

●会展关注

跨界和资源整合为会展业赋能

■ 本报记者 兰馨

“会展业处于最好的发展机遇期。”中国会展经济研究会会长袁再青日前在南京举办的2019年中国会展经济研究会年会暨中国会展经济(南京)论坛(以下简称中国会展年会)上指出,会展业正在顺应新经济发展趋势,通过跨界和资源整合实现自身的赋能。

以“新生态 新动能 高质量”为主题的本次中国会展年会吸引了来自24个省市的会展管理机构、17个省市行业协会、273个会展相关企业、112所会展院校的700多位代表,创历届年会参会代表之最。可以看出,会展业界对新生态发展趋势极为关注。

与会权威人士表示,中国会展业不仅整体向好,且在区域战略布局、产业精准定位上出现了逐层发展的清晰化路径。

会展业进入黄金时期

“我国会展业进入了稳定的发

展黄金时期。”据袁再青介绍,根据中国会展经济研究会统计显示,2018年中国展览数量超过1万场,同比增长5%。同比办展数量持续增长,展会规模仍在增加,但均出现放缓趋势。值得关注的是,会展活动的质量明显上升。

袁再青认为,我国会展业新动能表现在四个方面:一是从会展业的新定位中发掘新动能;二是从国家新战略中获得新动能。如“一带一路”倡议、粤港澳大湾区建设、长江经济带等重大机遇,都将为会展业带来新动能;三是从新经济中获得新动能;四是从新科技中获得新动能。

“‘中国军团’成为国际知名展会的主要参展‘军团’之一。”西麦克国际展览有限公司总经理杨明介绍说,近年来,企业对市场推广意愿在增强,也倒逼展览形式创新加快,展览全球化进程加快。

北京第二外国语学院经济学院院长刘大可为认为,过去十年,随着物质消费的升级,服务消费正逐

步兴起。

区域会展产业升级

“会展业的发展对城市化水平具有重要的带动作用。”南京市副市长胡洪在中国会展年会上表示,当前,南京正围绕“创新名城、美丽古都”的发展愿景,积极促进会展业与“4+4+1”主导产业融合发展,按照“一主导产业、一知名会展”的思路优化布局,未来南京“一核三区”的城市会展业新布局将加速形成。同时,南京正在加快会展业市场化、专业化、国际化进程,健全服务体系,努力营造环境,打造具有特色的会展品牌,吸引更多的会展企业、更好的会展项目落户南京,建设会展业高端平台,促进行业内深度交流,引发业界更多的新思考。

据南京市贸促会党组书记何小庆介绍,到2020年,南京将初步形成以河西新城国际博览中心场馆建设为核心,同步推进江北新区、南京综合保税区与禄口空港、南部新城

等区域结合发展的“一核三区”会展城市新格局,布局更加合理、功能更加齐全、运转更加有效,在加快产业结构优化升级、创新名城建设中得到有力的促进作用。

对此,国际展览业协会(UFI)名誉主席、全国会展业标准化技术委员会主任陈先进表示,近年来,南京在推动会展业发展方面动作频频,令南京会展业跻身第一梯队,获得领先地位。

产地办展优势凸显

“与传统展会‘招展最难’不同,中国泵与电机展‘招展最易’,每届展会前启动24小时,展位全部被订满已成为常态。”浙江温岭国际会展中心有限公司总经理陈祥标坦言,与一些展会客户流失率高达70%不同,中国泵与电机展的参展企业基本上都是10年以上的稳定客户。

据陈祥标介绍,目前,浙江温岭的泵与电机生产企业已超过3000家,从业人员超过10万人,在全国

各地建有销售网点1万多个,在全国市场占有率达60%,年产值400多亿元,占温岭规模经济总量的25%。此外,温岭的泵与电机营销网络已覆盖美国、欧洲、非洲等180多个国家和地区。

“中国泵与电机展在产生强大互动共赢效应、获得优质资源、增加就业机会的同时,还直接推动了温岭产业转型和经济结构优化。”陈祥标表示,温岭的中国泵与电机展实现了“会展+产业”产业生态融合的发展路径。据介绍,根据发展规划,温岭将创建“泵业智造小镇”,打造首个千亿级产业集群。未来,温岭将延伸会展产业链条,加速创新业态集聚。

知情人士表示,于2007年创办的中国泵与电机展,开幕时间是每年的农历正月初七。不仅其举办档期有因时特色,其以业兴展、以展促业、互为反哺的发展模式也为产业会展的发展提供了有力的借鉴。

据悉,中国泵与电机展连续三年被列入商务部引导支持展会。



●会展传真

第二届进博会在北欧举办推介会

本报讯 近日,第二届中国国际进口博览会分别在芬兰和瑞典举办了推介会。

芬兰国家商务促进局东亚部主任苏啸岳表示,芬兰愿意继续发挥在信息通讯技术、清洁能源、生物等方面的优势,积极参加第二届进博会,并努力拓展在冬季运动、儿童早期教育等方面与中国的合作。瑞典贸易与投资委员会高级经理斯塔贝格称,该委员会将积极鼓励瑞典企业报名参加第二届进博会,向世界全面展示瑞典的形象和实力。

进博会是世界上首个以进口为主题的大型国家级展会。首届进博会吸引了172个国家、地区和国际组织参会,累计意向成交578.3亿美元。美好的前景与广阔的市场吸引了北欧企业积极参与。5家芬兰公司当场报名参展,已报名第二届的Elozo Oy公司甚至报名参加第三届。瑞典多家公司填写了报名表,瑞典纯天然健康产品研发、生产销售商Plantamed AB直接签订了正式的参展协议。此前已有8家瑞典企业报名。(宗赫)

千余家参展商 汇聚制冷展

本报讯拥有国际展览业协会(UFI)和美国商务部(USFCS)两项权威国际认证的中国国际制冷、空调、供暖、通风及食品冷冻加工展览会近日迎来了“而立之年”。由北京市贸促会、中国制冷学会、中国制冷空调工业协会等机构共同主办的第30届中国制冷展近日在上海举办。

该展会已成为全球同行业规模最大的专业展会之一。本届展会以“合作创新 共谋发展”为主题,共有来自33个国家和地区的1175家厂商参展,包括欧洲、美国、韩国、印度4个国际展馆。在开幕式上,联合国助理秘书长、联合国环境规划署代理执行主任乔伊斯·姆苏亚透露,随着气温上升,空调和制冷的需求也在飙升。

展会期间,组委会组织了全国设计院总工程师观摩团、冷冻冷藏业总工程师观摩团、暖通空调高端用户观摩团和专业买家团体参观展会,与展商进行互动交流。为彰显践行绿色环保的理念,组委会特别设立了臭氧气候技术路演、氨的安全应用和热泵专区。

(苏旭辉)

福州数字中国会展中心 本月交付使用

本报讯 第二届数字中国建设峰会将于5月6日至8日在福州举办,其中2场分论坛将在福州数字中国会展中心举行。日前,福州数字中国会展中心加快进行系统调试、地面保洁等收尾工作,本月交付使用。

据悉,福州数字中国会展中心为钢结构建筑,总高32米,整体2层、局部3层,占地面积66.6亩,总建筑面积约11.6万平方米。

历史上,郑和曾从福州长乐率众下西洋,在世界航海史上书写了光辉的一页。为纪念这段历史,福州数字中国会展中心总体以“海上丝路、数字福船”为设计理念,造型像一艘“福船”,象征着“数字福船”在福州扬帆起航,并蕴含着“数字经济”与“一带一路”的内涵。(马睿)



北京世园会压力测试首迎3万游客

本报讯(记者 毛雯)北京世园会开幕在即。记者从北京世园局获悉,北京世园会园区近日进行了约3万游客的半负荷压力测试。这是北京世园会园区首次迎接普通游客,对测试园区正常运营意义重大。

北京世园局有关负责人介绍说,截至目前,北京世园会园区工程建设总体完成,中国馆、国际馆、生活体验馆、植物馆、永宁阁等工程建设全部完成,“一心、两轴、三带、多片区”的北京世园会园区已经成型;服务保障工作全面展开,运行管理、礼宾接待、游客服务、安保团队等12个团队近4000人全部到位;北京世园会开幕式和试运行期所需要的高校志愿者也已顺利招募完成,正在开展系统培训。

此次组织首批来自北京延庆的3万名游客入园参观,目的是检验园区接待适应能力、管理流程通畅状况、各项工作组织能力和设备运行状况,让园区步入正常化运营。当天,演练现场78条入园通道全部开放,为满足游客

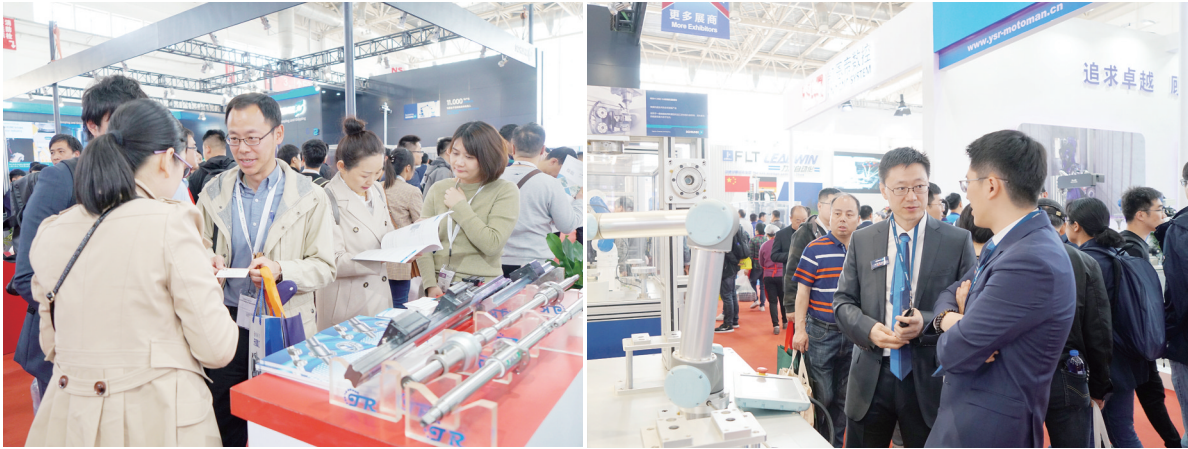
购物、用餐等消费需求,园区内已具备开业条件的商户均进行试运营,同时安排了30辆电瓶车投入运营服务游客。压力测试现场还组织了555名志愿者,按岗位分为18个业务口100个岗位点,为游客提供问询服务、秩序引导、接待协助、语言翻译等8大类服务。

当天,国际园艺生产者协会秘书长提姆·布莱尔克里夫实地参观了园区,听取了北京世园会筹备进展情况汇报。他表示,北京世园会筹办工作进展顺利,园区面貌焕然一新,令人钦佩,相信北京世园会将为世界打造一届极具特色、意义非凡的盛会。

北京世园会园区在规划之初就突出了“创新办会、有序利用”的理念,讲究“登高望远,慎始图终”。在借鉴以往经验的基础上,场馆建设考虑既能够满足会时办展需要,也满足会后转换会议展览的需要。北京世园会建设的中国馆、国际馆、生活体验馆、植物馆、演艺中心承担室内园艺展览和世园会开闭幕式、演出活动等功能,会后都可长期利用。



第十六届中国机床展在京举办



2019第十六届中国国际机床展览会(CIMT2019)于4月15日在北京中国国际展览中心(新馆)开幕。本届展会为期6天,将于4月20日闭幕。据了解,作为国际知名的四大机床展之一,本届展会由中国机床工具工业协会主办,并与中国国际展览中心集团公司共同承办。

本届以“融合共赢 智造未来”为主题,启用了中国国际展览中心(新馆)8个室内展馆和6个室外临

建展馆,展会规模达14.2万平方米,参展商来自28个国家和地区,计1700余家,国际知名机床工具厂商携新产品、新技术悉数亮相,展品主要覆盖展示主机、数控系统、功能部件、量具量仪、机床电器以及刀具、附件等。其中,主机产品包括金属切削类、金属成形类、特种加工类,以及三坐标测量机、火焰切割等其他类型设备。物联网、人工智能、工业机器人、增材制造(3D打印)等热

点技术成为关注焦点。

为满足不同参会需求,展会主办方举办了多场丰富多彩的主题活动,如论坛、成果展示以及近百场的技术交流讲座等活动来提升观展体验。

中国国际机床展览会于1989年创办,已经走过了30年的发展历程。经过主办方的精心培育,展会规模不断扩大,品牌地位和行业影响力持续提升,在全球四大国际机床展中名列前茅。(中展信合)

南京溧水空港会展小镇打造会展新标杆

本报讯 日前,在由南京市人民政府会展业办公室主办的2019年中国会展经济研究会年会暨中国会展经济(南京)论坛举办期间,与会代表考察了南京“一核三区”会展业发展布局之一的“空港特色会展区”核心载体项目——南京溧水空港会展小镇。

南京溧水地处长三角地区,是南京市新副城。作为华东地区的集空港、轨道、公路、水路于一体的枢纽新城,溧水交通优势十分明显。独特的城市基底和区位优势、强有力的产业支撑、深厚的人文底蕴、优良的生态环境,为南京溧水

空港会展小镇的创新发展、换挡升级带来了全新助力。

南京溧水空港会展小镇核心区规划室内净展15万平方米,会议建筑面积3万平方米、多功能厅2万平方米,此外将在区域内外配套总房量高达2000多间的酒店群、停车场8000余个,2022年全面投入运营后将成为江苏省最大会展综合体。

在南京溧水空港会展小镇,会展经济散发的创新时尚的现代感与溧水当地历史人文的厚重感融为一体,形成别样的文化品质。

在文化元素的打造上,除了主题商业街区外,溧水小镇将联合优

质资源方落位文旅体娱类IP,依托多功能场馆、充分利用滨水室外空间,举办赛事、演艺、文化类活动,建立城市居民文化生活新高地。强化自助、体验、互动的商业内容和文化功能,并通过多层次的餐饮服务来优化小镇全方位体验。另外,还将结合溧水地域文化特性,挖掘秦淮文化特质,立足百里秦淮源头、打造“秦淮之源”门户。

利用独特的滨水生态底板,南京溧水空港会展小镇致力打造“三生融合”的小镇风貌,引领会展产业发展、生态友好、宜居宜业的可持续创新模式。(建新)

突破边界即创造想象的未来

■ 唐雪



●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

在杭州的近3年时间里,笔者亲身感受了这座城市迸发的活力,以及这种活力滋养出的一系列突破想象边界的创新活动。细数众多活动,唯“2050大会”为颠覆性的佼佼者。这是一场以“志愿、年青、科技、团聚”为主题的年轻人物想未来的盛会。即将于4月26日至28日举办的第二届2050大会,杭州国际博览中心作为参与其中的一份子,将携手道同共创(北京)科技有限公司共同召集以“突破想象边界,活动创造未来”为主题的新生论坛。此论坛除与会展活动策

划人探讨活动发生的变化以及为会展带来的全新价值外,更多的是解读跨界活动的价值魅力。在第二届2050大会即将举办之际,在此提前分享几点笔者关于对创新活动的观察与思考。

观察一:场景体验。无论是阿里发起的一系列还是时下热门的新兴活动,能吸引人们蜂拥而至打卡传播在于其场景体验的独特性。场景体验包括场地设计、流程设计以及氛围营造等方面。在“快速”经济时代,设计力可以说是捕获眼球的第一要素。越来越多的活动选择在具有特殊气质的老厂房、创意园区、艺术园区等场地举办,但重要的是设计与活动内涵的匹配度,切不可“牛头不对马嘴”虚有外表。最近,笔者的同事受邀参加了某设计师节,地点就选在北京三里屯的一家酒吧内,不仅氛围营造与设计群体的特质完美匹配,活动现场更是高潮迭起。

观察二:活动价值。新技术手段以及不同领域所产生的新思维在于不断丰富活动的价值。纵观当下,活动已成为企业及机构品牌传播的重要手段之一。以阿里系举办的众多活动为例,无论是针对内部员工的活动,还是针对生态伙伴的行业活动,除发挥活动特有的仪式感,阿里更是借活动抢占了行业话语权,彰显企业实力,继而奠定了阿里在该领域的龙头地位。对于消费者而言,活动更多倡导的是一种生活方式。如淘宝造物节体现的年轻一代的价值观,一方面是商业行为,另一方面是消费者的个体行为,该活动扮演了与其他任何沟通方式不一样的角色。

观察三:形式变化。除前期营销、现场体验形式发生变化外,活动组织形式也出现了新模式。首届2050大会所带来的震撼仍有余韵,不到3个月的时间,通过“志愿”的组织模式为年轻人带来了一

场狂欢盛会。据统计,有将近50个志愿机构、400多名志愿者为2050持续服务,包括大会期间的现场志愿者,有超过1000人为2050的举办保驾护航。颠覆性的组织方式,在令传统会展人感受到压力的同时也对其充满好奇,这也是杭州国际博览中心深度参与第二届2050大会的主要原因,既是触摸这种互联网思维给会展行业带来的改变,也是提供一个自由开放的舞台,让来自行业内外富有创新、创造力的活动合伙人,共同分享关于“活动”的无限可能。

观察四:商业模式。传统会展收入基本来源于会务费、展位费、广告费等。但事实上,会展拥有大量尚未充分挖掘的潜在价值,人流、物流、信息流等大量流量汇聚必然存在转化潜能,找准切入点把握流量转化规律或能带来更多效益获取。笔者曾与一位专业展的主办方同行讨论过其商业模式,在

传统业务的基础上,他们做线上、细分、内容、社群,围绕人群和信息等不同维度放大活动衍生的品牌价值,在不断拓展获利渠道的同时,也成为行业领域中具有权威性与话语权的展会,目前创新业务的收入比例已经占到整体收入的30%。除活动主办方外,目前,场馆方也在探索场租之外的商业模式,以期充分挖掘场馆中的人流、信息流、物流等流量的巨大价值。

纵观上述种种,处在新事物大爆发的新时代,新技术、新创意、新内容在改变活动呈现形式的同时也不断加深着活动的核心价值。既要通过关注人群、技术、内容思考发展方向,更要关注活动举办后的留存价值,将核心资源留存下来,且不断积累,运用技术化手段再生并持续发酵,最终形成活动的生态循环。

(作者系北京北辰时代会展有限公司总经理、杭州国际博览中心总经理)