

●会展关注

河北出台《关于加快推进现代服务业创新发展的实施意见》

廊坊将建会展小镇 扩大现代服务业占比

■ 本报记者 周春雨

近日,河北出台《关于加快推进现代服务业创新发展的实施意见》(以下简称《意见》),明确提出加快推进现代服务业创新发展,2018年至2020年,河北省服务业增加值年均增长10%左右,到2020年,河北省服务业占GDP的比重将超过45%。其中,廊坊市规划建设以会展小镇、医疗小镇、金融小镇、教育文化小镇、民间博物馆小镇、演艺小镇等为支撑的服务经济示范区。

推进现代服务业发展

河北省支持廊坊市、保定市发

挥环首都一线地区的优势,着力发展信息技术研发、大数据、科技服务等服务业,同时支持张家口市抓住举办2022年冬奥会和冬残奥会有利时机,发展文化旅游、冰雪旅游、体育健身、新能源技术研发等现代服务业。

廊坊市城乡规划局有关负责人曾表示,为落实2030版城市总体规划,将廊坊建成“环北京城市群重要节点”,承接北京非首都功能疏解,廊坊市将推动北部文创与高端服务发展区、中部科创与临空发展区、南部先进制造业发展区三大产业分区发展,在域内重点建设24个特色产业聚集区。

该负责人强调,近年来,廊坊会展经济在城市营销中发挥着重要作用。廊坊的基础设施、服务环境、城市管理、文化理念、市民素质等,也在服务会展经济过程中悄然提升。

打造北方会展中心城市

会展业已经成为城市经济发展新的增长点。在2017年河北两会上,有政协委员提交提案,建议将廊坊打造成为北方会展中心城市。

廊坊市拥有成为北方会展中

心城市的四大优势:区位优势、交通优势、产业优势以及认同优势。

该政协委员提出,将廊坊打造成为北方会展中心城市,要搞好顶层设计,建设京津冀会展产业园。根据京津冀会展业形势发展和市场需求,建议在产业园内建设40万平方米大型会展场馆。产业园及场馆、配套设施的建设以廊坊市为主,河北省委、省政府给予政策支持。

在廊坊国际展览集团有限公司董事长王建东看来,会展业是公认的绿色产业和现代服务业,对廊坊开发区的城市营销、招商引资、吸引人气产生了很大的推动作用。廊坊着眼开发区会展业发展需求,正在谋划新建大型场馆,打造集会展、商务、高端服务为一体的现代化中央商务区。

加快专业展品牌建设

作为目前河北省唯一的国家级综合展会,今年举办的中国·廊坊国际经济贸易洽谈会(以下简称“5·18”经洽会)按照“国际化、精准化、专业化”要求运营,吸引了1422家机构和企业、2079位嘉宾客商参



展参会。

记者从知情人士处了解到,为了提升“5·18”经洽会的品质,从去年7月起,廊坊市成立了由廊坊市委书记、市长任主任,廊坊市委四套班子相关领导协同负责的承办工作委员会,并设立了17个统筹组。同时,河北省直部门在廊坊开展集中办公,积极协调、高效协作。

业内人士表示,“5·18”经洽会已经成为廊坊的会展名片,其运营能力的提升对于廊坊发展会展业具有里程碑的意义。

据记者了解,今年以来,廊坊先

后举办了首届京津冀(廊坊)图书展览会暨全民阅读文化节、2018中国(廊坊)春季渔具展销订货会、2018京津冀智慧城市建设博览会暨第二届河北智慧城市博览会等专业类展会。但与“5·18”经洽会相比,这些展会还没有形成影响力。

上述业内人士还表示,对于廊坊而言,发展会展业需按照开放、合作、共赢的原则,秉持国内一流、国际知名标准,在支持服从国家发展大局和遵循市场规律、行业发展规则中实现会展业跨越发展。

北京礼品展:特展集体上线 “新生”好礼抢眼

■ 本报记者 苏旭辉



日前,第38届中国北京国际礼品、赠品及家庭用品展览会(以下简称北京礼品展)在北京中国国际展览中心举行,“品牌专区”“收藏品专区”“3C电子专区”“IP授权展区”“文具展区”“原创展区”“国际展区”“福建展团”八大主题展区集体上线。

据北京礼品展组委会统计,来自北方地区专业买家的数量、质量、来源地较以往均大幅增加,32000余位礼品渠道商、零售商、网络分销商及企事业客户组成的专业观众入

场参观,1000余家国内外礼品行业知名品牌参展。

韩国客商看好中国市场

展会期间,韩国展团举行了“进口品质 优质货源”2018韩国产品推荐专场,带来精致的化妆品、田园风情的手工艺品、智能化的电子产品以及美食、服装等新生代礼品。记者了解到,韩国展团本次展示的商品均是首次在中国销售。参展商告诉记者,参加北京礼品展就是“试探”一下中国市场,看看中

国消费者对这些产品的反应,包括价格、性能等。

食品方面,韩国展商带来了鱼饼、济州河豚汤、韩牛火腿、巨济岛炸牡蛎等极具韩国特色的美食,吸引了不少中国观众购买。不过,有观众表示,这些食品味道确实很有特色,但价格太高。也有韩国展商向记者提到,食品从韩国制作完成再运到中国,成本自然会增加。

化妆品方面,韩国展团主要展示了护肤品、药妆、天然脱毛剂、美容仪等产品。有参展商表示,相较

于食品,中国消费者对韩国化妆品认可度较高。从现场观众的反应来看,所展商品无论是价格还是质量均能得到认可。

客户商家精准匹配

为了更好地促进交易,北京礼品展组委会利用线上 Match Me 智能商务配对服务平台以及展会官方APP等信息设备,为专业观众提供线上匹配服务。买家在利用平台浏览搜索展商信息时,平台会根据客户采购需求精准匹配目标展商,并提供免费打印展商名单和预约会面行程的服务。

TAP 钻石买家服务历来是北京礼品展的营销王牌。据了解,本届展会共迎来1500余位TAP大买家进场参观,人数远超往届。展会通过组织区域买家见面会,以及邀请金融、保险及互联网行业钻石买家与潜在展商共赴下午茶等形式,在三天展期内共促成2000余场买家与匹配展商的一对一专场对接,实际产生交易额约1.5亿元。

为帮助买家高效遴选优秀产品,此次展会还设立了“最受欢迎人气产品体验区”,同时,体验区还设立了人气投票机制,观众在参观之余可给目标礼品投票打CALL,实则打通的是与展商之间的联系通路,轻松订货尽在指尖掌握。

另外,“2019 FIBA 篮球世界杯产品授权发布会”也是本届展会的一大亮点。主办方期待利用授权、特许产品生产的形式,将篮球运动的魅力与激情传递给热爱篮球的球迷。现场发布了多款篮球世界杯主题纪念徽章、服饰、运动产品,同样吸引了众多拥趸。



●会展传真

深圳国际会展中心 有望9月底封顶

本报讯 记者从深圳国际会展中心方面获悉,目前,该中心钢结构施工持续推进,主要展馆有望在9月底实现钢结构封顶。据介绍,截至目前,由中建钢构有限公司负责制造和安装的27万吨钢结构已安装完成75%,其中A9、A8、A7、A3、A4、C9、C8、C7、C3、C1展馆已实现钢结构封顶,部分展馆已进入机电安装阶段。(盛宝文)

山西争当“储能+” 会展引领者

本报讯 为深入宣贯《关于促进储能技术产业发展的指导意见》(发改能源〔2017〕1701号)文件精神,推动国家有关支持储能产业发展的电力市场化改革、电力辅助服务等政策出台,2018中国(山西)储能产业博览会将以项目带会展、以会展促发展”,吸引百余家国内外储能及相关产业将于9月28日至30日齐聚太原。

本次博览会立足山西,放眼全球,有关能源协会、研究会和企事业单位,有关发电、电网企业,新能源企业、电力大用户、配售电公司踊跃报名,目前,各项招商招展工作进展顺利,宁德时代、南都电源、普能世纪、阳光电源、欣旺达、绿草地、北控能源、天合光能、中科华孚等国内知名和新秀企业争相布展。中国能源研究会储能专委会、北极星电力网、山西复兴能源研究院等8家国内智库单位联合,同期还将组织举办“中国(山西)‘储能+’产业发展高峰论坛”,共同探讨储能发展新模式。(单昕昕)

“黑科技”亮相 成都交通安全展

本报讯 日前,第十届中国国际道路交通安全产品博览会暨公安交警警用装备展览会在成都世纪城新国际会展中心举办。

展会现场,智慧交管大脑、人脸识别、鸣笛抓拍、疲劳驾驶预警系统等交通方面的“黑科技”一一亮相,让与会者大开眼界的同时不禁惊叹科技发展将让交通违法行为无处遁形。

据了解,本届展览会展出面积3.3万多平方米,总展位1500多个,参展的国内外知名厂商达320余家,规模为历届之最。(程杨)

香港四展同期举办 展商数量创新高

本报讯 日前,第29届美食博览、第10届香港国际茶展、第3届美与健康生活博览以及第5届家电、家居博览在香港国际会议展览中心同期举行。据了解,此次四展同期举办吸引了2100家展商参展,打破历届纪录。

据香港贸发局有关负责人介绍,四展同期举办旨在汇聚境内外展商,展示美食、茶产品、美健康的生活方式。为了促进经贸合作,四展会的主办方香港贸发局组织来自27个国家和地区的超过100个买家团与会洽谈。此外,为促进参展商、买家了解“一带一路”商机,组委会还特别设立美食博览“清真食品区”并举办有关清真食品认证研讨会。

此外,香港贸发局联合新创建集团及社会创业企业BottLess,推广“无塑”生活,在展场内以试行形式提供可循环再利用的餐盒借用服务,而香港国际会议展览中心则提供木制餐具。(宗翌雯)

智能时代呼唤会展生态圈

■ 周景龙

础和条件。

根据百度百科的解释,生态系统(Ecosystem)是指在一个特定环境内,相互作用的所有生物和此一环境的统称。在当下的创业者中流传一种说法:在找投资人时,如你大谈特谈市场规模和盈利前景,投资人连眼皮都不会抬一下。若你说到商业模式,投资人或许会抬起头来显示出一丝兴趣。但如果你提到“生态圈”,这时的投资人一定会两眼放光。尽管这种说法有些夸张,但足以表明商业生态圈的重要性。

那么,什么是商业生态圈?它是指商业活动的各利益相关者共同建立一个价值平台,且所有利益相关者都要关注其所在的价值平台的整体特性,通过平台撬动其他参与者的能力,使这一系统能够创造更多的价值,并从中分享利益。

也就是说,商业生态圈最大的

价值是让所有的利益相关方从整体的高度审视整个商业的发展,以对其有深入的认识,并由此对自身进行更加精确的定位,以适应充满生机同时又危机四伏的商业生态圈。

笔者认为,相比其他行业,会展本身就已经是一个平台,只是目前的状态是会展产业上下游仍然固守供应商与客户的关系,尚未形成新的商业模式,还在延续工业时代明确分工的逻辑。现阶段,会展业为什么要跳出传统工业时代的分工逻辑?这是因为,当下已经进入以连接为特征的信息时代。特别是移动设备、大数据、传感器、定位系统、社交网络的应用普及后,商业元素的连接性大大增加,人与人、人与物、物与物之间的对话都变得更精准、更可靠、更高频了,商业关系不再像工业时代那样棚、分明。这里并不是说“分工”不再重要,而是

说“分工”与“连接”必须并行,叠加起来共同发挥作用。置身智能时代,行业的边界越来越模糊,跨界合作成为新的商业秩序。当企业的竞争与合作范围无限放大时,就意味着进入一个“无界”的竞合时代。

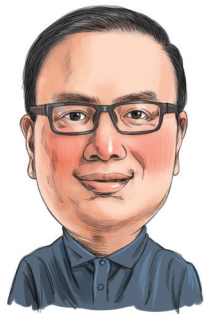
在这样的背景下,会展企业如果还不懂得如何连接万物,即使核心竞争力再强大,也可能面临被边缘化的危险。换句话说,进入智能时代,工业时代分工逻辑正在被颠覆。今天的商业环境变得异常易变、不确定、复杂和模糊,使会展企业必须要与产业链上下游、跨界合作伙伴甚至竞争对手连接,才能创造出更大的价值。同时,得益于移动、数据、定位、传感器技术的成熟,商业元素之间连接的可能性也大大增强。所以,商业生态圈的重要性就凸显出来。

彼得德鲁克曾说过:“动荡时代

最大的危险不是动荡,而是延续过去的逻辑。”而生态圈就是在智慧时代下新商业逻辑的一个重要标签。

在笔者看来,建设会展生态圈,除满足参会者本身的商业需求之外,如果通过并购合作能够满足他们参会时吃住行等方面的外延需求,也是有着巨大商业空间的。简单说,会展生态圈有一个关键点,就是要围绕同一客户群,通过建立围绕一群体的多类产品和服务,来满足他们的各种需求。但同时,建设会展生态圈也提出新挑战:生态化发展适合于数字能力比较强的企业,如果没有数据化能力,谈不上生态化发展,起码不是新商业生态的发展思路。但生态圈的生命力一旦被激活,就会在竞争中发挥更大的优势。

【作者系道同共创(北京)科技有限公司CEO】



●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

近段时间,一篇《一文看懂小米生态链》的文章被微信朋友圈不断传播,引起各界关注。于是,笔者也在思考:进入智慧时代的会展业,随着会展业数字化转型的不断推进,未来,具备数字智能的会展企业必然会围绕核心客户的需求整合相关业务,形成会展模式的生态圈。这是因为,会展具有建设生态圈的基