

创新会展·企业篇

中阿数字展：数据匹配 精准对接

■ 本报记者 胡心媛

中国—阿拉伯国家合作论坛贸易数字展览会(以下简称中阿数字展)今天闭幕。作为在“贸促云展”平台上举办的第一场大型国际性数字展览会,此次中阿数字展期间,来自中国和阿联酋的2100家参展企业与来自埃及等11国的12000余家采购商开展了“云对接”。

“数字技术、数字产业和数字服务在全球抗击新冠肺炎疫情、维护国际产业链、供应链安全方面发挥着重要作用。”中国贸促会会长高燕表示,中国贸促会顺应数字经济发展趋势,努力打造系列数字展览会,加快建设数字展览服务平台“贸促云展”。中国贸促会愿继续与各方一道,打造更多经贸合作新平台,为共建“数字丝绸之路”、推动中阿经贸合作迈向更高水平贡献力量。

中国驻阿联酋大使倪坚表示,在疫情在全球蔓延的背景下,本届中阿数字展为双方企业开展经贸合作搭建了重要平台,对促进中阿贸易发展意义重大。

促进企业精准对接

近年来,中阿经贸关系快速

发展,合作水平不断提升,中国已成为阿联酋最大的贸易伙伴,双方在经贸、投资、自由贸易区、技术、人工智能、环境保护、粮食安全、文化、教育和旅游等领域合作紧密、互利互惠。

记者了解到,此次中阿数字展共有来自中国和阿联酋的2100家企业参展,分布于智慧城市、新能源汽车、新农业、自由贸易区、教育、旅游等10大展览主题板块,中国企业来自31个省、自治区、直辖市和特别行政区,其中包括一些在阿联酋的知名中资企业。

中国国际展览中心集团公司(以下简称中展集团)总裁贺彩龙介绍说,参展企业中既有各行业领军企业,也不乏中国500强与世界500强企业。在智慧城市板块有京东方、海康卫视,在新能源汽车板块有我国一汽集团、北汽福田,在智慧家居板块有居然之家、美的集团与老板电器,在旅游板块有故宫博物院与中国国航,通讯板块有中国移动与中国电信,在能源与环保板块有中石化和中国化学,在医药板块有同仁堂。众多知名企业带来优质产品和服务,体现了展会

的高品质。阿联酋方面,有阿联酋航空、迪拜多种商业中心(DMCC)、迪拜机场自贸区及迪拜多家知名酒店参展。

贺彩龙表示,以前无论是中国组展机构在境外举办中国商品展,还是接待外国机构在中国举办贸易展,均以一方为主,另一方给予必要支持,而本次中阿数字展不同,由中国贸促会和阿联酋经济部共同主办、中展集团与阿联酋“拥抱中国”执委会承办宣传推介、展商招募、观众与买家邀请及配套活动组织等各方面工作,实现了全方位、深层次的合作,展会内容与活动安排更加符合两国政策导向、市场需求与贸易结构,进一步促进参展企业精准对接。

“这样的合作模式在我国展览业发展历程中具有开创性意义,也是我国推进新一轮高水平对外开放,企业走出去与引进来并重、实行双向开放合作的生动体现。”贺彩龙说。

数字展需求持续优化

疫情下,外贸向线上转型已成大势所趋。记者从展会主办方

处了解到,本次展会中展集团联系阿方大力开展境外买家邀请的同时,还加大了对国内买家的邀约力度。

贺彩龙在接受媒体集中采访时透露,中展集团联系了18万家中国企业,在开展前即有近8000家国内企业在平台注册登记,提出了明确采购需求。与此同时,中展集团还根据买家需求和展商的展品情况提前进行了配对工作,有效促进供需对接,提升展会贸易成效,帮助我国外贸企业将部分产品由出口转内销,拓展国内市场。

贺彩龙表示,疫情给全球经济和贸易造成了严重的下行压力,也给包括中国与阿联酋在内的世界各国之间的人员、资金、技术与信息交流带来很多困难。举办本次中阿数字展得到了中阿两国企业的积极响应,相关政府部门和社会各界均给予了大力支持,充分说明加强和深化双边经贸合作是中阿社会各界的共同愿望,深化双边合作有着坚实基础,展会必将给两国企业加强交流、中阿两国经贸合作带来强有力的

推动,增强了共克时艰、合作发展的信心。

记者了解到,本次中阿数字展充分利用先进技术手段,展览方式体现了创新。参展企业除通过图文、视频等形式展示产品,还可通过“贸促云展”平台3D模型功能实现企业产品的结构化演示,进一步体现展品的特点。

为方便观众以最便捷的方式找到感兴趣的产品,“贸促云展”平台还通过智能搜索实现多种展位图示和买卖双方精准对接。同时,为促进中阿数字展期间买卖双方在线洽谈及商贸撮合,“贸促云展”平台支持买家与展商以图文、音视频方式实现即时性的互动交流。

据悉,中国贸促会将运用“贸促云展”平台,整合现有展会资源,进一步促进线上线下办展融合发展,推动传统展会项目数字化转型,促进线上与线下、国内与国外、行业内与行业外的多种交流互动,更好地服务参展商和专业买家,提升展览效果,努力打造品牌展会。随着逐步办展的增加、数据的逐步积累,买家数据将会越来越丰富。

法兰克福逐步恢复全球展览业务

■ 本报记者 兰馨



7月15日在深圳国际会展中心开幕的大湾区国际纺织面料及辅料博览会(Intertextile,以下简称深圳面料辅料展),是法兰克福展览集团(以下简称法兰克福)旗下2020年国际性纺织领域品牌展的首个展会。据悉,该展会于6月增加了法兰克福时尚周。

受新冠肺炎疫情影响,法兰克福在全球范围内的展览项目均在重新规划2020年的档期。目前已经确定其“消费品展”将于9月在德国汉堡举办,法兰克福书展也将于10月举办。今年适逢法兰克福展览集团成立780周年,法兰克福正在积极准备,逐步恢复因全球疫情影响而停办的全球展览业务。

数据显示,法兰克福目前在29个国家和地区有近2600名员工,每年营业额约7.36亿欧元。

据介绍,在德国逐步完善疫情防护及卫生体系的支持下,展览行业正逐步恢复运营。目前法兰克福展览中心已有小规模会展活动恢复举行。法兰克福市长、法兰克福展览集团董事长监事会主席费德曼表示,一直以来,贸易展览会推动着法兰克福市的发展,也成为了这座城市历史中不可或缺的一部分。1780年,腓特烈二世正式将商品交易特权授予法兰克福市,由此奠定了当地举办各类贸易展览会的基石,开创了展览行业盛世并延续

至今。今天,法兰克福展览集团已从中古市集发展成为全球贸易展览伙伴。

“法兰克福展览集团的全球展会活动正逐步复苏,为相关人士重塑交流平台。”法兰克福展览集团总裁兼首席执行官马斌康表示,无论在哪个国家和地区,法兰克福都将遵守当地新规和要求,为全球客户提供优质的商贸平台。

法兰克福展览集团有关负责人回顾历史说,一路走来,法兰克福经历过1635年的战争及鼠疫。当时,为阻止疾病传播采取

了一系列措施,包括封锁边境、健康证明、护照制度、出入境检查与隔离。那时,在法兰克福市举办的春季博览会被迫取消。即使如此,贸易展览会在经济发展中的核心作用依然十分显著。第一次世界大战结束不久,国际进口展览会与春季博览会分别于1919年10月与1920年举办。第二次世界大战期间,法兰克福市95%的展览场地被毁,但在战后展览场地的重建工作迅速展开,法兰克福市作为贸易展览中心的重要地位可见一斑。1948年10月,法兰克福市恢复博览会的各项业

务,部分场地由临时搭建的轻型建筑、帐篷以及露天空间组成。

时隔72年,新冠肺炎疫情肆虐全球,展览行业无疑遭到巨大挑战。但法兰克福相信,展览业将不断革新,以应对疫情所造成的影响。

马斌康认为,受疫情影响,全球客商都被迫暂停经贸业务,经过半年的等待,全球客商亟需展览组织方提供面对面的交流机会,因此线下展览会的重要价值依然不可低估,为全球客商搭建面对面交流的平台则显得尤为重要。

务,部分场地由临时搭建的轻型建筑、帐篷以及露天空间组成。时隔72年,新冠肺炎疫情肆虐全球,展览行业无疑遭到巨大挑战。但法兰克福相信,展览业将不断革新,以应对疫情所造成的影响。

马斌康认为,受疫情影响,全球客商都被迫暂停经贸业务,经过半年的等待,全球客商亟需展览组织方提供面对面的交流机会,因此线下展览会的重要价值依然不可低估,为全球客商搭建面对面交流的平台则显得尤为重要。

第三届进博会「境外云招商」走进韩国

本报讯 第三届中国国际进口博览会“境外云招商”韩国推介会16日在线上举行,韩国贸易协会、韩国进口协会及成员企业等参加推介活动。

中国国际进口博览会副局长刘福学在致辞中说,进博会筹备工作并未因疫情停下脚步,进博会是境外企业了解中国市场、快速进入和拓展中国市场的高效平台,希望韩国企业抓住机遇,共享国际贸易、国际投资、人文交流和开放合作新机遇。

中国驻韩国大使馆经商处公参谷金生表示,中韩互为重要贸易伙伴和全球产业链、供应链的重要参与者,两国携手前行、共同发展,推动中韩经贸合作不断走深走实。中国驻韩国大使馆愿为韩国企业参展参会提供便利。

韩国贸易协会负责韩中贸易事务的徐旭台说,韩国贸易协会将为韩国企业顺利参展提供全方位支持,希望第三届进博会为韩中贸易交流注入新活力。

中国银行首尔分行行长黄德说,分行将以推介会为契机,大力拓展与韩国本地企业的合作,继续发挥连接中韩经贸合作金融桥梁的作用。

本次线上推介会由中国银行首尔分行承办,中国国际进口博览会、中国驻韩国大使馆经商处、韩国贸易协会等提供支持。

中国采购商对韩国企业的产品十分感兴趣。在前两届进博会,很多韩国企业不仅和中国企业建立了合作关系,还以合资企业的身份进入中国市场。进博会已成为促进双边贸易发展的重要平台。

韩国出口企业振兴协会会长康元植近期在接受中国媒体采访时表示,在这样的背景下,进博会为韩中贸易作出了极大贡献,也将成为恢复世界贸易活力的平台。

康元植希望可以借助第三届进博会,进一步打开中国市场,促成贸易和技术交流。对于中国市场,康元植看好其增长潜力。对于企业来说,中国市场的吸引力包括对高科技产业与服务的巨大需求、传统制造业及新兴能源行业的技术升级等。

康元植坚信,中韩两国间的双边经贸关系将会在下阶段加深加强。

(耿学鹏)

会展新说

关于线上展会模式究竟在争论什么？

■ 王海龙

首先需要开宗明义——笔者没有给线上展会泼冷水的意思,只是在线上展会模式研究与观察学习中,有一些个人感受和心得期待与业界分享。笔者在探索线上展会的学习中发现,自2020年开年以来,线上会展活动的兴起是迫于新冠肺炎疫情在全球范围内的蔓延。这一说法已得到会展业内的基本认同。倘若不是遭遇这场突如其来的疫情,线上展会还要延后1至2年。

4月13日,商务部办公厅印发了《关于创新发展服务模式培育展览业发展新动能有关工作的通知》(简称《通知》)。《通知》明确指出,推进展会业态创新,积极引导、动员和扶持企业举办线上展会。4月15日,中国对外贸易中心(集团)正式确定,腾讯成为第127届广交会技术服务商,为网上广交会提供整体技术支持、平台研发服务与云资源支撑。这些消息将“在线展会”推向一个新的

高度,引发了会展业内一连串关于线上展会的讨论与思考。

随后,掀起线上举办会展活动的热潮。一些线下传统展会组织方,为帮助其参展商寻求疫情下的商机,相继将原本在线下举办的实体展会“搬”至线上举办。表面上看,线上展会的初期目标已基本实现,但在运行中不难发现,其服务模式距离线上会展活动模式还有一段距离,还需要一个转变过程。

笔者认为,线上展会不是线下展会的照搬,而是一种新的商业运营模式。线上展会的核心功能在于“云展示、云互动、云洽谈”,通过充分运用3D、AR、VR等技术手段以实现365天在线展示。同时,要通过内容运营激活私域流量,接入外部平台和社交媒体实现云引流。通过实时在线直播、视频、音频和自动化客服等互动技术,让观众、卖家及展品之间形成高效实时互动。通过商务

配对系统及多人会议、一对一会谈等多层次的在线精准对接会,实现买卖双方在线配对洽谈。重要的是,线上展会还须构建洽谈交易的信任环境,利用大数据和人工智能,进行买家、卖家资信和背景调查、展品知识产权审核,为洽谈交易保驾护航。

线上展会促进买卖双方洽谈磋商的核心价值与传统展览相同。与线下展会相比,线上展会组织者应该在促进参展商和观众的会谈中扮演更加重要的角色,线上展会更需要精心组织观众,原因是在线观众不在线的违约成本更低。为此,需要通过内容营销等手段实现有针对性的招徕,并对观众购买能力和购买意向进行评估,找到更多真正有需求的观众。线上展会的盈利模式与传统展会不同:线上展会收入主要来自于基础会员费、展示增值服务、营销增值服务以及商机服务等方面,包含数字化展位、广告

位、展商入驻、平台服务、预约配对、营销流量、发布会直播平台等内容。

线上展会作为一种新的商业形态,必然要经历一定的发展历程。笔者相信,随着科技手段的不断提升和对线上展会的不断赋能,线上展会必然会得到较好发展。

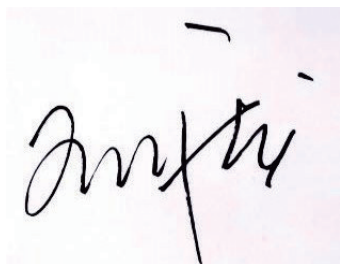
那么,线上展会作为一种商务新形态,是否会取代线下展会呢?这也是疫情当下被热议的话题,却并不是一个新话题。随着网络营销的兴起,十多年前,会展业内部就已经有了传统线下展会是否会被线上业务所取代的讨论。可以看到,在过去的十多年,传统的线下展会非但没有被网上业务所取代,反而呈现蓬勃发展之势。

与此同时,会展业界也发现,越来越多的国际知名展会在举办线下展会的同时,将参展商的企业简介、产品介绍以文字、图片和视频的形式搬至线上平台,从而

打破传统展会受时间和空间的限制,帮助企业实现全天候在线展示。在争论中,线上展会和线展会下已悄然实现了相互融合和彼此促进模式。

其实,线上展会和线下展会都具有优势。笔者认为,线上展会和线下展不是简单的迭代关系,而会长期共存、相互促进、相互融合地“走下去”。

(作者系西麦克国际展览有限责任公司市场部经理)



本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

走进新时代 共享未来

青岛国际会展中心
Qingdao International Convention Center

2000年投入使用

会议室45间

室内展览面积60,000m²

室外展览面积50,000m²

无柱活动空间20,000m²

山东省青岛市崂山区苗岭路9号
www.qdicec.com.cn
0532-88898777

本栏目由青岛国际会展中心独家赞助