

● 会展关注

泰国推会展扶持新政 十大支柱产业获支持

■ 本报记者 兰馨



日前,泰国会议展览局(以下简称泰国会展局)以“重新定义泰国商机”为主题,在北京宣布最新推出一项新的支持政策,名为“360°展会成功”。顾名思义,泰国会展局将为赴泰国举办展会的人士提供全方位支持。

泰国会展局数据显示,2018年赴泰国会展旅游总人数为1255986人,同比增长19.85%。会展业总收入

为29.94亿美元,同比增长9%。其中,展览总收入为6亿美元。2019年一季度展览客商为43219人,同比增长60.66%,展览收入为1.01亿美元,同比增长44.58%。

在2016年至2018年泰国会展局支持的展览项目中,海外观众来源国家的排名依次为中国、马来西亚、印度。

2019年,已有2019年全球网站

论坛、2019国际展览业协会(UFI)全球大会、2019UIA亚太区圆桌会议相继选址泰国。

十大支柱产业展会获360°支持

据泰国会展局展览部总监凯莉(Kanokporn Damrongkul)介绍,泰国会展局将继续发挥政府与民营企业间的桥梁作用,通过“泰国4.0计划”实现经济转型,为赴泰企业创造商业机会。

“包括食品、农业、卫生保健、工程、汽车等10个关键行业成为‘泰国4.0计划’新的经济增长引擎。”凯莉表示,“泰国4.0计划”将为中国商务旅客提供更多样化的新产品、新技术和新服务,引领并配合东部经济走廊(EEC)和“一带一路”建设在东南亚的发展。

根据泰国会展局扶持政策显示,泰国将分别对展览相关机构、参展商、观众给予相关补贴。其中,对新举办的展览项目,将给予机票、住宿和签证的扶持。对会展场馆场地考察后,将根据泰国行程的地面交通、业务联动情况给予机票、住宿优惠,并开放贵宾通道。对于合作伙伴的支持将发放尽职调查咨询费。

凯莉表示,近年来,泰国已经成为中国展览业界的商业伙伴国。为了进一步深化伙伴关系,泰国会展局的支持政策也积极适应市场的发展,不断改革和创新,为赴泰国参展的企业最大程度地创造投资回报。

中国成泰商会奖最大海外客源地

“中国一直是泰国商会奖(MICE)行业的重要合作伙伴和海外客源地。”凯莉介绍说,2018年,中国赴泰MICE游客较上年增长40%,并连续第五年成为泰国最大的海外客源地。就展览业而言,中国也一直是泰国的最大客源地,参展商和买家人数从2013年的1.6万名增至2018年的4.6万名,增幅高达187%。同时,根据国际展览业协会(UFI)的统计数据,泰国作为东盟地区最大的展览市场,已企业进入印度和东盟市场的门户。预计2019年中国参展商和观众数量位居泰国海外参展商及观众排名前两位。在泰国2019年举办的17个新展览项目中,中国主办的展会就有4个,占比23.5%。

自2004年成立以来,泰国会展局的资源和优势产业为基础,推广泰国会展活动,并通过与国际机构合作促进国际交流。



● 会展传真

长春国际会议中心 打造文化传播阵地

本报讯 近日,长春国际会议中心上演了一场视听盛宴。由长春经济技术开发区管理委员会、长春市文化广播电视和旅游局主办,长春国际会议中心集团公司、长春路途文化传播有限公司承办的庆祝中华人民共和国成立70周年——长春国际会议中心之夜“留声经典·印象长春”视听音乐会正式上演。

长春国际会议中心集团公司董事长王文利表示,近年来,长春国际会议中心一直非常关注长春市民的文化生活,全力将自身打造成长春文化传播的新阵地,提升城市文化艺术品位,塑造长春文化特色,丰富市民精神文化生活。场馆通过多元化的手段,将音乐会、话剧、歌舞剧、童话剧引进来。观众既能欣赏高雅的节目,还能感触文艺的最前沿,洞察时代变革,汲取正能量。

据悉,长春国际会议中心主要是一个主会场、一个多功能厅、一个国际会议厅、四个会议室组成。长春市提出用5至7年的时间,使全市展馆设施进一步完善。

(马佳辉)

济南家具博览会 移师新展馆

本报讯 为促进家具行业的繁荣与发展,第19届济南金诺国际家具博览会将于8月16日至18日首次移师济南西部会展中心。本次博览会设有实木精品馆、软体精品馆、时尚办公馆、红木家具馆、智能定制家居馆、木工机械及原辅材料馆,预计吸引800余家参展商、12万人次专业观众、4.5万人次经销商。

金诺会展集团董事长王德文透露,已将博览会项目列入集团公司2019年度重点工作,公司将倾全部力量,联合各协会商会、参展商共话前景,共同应对经济下行的压力,为行业和企业的发展注入新动力。公司愿与家具行业的知名专家、企业家代表、行业协会、家具园区同心协力,共同把济南家具展做大做强,将该展会打造成“长江以北第一家展会”,使其成为北方地区家具行业一年一度的行业盛会。

据介绍,济南西部会展中心总建筑面积约55万平方米,项目由美国TVS公司设计,总投资约60亿元,中心部分地上面积约14万平方米,单个展厅面积在1.2万平方米左右,各展馆之间通过共享大厅相通。新展馆拥有先进的布撤展车辆动线设计,每个馆有3个卸货口,货车可直达卸货口,每个馆设有8个出入口,供人员进出。

(何进)

柳州国际会展中心 二期封顶

本报讯 近日,伴随沥沥细雨,来自中建钢构有限公司的10名代表把最后一块屋顶浇筑上混凝土,标志着柳州国际会展中心二期展馆正式封顶。

中建钢构柳州会展中心二期、三期项目经理涂达辽透露,二期工程于2017年11月20日开始施工,建筑面积约13.8万平方米,有望今年11月底全部完工。

据了解,现有的柳州会展中心一期项目展馆展陈面积仅为3.2万平方米,展陈面积不足导致该场馆很难再承接国内外大型会展活动。柳州会展中心二期、三期项目是柳州市突破城市会展经济受场地制约的发展瓶颈问题、展示柳州市工业实力而启动的大型建设项目。展馆全部建成后,柳州会展中心的展陈面积将突破10万平方米,为城市转型发展注入新的活力。

(张健)

潭洲:会展经济与假日经济相融相促

■ 毛雯

会展经济与假日经济相融相促,这是潭洲国际会展中心在做好工业会展主题后,在市场开拓方面的又一大探索。五一小长假来袭,2019中国(佛山)国际汽车博览会·春季也于4月30日至5月4日在潭洲国际会展中心举办。经过此前的积淀,潭洲车展不断实现新跨越,此次车展在办展规模、参展品牌、展具规格等方面均有亮点。

去年,一汽-大众华南基地全部建成投产,佛山汽车产业迈入全新高度,佛山形成了整车将近100万辆的产能。从混动、纯电动到氢能,多家新能源汽车企业及项目落地佛山。观潭洲车展,也可触摸到佛山汽车制造业的发展动向与时代脉动。

潭洲国际会展中心CEO乔伊·帕泽介绍说,除名车汇聚、抖音大赛、美食嘉年华、儿童乐园、模特主题巡演、现场快闪、寻宝、购车大奖等11项主题活动也引人入胜,共同打造了一

场全民参与的欢乐汽车嘉年华。“这样融进展与娱乐于一体的全新观展体验,是会展经济与假日经济的一次优质结合,是对传统纯逛展的深度发掘与创意会展体验的优化。”乔伊·帕泽说。

乔伊·帕泽透露,自场馆运营以来,运营团队一直致力于提升展会服务体系以满足各类参展需求,在2018年潭洲国际会展中心服务1.0体系基础上,潭洲国际会展中心今年启动了服务2.0升级模式,全面理顺交通、餐饮、酒店对接等配套服务的关系。

近期,潭洲国际会展中心新增了充电宝服务机器与自助寄存服务机,并完成制证系统的正式上线及调试优化工作,为广大参展商与观众提供便利。为了完善场馆内的路线及功能点指引,运营团队已在展馆内外安装了导向标识;在餐饮服务管理上,引进专业餐饮管理人才,改造升级餐饮区以及餐饮设施,提升餐饮服务品质;在交通住宿

方面,通过电瓶车、公交车摆渡接驳等形式优化了潭洲国际会展中心周边交通出行,通过提供配套酒店预订服务,为参展商及观众提供更多的服务便利。

此前,潭洲国际会展中心还组织了ISO三合一认证体系动员大会暨培训开班仪式,开展实施质量管理体系(ISO9001)、环境管理体系(ISO14001)、职业健康安全管理体系(OHSAS18000)的贯标工作。

“质量、环境、职业健康安全管理体系贯标工作是潭洲国际会展中心的战略目标,通过贯标过程将搭建一个国际化、标准化的工作体系。”乔伊·帕泽表示,作为政府重点打造的高端现代服务产业平台,通过ISO管理体系认证,潭洲国际会展中心每个个体的工作细节上,在提高工作效率和服务质量的同时,让会展经济在促进区域经济发展中的潜力与驱动力得到更好地展现。



日前,2019国际先进复合材料制品、原材料、工装及工程应用展览会在北京中国国际展览中心举办,展会规模达12000平方米,共有185家厂商参展。本报记者 苏旭辉 摄影报道



北京世园会五一迎客流高峰



刘禹松 摄

本报讯(记者 刘禹松)五一小长假期间,北京世园会迎来了开园后首个客流高峰。5月1日至4日11:00,北京世园会累计接待入园游客近32.7万人次。为应对游园高峰,北京世园会相关部门多措并举,保障游客入园、游园顺利便捷,游览体验舒适、愉悦。

北京世园会园区综合管理组负责人雷蕾介绍,中国馆、国际馆、生活体验馆、植物馆、奶油剧场这“四馆一剧场”是最受游客欢迎的主要游览目的地。

为了应对开园后的首个客流高峰,保障游客顺利、便捷、舒适游览,相关部门采取了多项措施。

购票方面,提倡“共享惠民”以及“鼓励提前购买”,对于提前2天及以上在线购票的游客给予九折优惠,同时增加60余位工作人员提供“扫码售票”服务,在开园前即协助游客通过手机电子扫码完成线上购票工作,避免开园后游客在售票窗口前“扎堆”。

运行方面,为了缩短游客排队入园时间,5月3日提前半小时开园,通过广播提前播放百果园上下午活动、花车巡游、电瓶车站点调

整、重点场馆排队情况等通知,引导游客游园,增加环卫、垃圾清扫力量,健全失物招领、租赁、救护机制,新增19处200个厕位。

游览方面,四大主要场馆启动单向游览路线,为老人、儿童等特殊群体开辟绿色通道,为进一步做好园区客流分流,结合入园游客游览习惯,分别设计以“三百园”和生活体验馆为重点的西线、东线等特色游览线路,把景色秀美、游客较少的百草园、百蔬园、百果园等特色展馆、景点适时推荐给公众,同时对游客开展问卷调查以便改进服务。

活动方面,通过活动疏导人流,在园区西侧百果园增加两场文艺演出,同时花车进行北线巡游,缓解重点场馆的人流压力。志愿服务方面,增加170名志愿者,加强园区入口及周边引导。

雷蕾表示,通过相关部门的共同努力和游客的支持配合,北京世园会在五一小长假期间总体运行平稳有序,各部门将继续努力,不断提升游客体验,把北京世园会办成一届独具特色、精彩纷呈、令人难忘的园艺盛会。

智慧时代会展业应借势混搭风

■ 刘海莹

轮“混搭”创新风潮已经开启,并跨出了行业本身,积极面向更多的年轻消费群体。笔者注意到,在这次茶博会发起的“新媒体扶贫365计划——茶叶上快手”战略合作中,各地方政府表现得更为积极。由此可以看出,进入智慧时代后,会展业创新已没有“藩篱”,要打开思维,发挥更多想象。

尽管会展业已经开启“混搭”大幕,但仍落在其他行业之后。比如,今年春节档的“西安+抖音”。根据西安市文化和旅游局发布的统计数据,2019年春节假日期间,西安共接待游客1652万人次,同比增长30%,实现旅游收入145亿元,同比增长40%。也就是说,“西安+抖音”这一混搭风潮所带来的关注度和流量,创造了现象级“西安年·最中国”

节庆文化IP。

值得会展业界思考的是,西安携手抖音取得骄人成绩的背后,反射出的是地方政府的顶层设计。2018年,西安市旅发委与抖音达成合作,希望通过平台定制城市主题挑战、抖音达人深度体验、抖音版城市短片等全系产品,在世界范围内宣传、推广西安文化,提升西安城市形象。显而易见,西安有关部门通过顶层设计对城市特性和城市形象进行了再定义,然后通过发挥新传播规律、特点,发挥民众积极参与的优势,将城市形象宣传方式由过去“照本宣科”更新为“故事对话”。“西安年·最中国”正是对我国传统文化和西安历史文化的深度挖掘,激发民众传播潜力,借力抖音让城市形象更鲜活、更贴近民众。

从“西安与抖音”案例中不难看出,西安在城市形象宣传上有意契合年轻化营销特点。同样的营销战略也出现在北京故宫博物院。故宫立足“挖掘传统文化创意元素+跨界合作延伸产业链+新媒体”,掀起博物馆文创热,“90后”观众占比达到40%,成为参观主力,并且这一比例还在不断攀升。

“西安+抖音”联手,在抖音App出现的城市形象视频中超八成由个人创作。其中,个人创作者中30岁以下核心用户超过50%。正是这些用户原创内容搭建起城市形象视频拍摄的方法论——BEST法则,即BGM(城市音乐)、Eating(本地饮食)、Scenery(景观景色)、Technology(科技感的设施),这四类深入城市生活毛细血管的符号组

成了立体的城市形象,让西安城市符号更具有辨识度。

表面上看,“西安+抖音”的混搭与会展业不相关。但是,会展业的发展却与城市形象、政府顶层设计、参展和参观用户对城市的体验息息相关。这也就是会展产业链长、覆盖面广、利益相关者众多的原因所在。

因此,会展业不要继续“身陷”于某一具体环节的智慧化发展中。互联网跨界而来,已打破互联网与会展业结合过程中“技术不懂业的精,业务难懂术之深”的痛点。可以相信,随着ICT技术不断地融入会展业,智慧会展行业技术难关或将迎刃而解。

(作者系全国会展业标准化技术委员会副主任委员)



● 会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

近日,中国(北京)国际茶业及茶艺博览会(简称茶博会)组委会宣布,已联合快手短视频落实“新媒体扶贫365计划”。该计划是对农业农村部的“新媒体扶贫110工程”的落实,茶博会组委会将新媒体引入展会,通过展会这一平台助力产茶地区政府相关部门做好扶贫工作,并与快手签署了“新媒体扶贫365计划——茶叶上快手”战略合作框架协议。

上述案例表明,会展业新一