

●会展关注

# 会展组织方变身整合资源 提升回报率

■ 本报记者 兰馨

进入新经济时代,会展业的创新转型应向何处去?日前,在以“预见变化 赢接未来”为主题的第六届学习型会展组织者交流大会(以下简称会展组织者交流大会)上,来自北京、上海、厦门、成都等34个城市的350余人探讨了新经济时代会展业的跨界融合发展路径。

“来看看其他同行都在忙什么。”一位不愿具名的业内资深人士介绍说,她参加了五届会展组织者交流大会,与论坛或峰会不同的是,会展组织者交流大会重在会展组织实际操作层面分享与交流,也是业界知名会展组织者每年难得的一次聚会。

据会展组织者交流大会组委会有关负责人介绍,从创办之初,会展组织者交流大会就本着一个信念:为业界精英打造一个预判行业发展趋势,分享观点与思考、交流业务模式和团队管理的高效平台。

记者注意到,此次会展组织者交

流大会全方位聚焦“以客户为中心”。

## “进入集团军时代”

随着跨界、国际投资、异业投资等新趋势,展会过去侧重于展示及其产生经贸订单的模式被改变。“现阶段,会展业正面临强大的市场导向力,就是资金和投资价值。”深圳博奥展览有限公司总经理萧健承表示,这让原本只是在行业内小范围的竞争一下子进入市场资本的大规模作战状态。

在萧健承看来,进入新经济时代,外部环境和内部环境都发生深刻变化,会展业如何提升显得尤为重要。他认为,尽管目前会展市场进入全球化的“大竞争”趋势,但中国会展业不能盲目扩容,要树立举办国际高精尖展览项目的目标,需深耕专业化与国际化的运营模式。

萧健承强调,在碎片化时代,展览项目主办方要抓住“客户需求”,

以市场为导向,回归自己的内核,即撮合商家,形成共同营销的氛围。

“中国会展同行分享的经验都是直面当前行业的焦点问题,受到的启发很多。”首次参加会展组织者交流大会的Money 20/20中国大会总监庄亮亮表示,中国在人工智能、5G等新技术上走得比较快。

庄亮亮认为,在中国会展市场快速发展之时,国际上的会展同行也在前进,中外会展同行应加强交流。除了办展促进行业间的交流,整个会展人群体也需要加强交流。

在此次会展组织者交流大会现场,传统的会展活动模式被看作过去式,体现商务价值、思想影响、感官体验、社交价值、情感感受等5个维度的会展活动将成为行业引领型新标杆。

## 让服务产生更大回报率

“面对参展商,励展推出一个管

家式服务。”励展博览集团(以下简称励展)副总裁黄兆君介绍说,励展的展览项目重在为参展商和观众提供一个好的参展体验。

黄兆君表示,一个知名展会,有的参展商虽多次参展,对展会已经了解,但仍然需要主办方提供更细致的服务,这需要展会主办方思考:提供怎样的服务才能让参展商获得更大的投资回报率。

据介绍,除了为多次参展的参展商提供更细致的服务,面对首次参展的参展商,励展为其提供一整套的培训,并在此基础上,由展览项目组人员在展前为参展商要准备的参展配有管家,实现一一对接,并根据展会流程按部就班,提醒展商进行的相关环节。

此外,黄兆君强调说,任何一个展会,不只是参展商看中投资回报率,观众也在计算其参观的投资回报率。比如,他到展会现场得到了什

么?展会同期现场是否有有价值的论坛、会议,令其获得视野上的开拓?另外,若该观众原准备到展会现场下单,那展会是否有足够的参展商符合他的采购需求?如果展会主办方能够为这些提供合适的答案,就能够为观众带来不错的回报率。

黄兆君坦言,中国作为最具有潜力的会展市场,不仅机遇多,而且随着智能技术的发展,客户对会展服务需求和体验的要求也越来越高,竞争可以说已经无处不在。因此,会展业亟需专业型销售、市场、运营、管理、项目策划或开拓型的跨界人才。

此次会展组织者交流大会吸引更多展览行业人聚在一起,相互分享、相互提升,带动同行更多的思考,为整个会展业带来一个开放的交流平台,有利于业内人士以开放的心态面对行业在时代的变化,产生积极的思考。



近日,第十七届中国国际数码互动娱乐展览会(ChinaJoy)在上海举办。近300家中外展商展出的4000余款展品、5000多台体验机令玩家目不暇接。(张亨伟)

## 盛放世园,美丽家园

■ 万洋

Expo 2019 BEIJING CHINA  
走进世园会征文  
中国·青岛国际会议展览中心  
Hongqiao International Convention and Exhibition Center, China  
(青岛国际会展中心新馆)  
The New Generation Venue of QICC  
2019年投入使用  
www.qdccc.com.cn  
室内展览面积 150,000 m<sup>2</sup>  
50间会议室  
室外展览面积 200,000 m<sup>2</sup>  
10,000余个停车位  
无柱多功能厅 10,400 m<sup>2</sup>  
1000间酒店客房  
山东省青岛市高新区火炬路326号 0532-88898777

4月28日,2019世界园艺博览会(以下简称2019北京世园会)在北京延庆举行了盛大的开幕式,中国国家主席习近平出席开幕式并发表重要讲话。习近平指出,生态文明建设已经纳入中国国家发展总体布局,建设美丽中国已经成为中国人民心向往之的奋斗目标。

2019北京世园会是一个窗口,又一次向世人展示了我国在几千年悠久的历史长河中沉淀的珍贵的艺术瑰宝,也让我们有机会了解其他国家的的风土人情,促进了国内外经济、文化的交流和沟通。

5月中旬,我有幸与同事一起前往2019北京世园会一睹国内外奇观异景。尽管由于参观时间短,来不及细观2019北京世园会的全貌,有些走马观花,但参观完部分园区,还是被美妙的世园景观震撼。

站在2019北京世园会门口,拿着免费领取的园区地图,按图索骥,第一站来到了中国馆。中国馆位于园区的中央,是一个被称为“有生命、会呼吸”的建筑,整栋建筑都体现了高科技和环保的理念。进入馆内,祖国各个省份分别呈现了极具地域特色的场景,让走进馆内的观众触摸到中国经济与文化的发展脉络。

我们还参观了中华园艺展示区。陕西园多是历史题材的雕塑,原汁原味地还原了商山四皓、仓颉造字、杜康造酒、蔡伦造纸等经典故事。经过湖北园时,可以看到矗立于湖面上的三峡大坝。在北京园,首先映入眼帘的是元代标志性碑刻燕墩。进山东园可以看到闻名遐迩的趵突泉。一路走来,我由衷赞叹造园者的良苦用心——每个园区的场地有限,却能将最有当地特色的文化呈现给四方游客。

进入国际馆和世界园艺展示区,各国用独特的展示方式展现了绿色生态这一主题。例如,一人俄罗斯馆,仿佛来到莫斯科郊外——这里的白余种花卉草木均来自于俄罗斯。再如,在卡塔尔馆,整座场馆被大树支撑,这便是卡塔尔的国树——锡特拉树,人们还可以看到卡塔尔城市未来的景象,了解2022年世界杯举办场馆的情况。

站在2019北京世园会的园区内,看到众多外国友邦来这里参加展会,我深深感受到:作为一名中国人,无比自豪与骄傲。

(作者系中国贸促会投资促进中心项目经理)

本栏目由青岛国际会展中心独家赞助

## 第五届中日韩产业博览会暨第二届中日韩贸易投资洽谈会调度会议召开

本报日前,第五届中日韩产业博览会暨第二届中日韩贸易投资洽谈会调度会议在山东潍坊富华国际会议中心召开。据悉,将于9月20日至22日在山东潍坊鲁台会展中心举办的第五届中日韩产业博览会进入倒计时阶段。

会议指出,中日韩产业博览会自2015年起已举办四届,成为在国内外具有重要影响的高端平台。山东省市对提升本届博览会层次、打造国家级展会作出了部署安排,特别是自本次博览会同期举办的主旨论坛将升级为由中国贸促会与山东省政府联合主办的国家级论坛,体现了国家和省市对中日韩产业博览会的高度重视。扎实做好本届中日

韩产业博览会,是推进潍坊高质量“双招双引”、打造对外开放新高地的有力抓手。

会议要求,中日韩产业合作发展论坛要上水平,按照国家级论坛办会标准精细组织。展览展示要注重展商和采购商的有效对接,组织国内外优质企业和有需求采购商高质量参展参会,突出订单和意向成交。贸易投资洽谈活动要突出“双招双引”,要超前谋划,深入对接,着力引进一批高端优质项目。

会议强调,各级各有关部门要进一步提高认识,切实增强使命感、责任感,高质量、高标准、高效率完成各项工作任务,确保本届中日韩产业博览会办出特色、办出水平,助

推潍坊“双招双引”实现新的更大突破。要精心组织、注重实效,精益求精地做好会前筹备、项目对接、服务保障等工作,进一步提高办会质量和水平;对签约项目,要建立工作台账,做好跟踪服务,安排专门力量跟进对接,真正落地一批实实在在的项目。要突出安全、严守底线,对重大活动和重点场所,有关部门要根据各自职能,提前开展工作,及时排查消除安全隐患,确保不发生任何问题。要加强进一步明确任务、细化措施,推动各项任务落地落实。此外,中日韩产业博览会筹委会办公室要加强协调调度和检查指导,确保各项工作顺利推进。(刘祥东)

## 以产品为核心打造会展品牌

■ 唐雪



### ●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

在信息快速迭代的时代,会展业需要掌握精准的品牌营销技巧来加深大众印象,但追本溯源,首先需要酿“一壶好酒”。换言之,就是把好产品这一关。

关于品牌营销,我常常看到

的概念有“营销为王”“流量为王”等,但无论营销方式多么出其不意,归根结底,若没有过硬的产品作为支撑,短暂的流量涌入也只会成为刹那的狂欢而无法带来细水长流的价值。品牌曝光让客户认识你,产品优质才能让客户爱上你。借此,笔者与业界分享几点关于产品的思考。

以客户为核心进行产品提供。这点无需过多解释,优质的产品一定是围绕客户需求而生,但区分产品的优质等级则需要考量满足客户需求与体验的程度高低。在“会展场馆的产品观”中,笔者曾提到两点,一是基于“我们有什么”扩充产品清单;二是基于“你需要什么”,灵活组合产品。无论产品清单的丰富程度有多高,客户总是会有更多新的需求产生。这种情况下,首先要做的是如何结合现有

产品快速为客户提供定制化的产品组合,最大化满足客户需求,并且服务结束后进行总结并不断更新产品清单。

以产业为核心进行产品延伸。越来越多的会展活动不再是单一的展会形式或会议形式,主办方围绕产业主题将会展活动不断向外延伸,无论是在活动同期还是其他时期内,真正将一个活动品牌运作起来。除了核心的展会项目,很多展会主办方都围绕产业、展商以及观众,主办方精心设计了更多衍生场景。如做深做精垂直领域,在展览会的展会上打造顶级产业论坛;免费提供场地为品牌展商设计盛大的品牌推广,不仅为品牌商提供更多流量资源,更是促进主办方与展商的密切合作交流。除展会同期活动之外,不断地为展会品牌增加曝光度延长影响力,提升展商与观众的

忠诚度,最终推动产业发展。

以产品为核心进行品牌传播。“蹭流量”的营销方式屡见不鲜,一旦有爆红的热点出现,那么相似的营销内容充斥大街小巷,品牌往往忽略了结合热点也需要建立在符合“产品人设”的基础上。近期将《长安十二时辰》融入宣传中的会展同行都是将热点与自身做了密切结合,用十二时辰描述会展场馆的一天,用十二时辰展现城市文化等。只有热点与产品产生化学反应,才能达到精准营销的效果。除此之外,越来越多的会展活动速上了“炫技”,无论是展陈形式还是产品描述都必须加入“智慧”“智能”等概念。究其根本,技术的应用应该是在吸引人群的基础上有助于产品展示与产品使用体验,而不是一味追求“科技化”噱头,以至于观众在热热闹闹的体

验互动之后并没有记住产品的内容,流量需要转化成商机才有价值。比如在车展上使用虚拟现实以及增强现实等技术让观众在互动中更直观地感受产品性能,才能将新技术与产品本身进行完美的结合,达到双赢的效果。

会展业的“产品”不是具象的物体,总结而言,可以圈定为“服务”二字,从相关群体来看,会展服务于主办方、展商、参会者、观众等;从相关产业来看,会展作为平台服务各个产业发展并且辐射周边资源带动相关产业的发展。因此,会展业需要将“产品”打磨放在首位,只有提供优质的产品才能使品牌立于不败之地。

(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)

### ●会展传真

#### 第三届进博会启动 企业商业展参展报名

本报讯 第三届进口博览会企业商业展的参展报名已于8月1日启动,境外企业将可以通过官方网站开始报名。

根据要求,第三届进口博览会企业商业展仅接受在中华人民共和国境内(含港、澳、台)合法注册的法人企业参展;仅接受在境外生产的产品,或服务提供地在境外的服务产品参加展示。

不少企业已经在积极准备报名参展第三届进博会。(何进)

#### 厦门国际会展中心四期项目装配式机房开工

本报讯 近日,上海宝冶承建的厦门国际会展中心四期项目装配式机房正式开工,16名工匠经过简短的开工仪式后,投入位于地下室一层的制冷机房的装配安装。目前,厦门国际会展中心四期场馆初具雏形,钢结构已经全部完成,正值机电安装调试高峰期。

据悉,承建方上海宝冶在装配式机房领域已经积累了较为丰富的实战经验,在深圳莲塘口岸项目、深圳同维工业厂区等项目上均有成效,上海宝冶的装配式机房施工提供了样本。

本次厦门国际会展中心四期项目的制冷机房,占地面积约550平方米,机房净空高度达5.18米。主要设备包含冷水主机4台,水泵10台,阀门122个,法兰413片,螺栓4700余套,将全部通过装配式进行安装,将节约工期,实现绿色建造。(吴思)

#### 四川眉山发力竹产业会展

本报讯 在日前举办的2019北京世园会“四川日”活动中,眉山市委书记慕新海表示,眉山的竹产业具有发展潜力,拥有“竹编、竹纸、竹钢、竹桶”四大品牌,未来,眉山将发力竹编织、竹建筑、竹会展、竹研发、竹培训,眉山今年将继续举办第二届国际竹产业交易博览会,为全球竹文化传播、竹资源利用和竹经济减贫提供中国方案。

眉山位于成都平原西南部,是(都)乐(山)黄金走廊的中段重点地区及“成都平原经济圈”的重要组成部分。眉山是四川竹资源分布重点地区,全市竹林面积108万亩,竹产业已成为眉山的传统优势产业和四川省五大特色产业之一。去年,眉山举办了第一届国际竹产业交易博览会。(林嘉)

#### 济南西部会展中心更名“山东国际会展中心”

本报讯 济南西部国际会展中心正式改名为山东国际会展中心,即将迎来首个展会,为9月举办的第八届山东文博会预热。

“新建成的山东国际会展中心面积大、标准高,一个厅的面积能顶高新馆一层,有些大型展会会优先放到新馆。”山东国际会展中心管理运营有限公司有关人士说,根据8月展会日程表,舜耕国际会展中心有科普展、动漫展、艺博会等4个展会,济南国际会展中心安排了高新啤酒节等6个中小规模展会,山东国际会展中心则举办家具博览会、新能源汽车展、首届山东旅博会大型展会。

随着新展馆建成,济南形成了济南国际会展中心、舜耕国际会展中心和山东国际会展中心会展业“三驾马车”并列的格局。(李家庆)