

创新会展·企业篇

2020春季服博会如何正确“打开”？

■ 本报记者 兰馨

4月22日至24日,中国国际服装服饰博览会将以线上展(CHIC ONLINE,以下简称服博会线上展)的形式举办。因新冠肺炎疫情发生,原定于3月11日至13日在国家会展中心(上海)举办的2020中国国际服装服饰博览会(CHIC2020,简称服博会)宣布延期,组委会经过反复研究,决定进行一次线上展的创新和尝试。

据服博会组委会相关负责人介绍,自2月初宣布2020春季服博会延期后,经过综合考量,决定将春季服博会与7月15日至17日在深圳国际会展中心举办的首届大湾区国际服装服饰博览会(CHIC SHENZHEN)合并同期举办。服博会组委会希望在数字化进程加快的当下,搭建一个服装行业的电商平台,以新的营销模式让服装、服饰品牌与企业进行线上资源的整合与拓展,帮助服装、服饰企业破解困局。

第三届进博会筹办工作扎实推进

■ 毕若林 顾春娟

走进新时代 共享未来

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 Generation Venue of QICC

2019年投入使用

www.qdicc.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

本栏目由青岛国际会展中心独家赞助

4月18日,以“共天地同风雨聚进博享机遇”为主题的第三届中国国际进口博览会开幕倒计时200天宣传活动在上海举办。按照疫情防控要求,本次活动严格控制现场人数,许多参与者通过视频方式参加活动。

中国国际贸易博览局副局长孙成海在上述活动上说,中国的开放不会因疫情发生而停下脚步,第三届进博会筹办也未因此而停下脚步,正在按既定目标扎实推进工作,已签约展览面积超过规划面积的60%,并在医疗器械及医药保健展区设立了公共卫生防疫专区。

第三届进博会开展网上“云签约”以来,报名火热,多家国际知名企业已签约或确定了参展意向,并开始筹划参展事宜。截至目前,已有数十家世界500强、行业龙头企业成为进博会新展商,传递出境外企业对中国经济的信心。

4月16日,随着孙成海与远在瑞士的历峰集团总裁朗博杰网络签约的完成,此前未参加过进博会的历峰集团正式签约第三届进博会,并签署了进博会举办以来的首份展商战略合作备忘录,进博朋友圈又添“大咖级”新展商。历峰集团选择与进博会“结缘”,经过了审慎斟酌和长远考量。在朗博杰看来,中国已经步入消费升级快车道,市场前景广阔,多年来,中国是历峰集团最重视的一大市场。新冠肺炎疫情的发生,改变不了历峰集团对中国经济发展的信心,该公司签约参加第三届进博会及开展后续战略合作正是最佳证明。

历峰集团此次一举拿下500多平方米的展览净面积,并计划以“匠心与创新”为主题,携旗下珠宝首饰、钟表制造、书写工具以及时

熟悉“使用说明书”

“活用小程序,玩转线上展。”这是服博会线上展为疫情下的服装行业搭建线上平台的初衷。据介绍,服博会线上展依托其官方微信小程序这一载体,运用信息技术手段整合服博会的优质资源,服装品牌、企业提供展商云展示、新品云发布、商贸云对接、采购云洽谈、合作云签约、信息云推送、论坛云分享等在线服务功能,力求促成更多实质性的贸易与合作。

据了解,为了使更多企业熟悉线上展平台的使用功能,服博会组委会在其官方微信公众号发布了“服博会线上展使用说明书商贸篇”,并提醒服博会线上展小程序的核心功能是商贸。其中,打开线上展小程序,点击下方任务栏“展场”按钮,可以看到展览的全部内容。点击“展中展”“参展商”“产品”按钮,则可以通过展区名称、企业名

称、产品品类快速定位自己感兴趣的企业或者产品,并获取企业和产品的详细信息。其详情页包含企业介绍、商贸需求、联系方式等关键信息,直接与参展企业沟通,或者点击详情页右下角“线上对接”,填写自己的需求信息,点击“发布”给感兴趣的企业留言。企业负责人能够在“我的”“企业收件箱”中收到留言。

此外,打开线上展小程序,点击下方任务栏“商机”按钮,买卖双方可将需求在发布池中进行发布。其中,“供应类”为企业发布需求的专用板块,“需求类”为专业渠道观众发布需求的专用板块。

服博会组委会方面表示,服博会线上展希望在非常时期为服装行业注入新鲜活力,挖掘商贸机遇。

创新数字营销模式

“数字化、网络化、智能化生产、生活方式将塑造新的机遇。”上述服博会组委会相关负责人表示,处在疫情背景下,面对实体渠道受挫的现实,越来越多的服装、服饰品牌与企业急需更多与新渠道、新模式对接的平台。

此次服博会线上展会期间,组委会将组织50余场线上商贸对接会,其中包括“天猫孕婴童服装&男装行业趋势公开课&天猫入驻对接”“维品仓商贸对接会”“贝贝集团商贸对接会”等。此外,还将组织其他优质的买手店、C店、商场等渠道资源的专场对接会。

3天线上展,将汇聚近1350家展商,预计迎来5万名在线进行商

贸对接的优质渠道商及专业观众,并有超过100场的专场对接会、分享会、论坛、品牌直播等在线共享,线上展将不受时间与地域的限制,呈现不亚于实体展会的优质品牌展示与高效商贸合作。

3月18日,服博会开启首场线上商贸对接会,邀请了58家展商在线联动来自京东自营、流量网红直播公司、线上店铺及高端买手店等不同渠道、不同需求的专业观众。3月27日举办的网易严选专场线上商贸对接会,促成了众多展商品牌与优质平台、渠道的商贸合作,参与其中的大部分品牌、企业均表示,参加活动获得很多收益。

根据服博会线上展的日程,4月22日线上开展开幕首日将组织16场线上对接会,包括5场商贸对接会、9场采购对接会、1场品牌招商会、1场采购推介会。4月23日为线上展的第二天,将有18场线上对接会,包括6场商贸对接会、3场合作对接会、2场品牌对接会、5场采购对接会、2场拓展对接会。

服博会方面有关人士表示,此次服博会线上展平台,力求对接会落地有效,为服装服饰企业创造价值 and 新的商贸机遇。

为行业搭建“双轨”平台

“尽管疫情让服博会春季展被迫暂停,但组委会的工作却并未因此停止。”上述有关负责人如是说。

服博会由中国服装协会、中国国际贸易中心股份有限公司、中国贸促会纺织行业分会主办。这个春天,如果不是突如其来的新冠肺

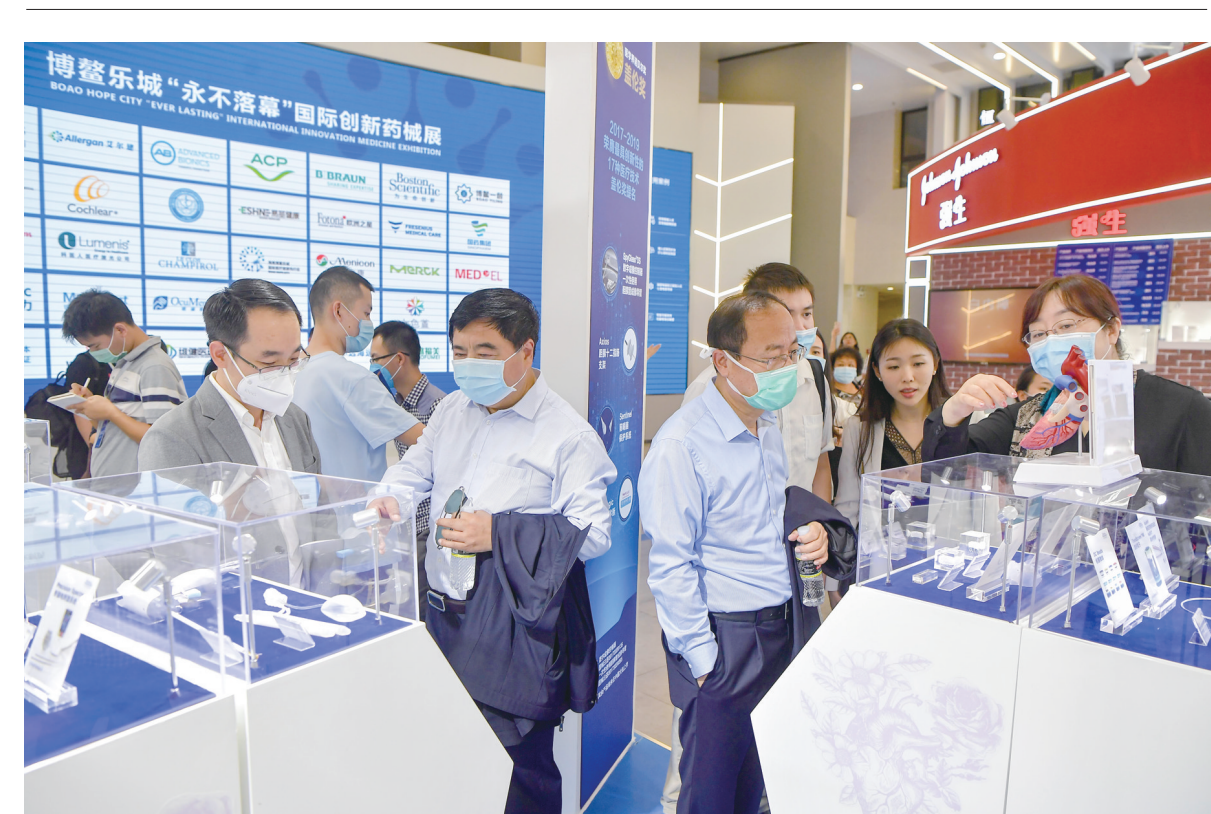
炎疫情,业界将在3月的上海体验一个变革之后的服博会。据知情人士介绍,2020春季服博会将设立男装展、定制展、女装展、冬季时装展、童装展、供应链展、原创设计展、潮流品牌展、CHIC环球风尚展等诸多展区,展示服装行业的发展现状和趋势。

事实上,在2月初宣布春季服博会延期后,其组委会曾到上海与展馆协调其他开展档期,确定了国家会展中心(上海)4月和5月两个“中国纺织服装春季联展”可用的全馆时间,以确保延期办展。但随着疫情在全球蔓延等客观原因,春季服博会不得不再次更改档期。

4月8日,服博会组委会宣布,鉴于目前全球疫情的严峻形势,春季服博会与7月15日至17日在深圳国际会展中心举办的首届大湾区国际服装服饰博览会(CHIC SHENZHEN)合并,并与同期举办的大湾区国际纺织面料及辅料博览会、大湾区国际针织博览会、大湾区国际纺织纱线博览会组成大湾区国际纺织服装博览会。

同时,鉴于现阶段的特殊市场环境以及展商的商贸需求,将集合服博会线上展的商贸数据资源,以各种线上精准对接的形式为展商提供帮助。4月的线上展叠加7月深圳实体展会,双轨动能为服装行业搭建了更为广阔的供需商贸平台。

作为亚洲地区最具规模与影响力的服装服饰专业品牌展,服博会自1993年创办以来,一直坚持依据行业和市场变化不断创新。



近日,海南博鳌乐城“永不落幕”国际创新药械展吸引了25家跨国企业、300多种未在中国国内上市的药械品种展出。(骆云飞)

会展新说

关于二三线城市市场馆可持续发展的再思考

■ 顾乙

笔者在确定要写这篇文章时是犹豫的,毕竟展览业界有众多资深的专家、学者和场馆运营者都对场馆可持续发展给出真知灼见。但笔者此次是从二线城市观察到“不寻常”的现象,即便是从“外行人看热闹”的角度,也还是想说一说。

现如今,已经不是每座城市拥有会展中心的时期,而是到了每座城市的每个区都拥有一个会议/会展中心的时代,而且各会议、展览中心的体量都不小。即使如此,仍然有新的会展中心在建设,且规划的室内面积动辄就达到20万平方米。笔者经常往返于国内外,与各类会议、场馆有着业务联系,对比之下,国内的会议、场馆设施建设数量增长得非常快。根据会展业内报告显示,过去6年,中国新增专业展览场馆达148个,平均每年新增的场馆数量超过20个,甚至很多场馆的出现只是为了某个首展或是首会,之后没有相应的团队运营,更谈不上做发展规划。此外,全国展览场馆出租率的金字塔效应也非常明显,除少数类似国家会议中心的主流会议场馆外,其他大多数的出租率维持在50%以下,

甚至部分场馆连5%都不到。现实如此,仍有城市还在规划10万平方米室内展览面积的场馆,期待拥有大型会议、场馆设施,常常不考虑市场供给需求。

如此,怎样才能提高展览场馆的利用率和可持续发展性?笔者深思后给出的答案是,通过建造更多的或规模更大的会议、展览中心一定不是源动力,以下两点应该是发展源动力不可或缺的组成部分。

一是专业的团队。根据数据报告显示,我国会展业在快速发展的同时,面临着专业人才储备极为不足且比例失调的问题,质量和数量均不能满足会展业的现实需求。目前,在上海、北京和广州,会展人才的岗位空缺与求职者的比例分别为10:1,8:1,8:1。会展市场对从业人员的需求在未来3年内将达到600万人,但目前全国会展从业人员才有100多万,缺口高达500万。会展中心的发展与建设需要大量专业的运营、推广等人才才能产生最佳的以人带人效果,面对这点,当下的会展中心的出路在哪里?

匹配相应的人才扶持政策,由于笔者本人也在创业阶段,对于政策部分还算有亲身体验的,政府相

对口的会展创业或人才政策力度相较于其他科技型、生物医药型人才普遍较低,甚至出现低于10倍的情况。会展中心大部分还是政府全资或者部分投资建造的,因此会展中心主动向政府部门建议或申请更匹配的会展人才政策,有利于会展场馆运营,促进会展团队建设和专业型人才的成长。

当然,专业型人才的培养与成长是一个日积月累的过程,短时间内不解燃眉之急,当内部运营队伍不够完善时,建议尤其是中小城市需引进会展行业的专业团队运营,以场馆运营为切入点搞活闲置或利用率不高的场馆,将经济、市场化运营融合本土的城市优势资源,从而形成强有力的会展中心品牌。

二是会展中心的斜杠角色发展。近期以来,各界常谈及“斜杠青年”的话题。“斜杠青年”专指不满足于“专一职业”的生活方式,而选择拥有多重职业和身份的多元生活人群。会展中心为避免单纯做“一房东”或“二房东”的角色,同样亟待加持斜杠业务,培养会展中心圈的“斜杠青年”。场馆方面不乏这样的榜样,比如具备展览、会议、演艺、赛事

会展传真

广交会6月15日至24日在网上举办

本报讯 第127届广交会将于6月15日至24日在网上举办。在网上举办广交会是主办方积极应对新冠肺炎疫情影响,努力稳住外贸外资基本盘的创新举措,有利于帮助外贸企业拿订单、保市场,更好地发挥广交会全方位对外开放平台的作用。

据悉,商务部将坚持进出口并重,做好产销对接,积极动员各方力量,提升技术水平,扩大惠企范围,完善配套服务,提升广大企业和客商的上线体验,力争举办一届“特殊时期、特殊意义、特别举措、特别精彩”的网上广交会。

网上广交会将呈现三大互动板块,使展示对接、洽谈、交易融为一体,为境内外参展企业和采购商打造高效的线上体验,商务部也将推动2.5万家参展企业实现全部上线展示。(何进)

第22届鞋业博览会“云上”举办

本报讯 4月19日,第二十二届中国(晋江)国际鞋业暨第五届国际体育产业(线上)博览会开幕。受新冠肺炎疫情疫情影响,本届鞋业博览会采用新举措,与阿里巴巴1688、阿里国际站、速卖通等平台合作,举办云上博览会。博览会开幕式设置了两个会场——晋江主会场和杭州阿巴巴分会场,吸引了4万多人次在线观看。

据悉,第二十二届鞋业博览会由中国贸促会、中国轻工业联合会、中国体育用品业联合会主办,中国皮革协会、中国皮革制鞋研究院有限公司、福建省体育局、福建省贸促会、泉州市政府协办,晋江市人民政府、阿里巴巴(中国)网络技术有限公司、晋江市国际商会、晋江市制鞋工业协会承办。(宗贺)

东北三省畜牧业博览会延期至7月

本报讯 记者从东北三省畜牧业交易博览会组委会获悉,原定于4月26日至27日在哈尔滨国际会展中心举办的第二十七届(2020)东北三省畜牧业交易博览会暂时延期至7月3日至4日举办,展会地点保持不变。

东北三省畜牧业交易博览会是以现代畜牧产业科技成果展览展示为主题的展会,在全国行业内有较大知名度。从1992年开始,东北三省畜牧业交易博览会每年举办一届,累计参展企业达6000多家,观众达60多万人次。(刘伟林)

中国国际贸易促进委员会专利商标事务所
CCPIT PATENT AND TRADEMARK LAW OFFICE

守护智慧 创造价值
知识产权全领域服务

www.ccpit-patent.com.cn | mail@ccpit-patent.com.cn