具有很强的定制性,通过成熟的技术手段获取的数据,通常只是海量数据而已,可直接使用的很少。这就需要企业根据自己的需要,对获取的数据进行运算、分析,通过挖掘和分析后的数据才是具有价值的信息。

会展企业的数据分析工作可分为以下三个步骤:

首先,会展企业要明确自己的业务需求,按照业务驱动的角度,了解业务部门需要解决的问题,所要达成的效果怎样,依据这些需求来实施部署商业智能工具。

其次,数据结合与关联。由于企业数据海量的特点和多元化的结构形式,需要商业分析工具有海量的数据探索和分析能力,能够实时有效地与已有数据结合,产生精确的行动方向。

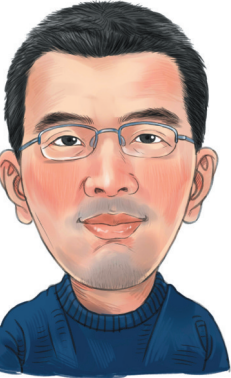
再次,培养数据分析人才。数据分析方面,商业智能系统的部署

是关键,但业务人员数据分析水平也同样重要。这就要求数据人员在信息过程管理中逐渐培养科学化管理意识,从而形成对企业数据的综合管理。当然,数据分析是一项精细、复杂而且耗时的工作,会展企业也可以借助第三方服务,降低企业数据分析的成本。

无论采取哪种方式,使用哪家平台的数据,企业都要做好自己的需求分析和对数据价值的要求。此外,数据分析报告的可执行性和落地性也是数据分析的价值体现。

最后,大数据除了在会展立项、精准营销、精细化管理和运营等方面将发挥作用外,围绕人员流动密集、物流集中的会展活动,还有其他层面的应用。如何利用大数据,实现会展业商业模式创新和流程再造,是每个会展人需要思考的问题。

(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

信息革命带来的除信息更高效地生产、流通和消费外,还带来数据的爆炸式增长。而在移动互联网浪潮下,数据产生速度前所未有地加快。原有对数据简单利用是一种巨大的浪费,各行各业开始系统性地对数据进行挖掘。在大数据积累的同时,数据挖掘的计算理论、实时的收集和流通通道、软硬件环境都在成熟。

数据如同蕴藏能量的煤矿。煤炭按照性质分焦煤、无烟煤、肥煤、贫煤等种类。按开采成本来讲,露天