

●会展关注

澳大利亚企业积极筹备再战进博会

■ 毛雯

澳大利亚政商界和民间企业界正在积极筹备参加第二届中国国际进口博览会。中国驻悉尼总领馆经济商务参赞王洪波近日在接受媒体采访时表示,做好第二届进口博览会的相关筹备工作是悉尼总领馆及经济商务室今年的工作重点。“进口博览会是一个重大的外交活动。我们希望确保在各层面保持、甚至超越第一次进口博览会所取得的各项第一。”王洪波说。

谈及未来工作方向,王洪波透露,“澳大利亚制造”作为澳大利亚知名商标,拥有很多制造业企业会员,如何通过这个商标带动制造业高科技企业参加第二届进口博览会将是未来的工作重点。另一个目标是深挖澳服务企业参展,澳大利亚医疗保健领域的研发、自主知识产权、服

务都有出口中国的潜力。

澳大利亚参展首届成果丰硕

2018年,在第一届进口博览会筹备之际,澳联邦政府便对参展表现出高度热情。“澳大利亚是很早确认参加国家展和商业展的国家。”王洪波说。中国国际进口博览局数据显示,第一届进博会期间,澳大利亚共有116家参展商携200多个品牌参展,展出产品数量居第三位,超过法国、西班牙、英国和荷兰产品的总和。

此外,中澳公司签署了为期5年、总金额为150亿澳元的11项协议,涵盖旅游、资源、基础设施、商务、消费及医疗保健等行业。

“澳大利亚参展品种非常全面,除传统行业以外,旅游、教育、体育、文化都在其中。”据王洪波介绍,去

年除企业参展外,澳大利亚贸易委员会也搭建了一个包括10所澳大利亚大学在内的20家实体单位的展台。

王洪波称,进博会不仅受到澳联邦政府高度重视,各州政府也积极参与其中。维州、南澳州、新州、昆州均派政府代表参加了第一届进博会。新州政府还在进博会期间举行了新州樱桃对中国出口启动仪式,并在首届进博会上成为除南澳州以外,第二个不需要进行病虫害防治预处理,可直接出口樱桃到中国的地区,这对新州农业是一大利好。

澳期待第二届进口博览会

由于第一届进博会在澳商业界产生了积极影响,更多出口商对进博会表现出浓厚兴趣。王洪波称,

去年12月6日在悉尼举行的第二届进口博览会推介会座无虚席,会后的签约也很热烈。“很多没有参与首届进博会的企业也积极询问报名程序,与首届参展商相互交流。活动还延长了30至40分钟,这在贸易推广活动中是很少见的。”

自2019年1月1日起,中澳自贸协定关税减让进入第四阶段即最后阶段,中国出口到澳大利亚的产品均是零关税,而几乎所有澳大利亚出口到中国的产品也是零关税。王洪波说,这给澳大利亚企业带来的出口机遇是显而易见的。

2019年新年之际,王洪波收到新州贸工部发来的邮件,新州贸工部长在信中说参加第一届进博会收获满满,希望与中国总领馆再次联合举办第二届进博会临行前的介绍

会,并期待双方就进博会和其他双边贸易投资活动加强合作。王洪波认为:“进博会像一个抓手把中澳政商界机构牢牢地凝聚在一起。”

据了解,第二届进博会组成形式与第一届基本相同,将由国家展、企业展和虹桥金茂论坛组成,展览包括制造业、消费、食品、健康和服务五个主题。王洪波称,展览面积和报名截至日期会做相应调整。报名截止日期将从6月底提前至4月底,以留出更多时间为企业布置展览、产品推广和配套后续工作做准备。

王洪波欢迎更多澳企业积极参加将于11月5日至10日在上海举行的第二届进博会,共同展示澳大利亚的产品、服务、质量、文化和品牌。



●会展传真

新加坡展会贺新春

本报讯 在新加坡举行的第26届“春城洋溢华夏情”文化、艺术、旅游展为观众带来了浓郁的春节气氛。该展自去年12月30日揭幕,将于2月12日落幕。春节期间,在新加坡购物中心和来福士城购物中心举办一系列文化活动,包括工艺品展览及艺术表演,让公众在农历新年期间感受浓郁的文化气息。

为配合此次活动,主办方举办多场演出,演出方包括中国歌舞剧院、兰州歌舞剧院、广西歌舞剧院以及甘肃杂技团等。在新加坡购物中心展出的工艺品包括苏州天舒丝绸、玉雕精品、皮雕画艺术品、传统剪纸艺术、中国书法、户县农民画、中国传统服饰,以及唐三彩系列等。展览会为新春佳节增添了喜庆气氛,受到欢迎和好评。

据悉,该展会由新中文化教育交流中心主办,新加坡国家旅游局、中国驻新加坡旅游办事处、新加坡中国商会和《联合早报》联合协办。

(蔡本田)

郑州国际会展中心即将举行多场大型展会

本报讯 郑州市会展办近日透露,春节过后,多场大型展会将在郑州国际会展中心陆续举行。据了解,2月16日至17日、2月26日至27日,两场大型人才招聘会在郑州国际会展中心举行,将有近千家企业进场招聘。

2月23日至25日,2019春季中国(郑州)第34届中原广告展将在郑州国际会展中心举行。作为全国知名的广告标识展览会,本届展会展览面积将达6万平方米,汇聚数千家广告行业领军企业,集中展示广告标识产业链的最新技术及高质量服务。

2月28日,2019郑州国际新能源汽车暨充电桩技术设备(春季)展览会也将在郑州国际会展中心举行。河南是全国第一批新能源汽车推广应用的主要省份,既是我国新能源汽车的生产大省,又是电动汽车消费大省,且区位优势优越,可辐射秦、晋、冀、鲁、皖、鄂、川。该展览面积1.5万平方米,涵盖纯电动车、节能与新能源汽车、零部件以及充(换)电等配套设施四大类别,还将举行产业发展研讨会、大型对接会等多场活动。

(王健)

湖南宁乡办农产品展 帮扶贫困户

本报讯 近日,湖南省宁乡市坝塘镇商会成立暨“呷在坝塘”第二届精准扶贫户农产品展销大会热闹开场。精准扶贫户摆出百余种农副产品,吸引数千名观众。据了解,此次活动帮助200户贫困户售出30多万元的农产品。

“从1月份开始,我们发动各村定期上门走访、登记造册,持续帮贫困户销售农产品。”据坝塘镇相关负责人介绍,在此次活动开始前,当地已帮助贫困户售出农副产品76万元。之后,当地将通过新成立的商会,为贫困户脱贫搭建更多的平台,提供更多帮助。

据了解,今年宁乡市坝塘镇、横市镇、东湖塘镇等多个乡镇(街道)通过这样的展销大会,帮助贫困户将劳动成果转换成真金白银,让他们欢欢喜喜过大年。(李曼斯)



『欢乐春节』文化展会彰显华夏魅力

■ 廖志

2月3日至2月5日,正值国内新春佳节,与此同时,在地球的南端也弥漫着一种别样的中国年味。中国驻南非大使馆“欢乐春节”非遗展示活动近日在比勒陀利亚布鲁克林剧院拉开帷幕,共有木版年画、风筝、灯笼、面塑、糖人、洛阳牡丹画、剪纸等七大类中国非遗项目亮相。

在中国春节来临之际,本次活动与河南省非物质文化遗产小组访问南非结合起来,旨在向南非观众介绍中国传统文化和春节习俗,从而让更多南非乃至非洲民众对中国有更深入的了解。

活动期间,共有木版年画、风筝、灯笼、面塑、糖人、洛阳牡丹画、剪纸等七大类中国非遗项目集中展示。活动还特别设有互动体验区,当地观众在中国民间艺人的指导下,体验到这些非遗项目的制作过程,特别是糖人、面塑等项目颇受少年儿童喜爱,展台前一时喧嚣。

非物质文化遗产是指各族人民世代相传并视为其文化遗产组成部分的各种传统文化表现形式以及与传统文化表现形式相关的实物和场所。非物质文化遗产既是历史发展的见证,又是珍贵的、具有重要价值的文化资源。中国的非物质文化遗产是世界非物质文化遗产中的瑰宝。

中国驻南非大使馆文化参赞周勇表示,这是中国驻南非大使馆首次举办以春节为主题的文化活动,而举办此次活动的最大目的就是将中国传统文化艺术推向南非社区,从而让更多南非人民了解体验中国传统文化,感受中国春节的无穷魅力。

周勇表示,活动受到了南非民众的普遍欢迎,中国大使馆有信心将这一活动继续办下去,使之成为中国和南非两国每年的重要文化交流活动之一。“这是一个很好的开端,我们有信心做深做细,未来通过引入民族音乐、特色美食等其他文化项目,让这一活动更加丰富多彩。”他说。

据悉,本次活动于2月4日移师约堡科学博物馆,继续向南非观众展示中国传统文化精髓。

第15届中国泵与电机展在浙江温岭举办

■ 本报记者 文/图 周春雨

2月11日至13日,第15届中国泵与电机展览会在浙江温岭会展中心举办。据介绍,本届展会规模3万平方米,展位超过1200个,为历届规模之最。其中,特装企业共203家,为历届展会特装最多,比上届增加12.8%,占到总数的37.6%。

据了解,因展览场地受限,每年只能在全国各地800多家报名企业中甄选60%来参展。今年报名人数再创新高,组委会额外开辟50多个展位以供540家企业参展。其中,

来自全国的规模以上企业占60%,上市企业6家。

在国外品牌方面,有来自美国、日本、韩国、德国等国际领先产品、企业品牌入驻展会。国内采购开展首日吸引了采购商及专业观众近4万人次。专业外商有来自俄罗斯、乌克兰、伊朗、巴基斯坦、韩国、约旦、伊拉克等10多个国家的80多名采购商直达展会进行外贸活动。

本届展会采用智能票务登记系统,以手机登录方式替代传统纸

质登记模式,采购商通过扫描关注“泵机界”微信公众号,通过线上领票领取电子票二维码,实现泵机展电子票核销,准确读取入场人员数量。

统计显示,中国泵与电机展览会举办的前14届共吸引了5645家参展企业,吸引来自全国各地42.16万人观众和专业采购商,现场成交30.34亿元,意向合同72.03亿元,还有20个国家和地区的1000多名外商到会观摩、洽谈。



关于“新会展”的另一种解读

■ 李益

因此,目前的会展称为“行业”似更恰当。根据国民经济行业20个门类的分类:“会议、展览及相关服务”属于“租赁和商业服务”门类下的“商业服务业”大类,又分为“科技会展服务、旅游会展服务、体育会展服务、文化会展服务,和其他会议、展览及相关服务”五小类。业界惯称的“会展”仍是一个大类别,尚未对应其他产业和行业。

但从会展行业的发展远景来看,行业资深专家、学者提出和致力推动的“产业会展”是更宏大的规划,诚如所述:“所有产业所举办的会展活动,都把它定义为产业会展”“把产业会展规律研究好了,上升为会展产业整个发展的普遍规律,是一件非常重要重要的事情。所以说,产业会展是会展产业的基础和主要内容”。

会展业作为现代服务业的重要组成部分,“已经成为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台,在我国经济社会发展中的作用日益凸显。”现代服务业,既包括新兴服务业,也包括对传统服务业的改造和升级,“新会展”之“新”,正在于此,一方面对于传统的改造升级,一方面是“新兴”。二者并非独立,都是伴随互联网、大数据、人工智能等新技术,围绕满足高层次和多元化的会展需求,以“智慧”为核心,提供高附加值服务。

按照周景龙文中提到新会展模式的几个特点:即“概括起来就是诚信会展,智能会展,体验会展和生态会展。”而笔者以为,“新会展”应包括:新业态、新形态、新模式三个方面或内容。

新业态,是指基于不同行业间的组合、行业内部价值链和外部产业链环节的分化、融合、行业跨界整合,以及导入新兴技术所形成的新型企业乃至行业的组织形态。会展新业态势必形成和发展的成因包括:技术创新、行业升级、会展市场需求“倒逼”三大重要因素:

一是技术创新。从互联网,到云计算、大数据、物联网和人工智能,以及即将基于5G的移动互联,都已经和正在催生大量新业态,其与服务业的融合势必催生会展新业态,尤以会展营销服务、会展服务策略设计(不是传统意义上的会展设计)两个环节首当其冲,将极大提高这两个环节在产业链中的地位和附加值;同时,也必将导致会展产业链两端的营销服务和传统展览环境氛围服务的分离,出现新的商业模式,传统会展产业链上组织、机构及企业之间的关系也将随之产生变化,这种变化同样会催生新业态。

二是行业升级。新时代,新使命、新要求,会展行业作为进一步深化改革、扩大对外开放的“大国平台”,如何推进行业转型升级和科技

创新,都指向了如何发展新业态的问题。渠道创新、需求创造,是新的经济效益的增长点,正如周景龙文中指出的,“进入新会展时代的新会展项目,则是更加注重优质的内容、极致的体验、科技的应用、裂变式传播。”这一需求已经快速替代了传统展览时期获得质量优良会展产品的需求。以体验的“创意”“创新”为核心的新业态,将是传统展览发展的更高阶段。

三是市场需求“倒逼”。除了技术变革的推动,参展商和观众需求所产生的倒逼机制在新业态更新中也发挥着重要作用。如何“捕捉”散落在“碎片化”中的“欲望”?如何实现一对一的精准营销?如何满足会展不同细分市场、甚至是单个个体的消费需求……已经成为不可回避的商业现实。因此,行业所提供的产品和服务,其价值主张和商业模式一旦发生变化,就会成为企业拓展新业态的重要机会。

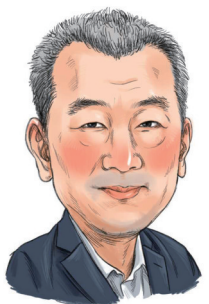
新形态。形态是“事物存在的样貌,或在一定条件下的表现形式”,传统的会展是什么形态,我们都很清楚,而淘宝造物节、阿里巴巴云栖大会、腾讯合作伙伴大会等案例对于传统展览的“颠覆”也好,改造也罢,令“会展业界忧虑的是,这些案例却是会展业很难效仿的”,形态之新,可能是最直观的理解;而背后,“形态”从会展思维、会展组织、

会展营销到会展语言,应用领域广泛,几乎无所不包,实质却是针对特定消费者的特定需求——甚至是创造出需求,按照一定的战略目标,有选择地运用会展营销和品牌传播策略,以及组织结构、布局、格调、主题、IP、资源、销售、服务、技术等一切手段,提供类型化服务。

新模式。会展的商业模式是指为实现参展商的品牌、产品、传播三个价值的最大化,整合能使行业一企业运行的内外各要素,形成一个完整的、高效的、具有独特核心竞争力运行系统,以最优实现形式满足客户需求,同时使系统达成持续赢利目标的整体解决方案。再简单地讲,就是行业—企业以什么样的价值主张、针对什么样的客户、提供什么样的服务、藉此盈利——这些服务或产品的整个体系称之为商业模式,核心是整体解决方案。笔者曾特别针对会展服务企业,提出“会展活动营销整体解决方案”的框架,包括基本服务、扩展服务、增值服务,以及相应的架构和盈利模式。希望在今后继续深入交流。

所以,新业态、新形态、新模式是分别从行业产业链、行业—企业—服务内容、行业—企业的商业—营销模式这三个不同角度对“新会展”的描述。

(作者系北京逸格天骄国际展览有限公司副总经理)



●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

近来,道同共创(北京)科技有限公司CEO周景龙连续以《关于智能科技为2019年会展业赋能的几点预测》《也谈新会展模式如何落地》两篇文章提出了“新会展”的概念,并从智能化推动会展业变革是必然发展趋势的角度,提出“应抓住这一契机,拥抱智能科技,打造符合各产业发展的新会展生态体系”。

笔者对于“新会展”及相关问题亦有所思考,愿与业界分享和探讨。

在概念上,行业是指“按生产同类产品、或具有相同工艺过程、或提供同类劳动服务划分的经济活动类别”,按照中华人民共和国国家标准GB/T 4754—2017《国民经济行业分类》,行业是“从事相同性质的经济活动的所有单位的集合”。而产业是由利益相互联系、具有不同分工、由各个相关行业所组成的业态总称,它们的经营方式、经营形态、企业模式和流通环节有所不同,但它们的经营对象和经营范围是围绕着重共同产品而展开的,并且可以在构成业态的各个行业内部完成各自的循环。