

●会展关注

“智能+服务”，会展业创新核心竞争力

■ 本报记者 兰馨

从传统到互联网时代，再到移动互联网时代，现在又迈入智能时代，会展业与时代同行，也被不断迭代的新科技“裹挟”，一路走来显得有些力不从心。

“会展业必须拥抱新科技，与时代一同‘奔跑’。”近日，在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)期间，业界研讨新科技带来的现代服务业变革，探寻新商业环境下的会展创新模式。

不可否认，在新技术的冲击下，会展营销和服务都发生了从未有过的变化。尤其是在会展活动现场体验方面，客户的需求越来越高，服务的范围越来越广泛，甚至被认为超出了会展服务的范畴。不可改变的事实是，新经济时代的服务已经没有标准可参照，最好的服务标准是被客户认同。

创新是最好选择

“处在新商业、新技术浪潮的时代，没有比选择创新更好的选择。”成都世纪城新国际会展中心总经理左霖在接受《中国贸易报》记者专访

本报讯 第十二届中国—东北亚博览会筹备工作又有新进展。由吉林省贸促会负责的“一带一路”共建国家商品展区招展和“一带一路”国家商协会吉林行活动组织工作准备就绪。

据了解，“一带一路”共建国家商品展区面积约7200平方米。在吉林省贸促会、吉林省商务厅、吉林省外事办等单位的协同工作和共同努力下，“一带一路”共建国家商品展区的招展工作圆满完成，共有来自28个国家和地区的250余家企业参展。

吉林省贸促会透露，“一带一路”共建国家商品展区的招商招展注重“点面”结合，以团组组展为主、独立展商参展为辅。捷克驻华使馆、巴基斯坦驻华使馆、尼泊尔工商联合会、东盟—中国经济贸易促进会、泰国中小企业协会、马来西亚对外商务促进会等13个机构以团组形式组展参会。

第十二届中国—东北亚博览会期间，五大洲展品将集体亮相。按照“同产品不同产地，同产地不同特色”的原则，在“一带一路”国家共建商品展区，观众既可品鉴巴西烘焙浓咖啡，又可品尝马来西亚白咖啡；既可品味法国的红酒，又可体验阿根廷、南非红酒；既可欣赏伊朗的波斯珐琅、拓花布、玛丽拉银饰摆盘、地毯，又可鉴赏巴基斯坦、尼泊尔等国家的手工艺品和家具；既可采购澳大利亚精品羊毛被、UGG鞋，又可选购印度羊绒围巾和泰国乳胶枕。

与往届相比，中东欧国家参展踊跃，体现了本届中国—东北亚博览会“一带一路”共建国家积极参与这一特点。此外，中国贸促会培训中心、吉林省贸促会将于8月25日至30日举办“一带一路”国家商协会吉林行活动。

(毛雯)

时表示，随着新经济时代商业环境的变化，出现新发展趋势和商业模式都是顺应市场经济规律的表现，会展业应以积极的心态去面对。

在新商业冲击下，会展业界的多数主办方认为，未来B2C类会展活动的市场空间很大，需求也将不断增长。

“目前，二三线城市举办B2C展会的比例较大，会展活动主办方已明显感受到在观众邀约上获客成本的攀升。”左霖解释说，这与城市特性、展会属性、推广渠道变化、移动互联网被广泛应用等因素有关。比如说“婚博会”，很多新生代群体在移动互联网上就能获取更多的服务需求，尤其是商家为了招揽消费者也会搞很多促销活动。

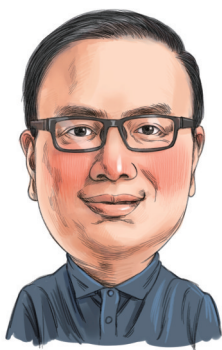
据介绍，伴随互联网技术工具的不断更新和便捷化，部分B2C类展会的参展商建设自己的App、小程序等，对传统展会平台的依赖在减少。基于这一现状，近两年来，B2C类展会看上去平稳运行，但没有增长的迹象，反倒出现了略微下降的趋势。

对此，左霖表示，鉴于新商业环境下的市场变化，会展业必须以服务为切入点，加快展会的创新升级。

细化服务成趋势

在业界人士看来，当前会展业最大的挑战是：为用户服务没有统一的视角，也没有一体化的信息系统。这意味着，每一个会展活动都将是一个独立的服务“标准”或模式。

“新经济时代打破了展会的模式化路径。”左霖认为，新商业环境下，消费形式发生了改变，也促使原有的B2C类展会转身B2F展会模式，这是新经济时代新生代消费群体的另一种消费诉求。在这一时代背景下，展会主办方将转身活动的资源整合者。



●会展大咖秀

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处

在新媒体时代，“内容为王”已经成为各行各业的一致共识。会展行业也越来越重视优质内容的生产，会展活动组织方的官方网站及公众号已经成为会展活动营销宣传的主要形式。然而，会展公众号营销的文章中却极少出现“10万+”的阅读量，即便是非常火爆的China joy展会的公众号文



上述人士也认为，展会未来不再是一个交易平台，而是一个更大范围、有更多链接可能的营销平台，同时是一个更好的体验现场。

左霖举例说，举办“马术展”的主办方，要与马术俱乐部联合，同时要与米其林餐厅联手，打造一场马术嘉年华活动，为每一位参与者提供娱乐、用餐的一条龙服务，甚至是更多细化的服务内容，为客户解决更多的服务需求，让参与者从进场到最后离开，享受参与马术的乐趣。

左霖也表示，要做到这些，需要展会主办方具有整合行业资源的整合能力。

探索新商业诉求

“展会主办方整合资源，是否就等于整合收益？”左霖坦言，会展业的创新需要跨界，才是出路和方向。这一发展趋势，会展业界都明白，但目前还没有哪家企业走出一个成功的模

式。这或许是业界参加会展组织者交流大会的共同目的。

在左霖看来，处在不断变化的新经济时代，新商业诉求在哪里？若培育有一个会展活动项目要未来买单，那么这个未来要多久？

事实上，这不是某一个企业的疑惑，现阶段会展业，都在创新的路上尝试，但还没有摸索到展会主办方在新商业模式下的收益入口。尽管跨界融合发展成为会展业未来的发展趋势和方向，但这条创新的路上还要遇见哪些行不通的“岔路口”，还要交多少学费？这些不可预测的因素，令会展业界急于寻求路径。

记者也注意到，在此次会展组织者交流大会期间，业界讨论的重心是如何更快地预见变化，以做好迎接的准备。毋庸置疑，新科技革命和商业变革将重塑会展产业结构，这也倒逼会展业在面对新商业环境时不仅要勇于接受挑战，而且要及时把握机遇。

会展文案要做到文中无“我”

■ 周景龙

章，过万阅读量的都非常少见，大多是几百、几千的阅读量。

为什么会产生这样的结果呢？归根结底，还是会展行业的从业人员生产内容的能力比较弱。

笔者在调查研究中发现，当下诸多展会公众号文章基本上是以下几类：

一是展览项目的介绍性文章，包括时间、地点、规模、背景、特点等，其中很多内容“自吹自擂”的成分太多。

二是企业的新闻资讯，这类咨询大多是企业领导出席活动或拜访某机构等一些单一信息文章。

三是参展企业的介绍类文章或行业资讯的摘录文章，内容大多拷贝自其他媒体。

上述几类文章几乎难以形成较大的传播效益。由于目前会展市场很多展览项目已举办多年，占据着行业资源及会展品牌影响力等优势，以资源驱动的会展短时间内还不会因为营销能力弱等原因而受到太大的影响。尽管如此，随着各地大型展馆建设数量的不断增加，各地方政府“拼政策”吸引展览项目主办方的情况加剧，将导致同类展会的竞争越来越激烈，

展览的主办方以及行业的明星企业已有被“宠坏”的趋势。这都将增加未来会展活动招商的难度。因此，新营销、新科技、新模式的新会展办展思维将引起会展业界的高度重视。可以预见，三五年之内，传统的办展模式以及传统会展企业将面临巨大的挑战。

如此，会展项目经理或营销人员该如何提升生产内容的能力呢？如何写出好的会展营销文章或企业销售文案呢？

在此，笔者为业界提供一个思路：要尽可能做到文中无“我”，写营销文章时尽量不要出现“我”这个字，甚至连“我们”也尽可能少用(用“我们”的时候要表达是与客户在一起的意思)。此外，文中无“我”的另一层意思是要少站在自身企业及会展项目的角度写文章，现在很多会展文章的套路都是“在有关政府的大力支持下，本届展会如何如何权威，规模如何大，活动论坛丰富，参展品牌众多”等模式化的套路，而没有站在参展商的角度去描述，比如参展商参展之后将获得什么样的效果，有什么样的收获。

笔者提议，不要再写继续这种“自嗨”的营销文章了，看多了连自己都麻木了，客

更不会留意，自然不会产生较好的传播效果。

当前，正处于复杂的经济变革期，会展参展和参观需求都在不断地发生变化。如果做到了文中无“我”，那么，会展人自然而然会从读者的角度考虑问题，去了解参展商的需求，会思考如何对展览会进行价值重塑，到底能为参展商和专业采购商、观众带来哪些价值。只有和读者引起价值共鸣，才会形成“文章大量转发”的局面，才会产生价值的传递。对参展商需求和专业采购商、观众需求进行换位思考，是写出一篇好的会展营销文章的关键。

全国同类的会展项目虽然越来越多，竞争越来越激烈，然而，在信息过剩、注意力瞬息转移的时代，如何在海量信息中识别真伪变得尤为重要，人和人之间的见面将会变得越来越重要，会展市场的总量今后还会扩大。但是，有一点是不变的：只有具备差异化、有特点、精准化、多维度的会展活动项目，才会有生命力。这就需要会展人不断提升办展能力，而生产内容的营销能力无疑是最重要的能力之一。

【作者系道同共创(北京)科技有限公司CEO】

北京世园会：践行绿色发展理念的一次生动实践

■ 王锦珍

2019年北京世界园艺博览会(以下简称2019北京世园会)于2019年4月29日至10月7日在北京市延庆区举办，会期162天。这是我国继1999年昆明世园会、2010年上海世博会之后举办的级别最高、规模最大的专业类世博会，是世界园艺文化和园林科学的奥林匹克盛会。2019北京世园会以“绿色生活，美丽家园”为主题，是庆祝中华人民共和国成立70周年的一份特殊礼物，是践行绿色发展理念、建设美丽中国的一次重要和生动实践。

2019北京世园会依据绿色发展理念，将世界各国的园艺精品融入天然山水花园中，全面展示园艺、城市、自然与人类和谐相融的状态，深刻阐释了“让园艺融入自然，让自然感动心灵”的办博理念，通过风格各异的园艺展园和丰富多彩的文化活动，全方位展示人类在花卉植物、园艺景观发展方面取得的成就。眼下，2019北京世园会正在举行，天南地北、五湖四海的游客纷至沓来，流连忘返。他们一边欣赏世界各国的奇花异草及先进技术，一边切磋环境艺术的心得体会，交流合作与发展的丰富经验，共享这一时隔20载再次来到中国的国际最高级别园艺盛会。

2019北京世园会是一场绿色的盛会。漫步中国馆、国际馆、五彩梯田、生态自然展示区、植物馆、园艺小镇，处处是绿色的海洋、花的海洋、艺术的海洋。中国馆以独特的气质和建筑风格成为2019北京世园会

最受欢迎的展馆之一，每天迎来数万游客。

2019北京世园会也是一场文化的盛会。在整个世园会期间，约有2500场文化活动陆续展开，中国的京剧、塞尔维亚的民谣、捷克的木偶剧、其他国家的非遗展示……一场场中西交融、精彩纷呈的文化活动在园区举行，让游客应接不暇。

2019北京世园会还是一场合作共赢的盛会。“国家日”“荣誉日”为各参展方提供全面展示各自园艺发展成就、推介地域文化的平台，“中国馆日”和“省市区日”让观众集中领略中国绚丽多彩的风俗文化和发展成就，众多主题鲜明的论坛活动使文化交流、经济合作取得实在的丰硕成果。国际园艺生产者协会秘书长提姆·布莱尔克里夫在6月6日的“中国国家馆日”上说，这是有史以来最出色的世园会，汇聚了比历届世园会更多的国家和国际组织参展。

中国国家主席习近平说，人民对美好生活的向往就是我们的奋斗目标，要不忘初心，牢记使命。作为世界最大的发展中国家，我国在过去40多年里解决了温饱问题，使7亿人口摆脱贫困，老百姓的需求随之发生了深刻变化。我们通过不懈努力，生活环境得到持续改善、绿色发展理念深入人心。放眼望去，全国各地的天更蓝了，水更绿了，各具特色的城市公园、街心花园比比皆是，人民尽情享受绿色环境带来的美好生活。

“要像保护自己的眼睛一样保护生态环境，像对待生命一样对待生态环境。”4月28

日，习近平主席出席2019北京世园会开幕式并发表了题为《共谋绿色生活，共建美丽家园》的重要讲话，再次论述了生态文明建设的重要性和实现途径。习近平主席指出，我们应该追求人与自然和谐，让子孙后代既能享有丰富的物质财富，又能遥望星空、看见青山、闻到花香；应该追求绿色发展繁荣，良好生态本身蕴含着无穷的经济价值，能够源源不断创造综合效益；应该追求热爱自然情怀，取之有度，用之有节，形成文明健康的生活风尚；应该追求科学治理精神，生态治理，道阻且长，行则将至，既要有只争朝夕的精神，更要有持之以恒的坚守；应该追求携手合作应对。唯有携手合作，才能有效应对全球性环境问题。习近平主席的重要指示，是对中国绿色发展、生态环保、生态文明和美丽世界发展的重要贡献，也为中国贸促会通过世博会平台积极参与国际事务指明了方向。

2019北京世园会的成功举办是国家实力的体现，也是集体力量的结晶。作为世博会主管单位，中国贸促会积极贯彻落实习近平主席提出的绿色发展理念，积极作为，敢于担当，在地方和有关部门的大力支持下，以认真的工作作风和进取的工作态度，在2019北京世园会的申办、筹备、举办过程中发挥了重要的作用。

中国贸促会的任务主要包括三个方面：一是办理国内国际申请手续，即履行国内举办活动的程序，向国际展览局提出申

办报告，进行陈述，确保申报成功。我们以一流的申办报告和集体陈述，获得了国际展览局对2019北京世园会的批准；二是办理世博会组委会的日常事务，上传下达，协调成员单位和地方政府做好申办、筹办、举办工作；三是负责国际参博的邀请工作，尤其是未建交国家的参博邀请，保持与国际展览局的联系沟通，按要求提交指导筹办和举办的工作规则文件。世园会在筹办期间，主持召开官方参展者会议，通报情况，听取意见和建议。

中国贸促会会同组委会其他成员单位，在调研基础上提出了2019北京世园会的“双百目标”，即邀请官方和非官方参展者各100个。我作为2019北京世园会首任中国政府总代表，有幸参与了世园会筹备组织工作，尤其在国际招展中积极努力，主动发挥作用，利用各种场合宣传推介世园会，争取更多国家前来参展。在各方的共同努力下，2019北京世园会完成了招展目标，共有110个国家和国际组织、120个非官方参展者参展。这是世园会近60年中参展方最多的一次，表明世界高度认同中国的绿色发展和环境保护理念，愿与中国一起为美丽世界做出贡献。

从1999年的昆明世园会，到2010年上海世博会，再到2019年北京世园会……20年间，一个个盛会见证了中国的繁荣发展，折射出中国持续加强环境保护、建设美丽中国的不懈努力。我相信，2019北京世园

会不仅能促进区域经济和社会发展，进一步提升北京的国际影响力，也将为世界绿色可持续发展贡献更多中国智慧。

(作者系国际展览局原中国首席代表、2019北京世园会首任中国政府总代表)

本栏目由青岛国际会展中心独家赞助

走进世园会 征文

中国·红岛国际会议展览中心
Hongdao International Convention and Exhibition Center, China

(青岛国际会展中心新馆)
The New Convention Venue of QIC

2019年投入使用

www.qdicec.com.cn

室内展览面积 150,000 m²
50间会议室
室外展览面积 200,000 m²
10,000余个停车位
无柱多功能厅 10,400 m²
1000间酒店客房

山东省青岛市高新区火炬路326号 0532-88898777