

●会展关注

成都在会展城市竞争力排名中前进一位

■ 本报记者 兰馨

日前,在成都举办的2017中国城市会展业竞争力指数发布会暨高端论坛(简称论坛)上,中国会展经济研究会发布了2016年度中国最具竞争力会展城市的指数排名,以及2017中国最具竞争力会展城市排名,成都仅次于北京、上海和广州,位居第四位。根据此次最具竞争力会展城市排名显示,成都较去年上升一位,超过深圳市,领跑中西部。

按照《年度中国城市会展业竞争力指数(CCECI)报告》(简称《报告》),会展城市的竞争力从城市整体环境竞争力、城市会展业专业竞争力、会展教育竞争力以及城市会展政府竞争力4个方面对城市会展竞争力进行比较和分析,是目前中国会展行业具有权威性、科学性的评估指数,对城市会展业提升竞争力具有较强的指导性和操作性。

据中国会展经济研究会会长袁

再青介绍,根据中国城市会展业竞争力指数显示,现阶段,我国会展业整体水平有了全面的提升。

构成全新评价体系

与会业内人士表示,这一研究成果的发布,可以对中国会展业的理论建设和未来产业发展的方方面面提供理论指导意见。

据了解,中国会展经济研究会成都会展研究中心在成都市博览局的支持下,连续第二年编制了《报告》。《报告》所构建的中国城市会展业竞争力指数(CCECI)力求基于评价指标体系的全面性、代表性、可行性,反映出我国城市会展业的发展水平和发展潜力,并填补了这一方面的空白。

指数发布会上,中国会展经济研究会常务副会长储祥银发布了2016全国城市会展业竞争力指数研究成果暨排行榜。《报告》显示,其中,上海、北京、广州、成都、深圳、杭

州、南京、厦门、重庆、青岛为2017年中国最具竞争力会展城市,十大直辖市与副省级城市,长沙、郑州、苏州、无锡、昆明、佛山、东莞、福州、中山、合肥为2017年中国最具竞争力会展城市,十大省会及地级城市。

据中国会展经济研究会学术指导委员会常务副主任陈泽炎介绍,今年,在沿用2016中国城市会展业竞争力指数发布会研究成果的基础上,经过中国会展经济研究会及学术指导委员会、成都研究中心城市会展业竞争力大数据研究中心的科学研究,分析全国近百个城市会展业相关数据,最终根据行业内专家严格评审,优化提炼出以城市国际展览业合作指数、城市会展教育指数、城市会展主管部门服务指数等10大亮点指标,构成全新的会展城市竞争力评价体系。

上述业内人士认为,从展馆条件、市场培育、品牌活动、资源配置

各个方面看,中国都已跻身国际先进水平的行列。

成都优势愈加显现

此次论坛上,成都市博览局分别与北京北辰会展集团有限公司和汉诺威米兰展览(上海)有限公司签订战略合作协议,双方就展览业务、人才交流、教育培训等方面建立了紧密合作机制,助力成都建设国际会展名城、打造会展之都。

成都的会展业已具备相当的规模和优势,近年来的表现更是值得关注。陈泽炎如是说。

据汉诺威米兰展览会(中国)有限公司董事总经理刘国良介绍,这是汉诺威第一次与地方政府签署战略协议,此次成都排名第四,与自己几年前的判断很一致。他表示,会展业要发展,一方面需要有效的产业支撑,另一方面也少不了市场需求支持,而成都在这两方面都具备优势。

据成都贸促会副会长、成都博览局副局长马泽林介绍,围绕建设全面体现新发展理念的国家中心城市目标,成都会展业充分借助五中心、一枢纽的城市定位优势,国际会展名城已步入快车道,前景可期。

据了解,今年1月至10月,成都共举办重大会展活动525个,展览面积320.4万平方米,直接收入79.9亿元,同比增长13%,会展业总收入802.6亿元,同比增长11.9%,拉动收入722.7亿元,同比增长11.8%。

据悉,成都市第十三次党代会提出,成都大力发展生活性服务业,加快建设国际购物天堂,世界旅游目的地城市、国际美食之都、国际会展名城和国际赛事名城。

综合实力的提升,让世界性大会越来越青睐成都。马泽林表示,在当前成都积极打造会展名城的进程中,成都会展的潜力将愈加显现。

●会展传真

贸促系统会展联盟第十次会议在厦门举办

本报讯 日前,由本届贸促系统会展联盟秘书处中国贸促会商业行业分会主办的贸促系统会展联盟第十次会议在举办,来自全国20多家地方、行业贸促会的负责人出席此次会议。

中国国际商会会展部部长马力指出,中国贸促会对出国办展有着很大期许,希望能够制定行业认可的标准,甄选优质展商,为2018年境内外展览计划提供有效依据。

来自甘肃、吉林、长春、黑河等地贸促会的相关负责人针对资源整合、会展业绿色环保、会展人才教育等进行了深入交流和探讨。与会者表示,会展作为现代服务业,推进了现代服务产业的快速发展,通过贸促系统会展联盟这一平台,加强了各区域间的交流与沟通,搭起信息桥梁,成为各区域提升会展行业发展的有力支撑。(姚歆)

海南首次在国际展览业协会年会其间举行专题推介

本报讯 近日,国际展览业协会(UFI)第84届年会在南非约翰内斯堡举行,海南省商务厅首次组团参加,并在大会上作海南会展业专题推介,向全球会展精英宣传海南,在国际展览业国际会议上第一次发出海南会展业声音。来自世界各地的UFI会员单位,以及南非当地华侨、华人商会代表100余人参加了推介会。

与会者表示对海南市场感兴趣,并了解了会展业扶持政策、基础设施等信息等情况。南部非洲中国企业家协会表示将组织南非企业和特色商品参加2018年海博会。(张立国)

全国高校商业精英挑战赛在厦门闭幕

本报讯 近日,2017年全国高校商业精英挑战赛会展创新实践竞赛全国总决赛在福建厦门闭幕。据介绍,经院校推荐选拔、组委会评审,来自全国26个省市、自治区的78所高校155支参赛队伍最终入围此次全国总决赛。

据悉,此次大赛期间,由中国贸促会商业行业分会发布《会展职业经理人资质条件》(T/CCPITCSC 005-2017),并为参与该标准制定过程中作出突出贡献的单位和个人颁发相关荣誉证书。

据悉,举办全国高校商业精英挑战赛会展创新实践竞赛是为了让会展专业学生在学习会展管理、策划理论知识的同时,加强会展管理、策划实践能力。本届竞赛策划类成绩领先的优秀团队将有机会获得主办方推荐,代表中国高校于2018年5月赴韩国参加2018年中韩会展青年挑战赛。(商芬)

宁波会展品牌发展研究院揭牌

本报讯 据宁波日报报道,宁波会展品牌发展研究院近日揭牌。该研究院将以宁波会展业大数据为依托,为宁波会展业发展提供数据支撑,同时将开展企业评级、企业UFI认证,助推宁波会展项目的国际化、品牌化。

揭牌仪式上,举行了由宁波城市职业技术学院旅游学院和宁波饭店业协会共同主办的2017中国(浙江)特色小镇、民宿产业投资贸易展览会启动仪式。

展览会将于12月1日至3日在宁波国际会展中心举办。届时,将有200余家企业参展,展出范围覆盖特色小镇、民宿相关产业。(宁笑波)

开创国内先河 会展场馆管理培训获好评

■ 裴玥

为培养新时代需要的高级会展场馆管理人才,提升各类会展主体管理、经营和服务能力,对接国际水平,中国贸促会(中国国际商会)培训中心于11月8日至10日在广东广州成功举办了一期会展场馆管理培训(VMT)班。

此举开创了国内会展场馆管理培训的先河,标志着中国贸促会实现了会展领域培训高、中、初级层次全覆盖和博览会、展览会、展馆管理多个模块、整个链条的全覆盖。

此次VMT班由北京圣讯文化发展有限公司承办,并得到中国展览馆协会大力支持,吸引了来自中国对外贸易中心、北京国家会议中心、北京国际展览中心、青岛国际会展中心等单位20余位骨干代表参加。

中国贸促会(中国国际商会)培训中心主任凌凤杰在培训开班仪式上致辞时表示,中国已成为会展场馆建设大国,各展馆间的竞争也日趋激烈,会展场馆行业的良性健康快速发展亟需前瞻性、精尖化的理论和专业指导,VMT班旨在切实提高会展场馆管理人才的业务能力。

作为展览行业资深人士,北京圣讯文化发展有限公司总经理沙克仲见证了会展场馆的历次变革升级。他表示,会展场馆管理培训必须结合中国会展业和会展场馆业发展的实际情况,不能完全照搬国外的理念和模式,否则会出现水土不服现象。近年来,我国在相关方面已经探索出了并行于德国、美国等模式的中国特色模式。

据悉,培训内容涵盖场馆运营管理、自办展及活动项目管理、场馆信息系统应用与管理、场馆

功能升级规划管理、展馆营销及销售策略六个主题模块。除了讲师授课外,培训期间还安排学员参加了第十届琶洲论坛2017会展人年会,并组织互动活动,为业界交流讨论、建立联系搭建平台。

经过3天的学习,学员们纷纷表示收获很大、不虚此行。南京河西会展展览有限公司副总经理王莉直言,业界需要这方面的培训,这一创新之举很有意义。首期VMT班的课程内容专业、权威、全面、系统,既凝聚了几位讲师数十年积累的宝贵工作经验,又深度结合了国外先进理念和实务内容,指导性极强。

北京国际展览中心有限责任公司运营部赵睿说,课程内容非常有针对性,特别接地气。几位讲师在业界都是标杆性人物,所讲的内容也是平时在展馆运营和管理,中会集中遇到的热点和难点问题,且语言深入浅出、通俗易懂,通过学习确实感到受益匪浅,有了很大提升,对下一步开展相关工作帮助很大。

青岛国际展览中心展会经营部经理柴贞认为,除了内容方面极富吸引力外,培训服务也十分令人满意,精心安排了一些学员互动活动,建立了首期VMT班交流群,让大家有机会彼此加深了解、建立联系、扩大了朋友圈,方便未来进一步交流学习和分享经验。

上述学员的观点在所有参训学员中形成了共鸣。大家对此次培训给予了高度评价。据学员反映,VMT班是在充分调研市场需求的基础上,结合中国会展场馆管理和运营实际情况,通过市场化运作的方式精心策划推出的专业培训,是为会员企业提供优质服务的良好举措。



中外知名组展商欢聚沈阳话发展

本报讯 近日,以“沈阳会展,你我同行”为主题的会展论坛在辽宁沈阳举行。30多家国际知名组展商齐聚一堂,探讨会展业发展。

沈阳市服务业委员会相关负责人表示,本次论坛活动的举办,有助于提高沈阳会展业国际化水平,在推进沈阳与国内外知名组展商开展交流合作、拉动相关产业发展、增强沈阳核心竞争力等方面都有促进作用。

据沈阳市服务业委员会统计,今年前三季度,该市共举办各类会展活动336次,同比增长11.3%,意向交易额2432亿元,同比增长10.3%。沈阳还专门设立了会展业发展专项资金,每年安排1亿元用于支持会展业发展。今后,将通过降低补贴门槛、扩大补贴范围做大规模。

沈阳去年会展业规模,经济总量已占全省的58%。其中,中国国际装备制造业博览会、中国沈阳国

际现代建筑产业博览会、中国(东北)二手车交易博览会等三个展会在全国同类展会中排名第一。

沈阳会展业的发展状况,得到了参会嘉宾的认可。中展集团总裁贺彩龙表示,沈阳具备发展会展业的天时、地利、人和。我非常看好沈阳会展业发展环境,希望通过此次活动的交流,进一步拓展沈阳市场,在服务公司业务的同时,帮助沈阳会展业更好更快地发展。贺彩龙说。(钟鹰)

中国国际进口博览会将落户国家会展中心

本报讯 11月5日,首届中国国际进口博览会倒计时一周年启动仪式在京沪两地同时举行。该博览会将落户国家会展中心(上海)。

在启动仪式上,商务部部长钟山表示,举办该展会是主动向世界开放市场的重大举措,充分体现了我国的自信和对外开放的决心。

记者从展会举办地虹桥商务区管委会获悉,商务区将全方位做好博览会的功能承接,目前初步制定了五方面举措,以做好博览会的配

套保障工作。

一是将推进国家会展中心周边道路、停车场等重大工程项目,包括建设中国际进口博览会上下沉式广场项目,推进国家会展中心二层连廊延伸工程建设等。诸光路地面道路、诸光路地道等国展中心周边道路将加紧建设。

二是完善会展周边交通组织保障,确保交通畅通。包括制定交通组织方案、开展国家会展中心与中运量之间连接的研究工作。

三是加强博览会服务配套系统,梳理虹桥商务区范围内保障重大展会的配套设施、节庆活动等情况,编制相关联动工作方案,加快推进相关酒店以及文化、商业设施投入运营。

四是指导督促重点区域管理提升,开展国家会展中心周边区域市容环境综合整治与提升工作,形成相关方案并组织实施和检查。

最后,将制定完善交通应急预案,并开展相关应急演练,以加强应急处置工作。(宗贤)

如何做好展会的微信营销

■ 王涛



●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

当下,会展企业利用社交媒体平台进行微信营销日趋广泛。统计数据显示,截止今年6月底,微信和WeChat的合并月活跃账户数达到9.63亿,而新兴的公众号平台拥有1000万个。微信作为最热门的社交信息平台,也是移动端的一大入口,正在演变成成为一大商业交易平台,其对营销行业带来的颠覆性变化开始显现。

移动互联网、智能手机、社交媒体的快速普及,使得以微信为主的移动终端成为展商和观众在互联网搜索引擎外,获取展会信息的另一

重要入口,也成为了近几年会展企业营销转战的必争之地。微信二维码也以几近简单粗暴的方式,挤满了从展会海报、展会入口、展馆通道到参展企业展位的各个角落,成为展会上无法忽视的常客。

纵观微信营销模式多种多样,其中以互动营销为主要营销手段的微信公众平台最为引人注目。微信用户既可以通过线下扫描企业发布的公众号二维码关注公众号平台,也可以通过线上搜索、朋友分享的方式订阅该公众号。平台则可以利用分组和地域控制实现精准的消息推送,直指目标用户,然后借助个人关注和朋友圈,实现品牌的病毒式传播。

笔者就微信公众平台的运营谈谈如何做好展会的微信营销。

首先,微信公众平台运营需要优质的内容。

目前,很多会展企业都在使用微信公众号,但实际上每个企业公

众号的阅读量都有不同程度的降低,由于信息量太大,人们无从选择信息,淹没在订阅平台中。一些展会主办方借助技术手段的对接,开发出深度定制的微信公众号,实现了多种功能的结合。但事实上,对于展会微信营销,依然遵循内容为王的道理。

展会微信营销针对的是专业买家,这实际上是主办方试图通过微信进行一个针对买家的圈子营销,会展企业微信公众号的目标用户,必然是潜在参展商、已报名参展商、潜在观众、已报名观众。从目标用户的需求分析,展会上最新产品、技术、展商动态、展会活动、行业最新动态发生的资讯新闻、展会服务等,都是这些用户最关心的内容。在这个内容为王的时代,只有持续为用户提供有趣的、能够获取新知的、可带来商用信息价值的、与目标用户高度关联的内容,才能使展会微信成为吸睛法宝。而只有留住用

户,才能通过不断传递关键价值信息,撬动其参展、参观欲望和行为。

其次,结合线上活动与线下展会,增强互动性。

我们在为企业定制化营销方案的过程中,一度曾开发过的红包节、摇一摇、刮刮卡、大转盘、星际争霸等一系列基于微信公众平台的互动游戏,适合主办和展商在展前、展中、展后增强与展商、观众之间的互动,对于微信公众号的吸粉和增强用户活跃度有极大的帮助。因此,善用展会的平台资源,通过微信活动使平台、展商、观众三方联动起来,把单方面信息传递转变为多方互动,才能增强用户粘性,最大程度释放微信营销效能。

再次,注重微信的媒体特性,提升客户黏度。

一般展会一年举办一次,或是一年举办两次,且每次举办时间只持续3-4天。在展会的空窗期,主办方可能面临展商客户、观众流

失的情况。通过微信公众号的维护与受众保持联系,可提高其对展会的忠诚度,增加客户粘性。如建立一个垂直行业的头条媒体,此方面可参考会展人头条,将微信公众号打造成为行业资讯、媒体、杂志等各种行业资源的资讯集合体,能够有效提高用户获取信息的效率,发挥微信作为媒体的属性,有效留住目标客户。

最后,注重功能性的建设优化,改善用户体验。

微网站则是用户在微信了解展会信息的主要通道,网站体验的优劣将直接影响受众对展会品牌的判断。如果通过微网站建设优化,并使其具备展会介绍、展商介绍、同期活动、展会资讯、预登记、关联服务等多项功能,将有利于打造视觉性、功能性、权威性的微网站形象,改善用户体验,提升展会品牌。

(作者系上海展联软件技术有限公司总经理)