

创新会展·区域篇

香港贸发局助中小企业走出“疫”境

转战线上：互联新世界 会展新常态

■ 本报记者 兰馨

日前，香港贸易发展局(以下简称香港贸发局)宣布，2020年第31届香港书展延期至2021年7月举办。记者从香港贸发局了解到，第31届香港书展延期后，香港特区政府将通过防疫基金给予支持。此外，参展商已缴纳的摊位费将全额退回，摊位搭建补贴将顺延至明年7月。

据介绍，为满足读者购书需求，香港贸发局将开展“网上书展”，并开设“文化在线”专栏，读者可以通过该专栏浏览一系列由合作伙伴提供的网上阅读、博物馆展览及文化资源信息，以及近十年香港书展经典讲座回放。

多项大型活动移至上

据香港贸发局有关负责人介

绍，自12月初开始，将有创智营商博览、香港国际特许经营展、亚洲知识产权营商论坛、DesignInspire创意设计博览及亚洲电子商贸峰会等会展活动以全新的数字化设计在线上亮相。

香港贸发局助理总裁梁国浩表示，自12月起，香港贸发局将举行多项有助中小企业加强竞争力的活动，从电子商贸、数码转型、特许经营、知识产权、创意设计等方面全方位协助企业应对“疫后新常态”，抢抓新经济格局下的新机遇。

秋季采购汇·网上展助企业争订单

据了解，以“互联新世界 跨越新常态”为主题的秋季采购汇·网上展正在举行，展品涵盖电子、家庭用

品、灯饰、户外照明、环保科技、礼品及赠品、玩具、婴儿用品、文具、眼镜及钟表等，帮助参展商在疫情下与全球买家保持联系，寻求跨行业的合作商机。

“香港贸发局通过举办线上展，打破地域界限，协助中小企业适应新采购模式、争取订单。”香港贸发局副总裁周启良表示，疫情改变了国际贸易采购的规律和习惯，不少企业转至线上，通过线上平台推广业务，这令市场对线上营销的需求发展快速。他指出，在疫情下，中小企业要利用线上推广平台，积极面对线上商业模式新常态。

此次秋季采购汇·网上展设立37个地区展馆，吸引了来自33个国家及地区的2600家展商参展，包括日本贸易振兴机构(JETRO)、

韩国大韩贸易投资振兴公社(KOTRA)、台湾区电机电子工业同业公会、浙江馆、重庆馆、江苏馆、数码港及香港工业总会等。本次秋季采购汇·网上展将于11月27日闭幕。

线上平台促商贸配对

日前，由香港特区政府与香港贸发局主办的第十届亚洲物流航运及空运会议(以下简称亚洲物流大会)移至线上举办。此次亚洲物流大会组织了35场线上论坛，邀请60多位来自全球的物流、航运及空运业资深人士，吸引来自近60个国家及地区超过1万名观众参与，探讨行业最新形势。

据其组委会的统计显示，此次亚洲物流大会除香港及中国内地以

外，当中有不少与会者来自东盟国家，十个成员国中有九个国家参与。而新参与的国家更有奥地利、巴西、捷克、埃及、匈牙利、卢旺达、斯洛伐克、乌兹别克等，不难看出，此次线上会议并未影响业界交流，而是搭起了一个联系全球物流业的新平台。

香港贸发局有关负责人表示，此次亚洲物流大会，香港贸发局与100个商会及机构合作，在疫情较为严重的地区设立10个分会场，让全球与会者可同时参与此次线上会议。

此外，香港贸发局为来自法国、德国、意大利等国家及地区的与会代表团设置了主题性的商贸配对及虚拟专题对接会，与香港及中国内地的业界共谋合作商机。

会展新经济推动中欧合作再提挡

■ 彭瞿斌 于倩

日前，第三届中国国际会展业合作圆桌会(以下简称圆桌会)在成都举行。来自英国、德国、法国、意大利、西班牙、瑞士、俄罗斯、芬兰等国家地区的嘉宾带来了新技术应用、智慧场馆、绿色会展等合作议题，在中国与欧洲合作交易平台日益完善的同时，探索更为具体的创新合作点正提上日程。

此次参会的企业中，中小型企业成了主角，许多甚至是初次来到成都，但这对于双方都是互相了解的机会，他们与成都的亲密接触也显现出更广阔的合作前景。而在这些新机遇的碰撞下，成都作为向西开放门户城市的重要价值也愈加显现。许多嘉宾能够感受到的是，成都已成为中欧合作的起点之一。成都市博览局相关负责人表示，随着中欧合作愈加深入，成都离欧洲越来越远，成都可以成为了解欧洲的重要门户，通过成都跟欧洲建立联系，并寻求新的机会。

在本次圆桌会上，来自欧洲国家地区的企业将与成都企业深入交流，发掘在新经济领域继续深挖两地会展产业合作的更大可能性。值得注意的是，在中欧国际会展业合作圆桌会现场达成的《中欧会展新合作发展成都倡议》中，基于成都在中欧合作中具备的优势，参会各方充分认识会展新经济发展的趋势和意义，各方将致力于加强会展新经济产业交流合作。

此次的合作倡议中提出，将大力推动中欧会展产业与数字经济、智能经济、绿色经济、创意经济、流量经济和共享经济“六大形态”深度融合，突破会展发展壁垒，深挖会展业发展新亮点，形成会展新经济体。与此同时，共促会展新技术新模式研发推广的倡议更是屡屡成为会上谈及的重点，一是发布中欧会展新经济合作机会清单；二是结合中欧优势产业共建中欧会展新经济示范区，策划2021中欧会展新经济产业博览会；三是通过中欧品牌展会数字化升级巡展等方式推动中欧经济贸易活动常态化；四是打造中欧会展新经济孵化产业园，培育与扶持会展业新业态新技术的运用与推广；五是建立中欧会展新经济研究中心，为中欧会展业合作与发展提供智力支持。

高美艾博展览集团亚太区销售及市场营销总监杨云波谈到会展数字化时说到，提升数字化水平是高美艾博展览集团的重要发展战略之一，构建具有互联网思维的人才团队是会展数字化的关键。

人才培养方面，倡议明确表示要建立中欧会展人才培养与交流机制，与中欧会展业领先企业和知名高校开展中欧会展新经济专题培训和实践合作，通过举办中欧会展新经济创客大赛、中欧会展未来领军人才培养训练营等活动，展现中欧会展新经济领域最新成果，持续引入会展创



新创业人才流与知识流，大力培养中欧会展新经济领军人才。

倡议提出，在新的时代背景下，有必要共同构建中欧会展新经济生态圈，共享会展新经济带来的创新成果必将推动中欧会展的数字化转型和产业升级，赋能中欧会展担当作为。双方应抓住机遇，利用好中欧两个市场，两种资源，开发适合多应用场景的会展作用发挥新赛道，打造更多联通中国和欧洲、被中欧共享的国际公共产品，以实际行动助力中欧特色进出口商品展示交易集散地建设和中欧产业链、供应链稳定，为推动中欧全面战略伙伴关系的发展贡献会展平台力量。

来自上海绿地巴塞罗那展会公司高级副总裁薛亮在圆桌会的发言中提到中欧会展合作已经到达一个新的拐点。中国会展业尤其有机会

在这个新时代中去引领世界。关键需要的不仅仅是持续性的创新，有时候更需要颠覆式的创新。西班牙巴塞罗那博览局也正是本着上述的精神来到中国，希望能和中国会展业的精英们通力合作。

今年对会展人来说，注定是不平凡的一年，尽管新冠疫情对全球会展业带来了巨大的影响与挑战，但成都会展业积极引导会展企业数字化、智慧化转型，以创新发展经济新动能，举办了中国—中东欧经贸云洽谈会暨成都专场云洽谈会，累计2.08万人次在线观看活动开幕式及主题论坛，向“中国—中东欧国家联合商会成都联络办公室”授牌仪式，组织开展智能制造、绿色能源、数字文创、医疗器械、物流等领域的61家成都地区企业入驻2020中欧国际贸易数

字展览会成都馆，与中东欧国家企业进行闭门配对洽谈。目前，MCI迈迈、英富曼、智盟已分别在成都设立独立法人机构和区域总部，6家国际领先知名会展企业落户成都。包括英国英富曼会展集团、德国法兰克福展览集团、慕尼黑会展集团、汉诺威展览公司等均已与成都开展项目合作。现有落地的国际合作驻展馆项目20个，今年又新增在谈项目9个，其中英富曼主办的“AMWC CHINA 天府·世界美容抗衰老大会”、汉诺威主办的“成都国际工业博览会”等5个项目已确定举办。

接下来，两地会展业将把握国际会展新趋势，以科技创新为引领形成发展新动能，携手共建更加紧密的中欧会展业命运共同体，促进全球经济复苏。

会展大咖说

从会展三新展看展会的 BEN 功能

■ 许锋



作者简介：
北京华恺国际展览有限公司创始人
中国会展经济研究会副秘书长
会展三新展组委会秘书长
曾任北京国家会议中心副总经理，擅长大型会展场馆、配套酒店运营管理，善于会展行业分析和调研。目前，著有《会议中心设计、运营与管理》(合著)和《会议业纵论》(合著)，是《会议分类和术语》国家标准起草小组的核心成员，该标准是国内第一个会议业的国家标准。

2020年1月，中国会展经济研究会经过审慎研究，并与杭州市萧山区投资促进局协商后一致同意联合举办会展三新展。但今年一场突如其来的新冠肺炎疫情让会展三新展的档期一拖再拖，直到7月31日，中国会展经济研究会在东莞召开的年会上才正式定档，会展三新展将于第三届进博会和“双11”后的11月13日至14日举办。

事后看来，会展三新展的选题是正确的，切中了一个细分领域，这个题材恰好市场上还没有，而市场对此又有需求。

随着疫情的蔓延，各行业多为居家办公，原计划春节后第一个工作日发出展会邀请函的节奏被打乱了。一是为配合会展三新展，今年2月11日开通了“会展BEN”微信公众号，第一篇文章就是“疫情之后，会展业要用这些新设备新技术新服务”，可以看做是为会展三新展“定制”的“社论”。新媒体营销的好处之一就是投入的成本没有硬性广告高，但传播面广、持续性强。

二是扩展展品范围。可以说，疫情“耽误”了会展三新展，但也给三新展带来了新的展品和论坛议题，如云上会展、数字会展、智能闸机、健康防护、会展保险、针对外贸展的新型营销工具等，都被纳入组织方的视野，不少展商其实也一直在寻找合适的推广发布平台，两者一拍即合。

三是论坛议题与时俱进。从2

月至10月，只要疫情有变化和和相关新政策出台，业内人士的关注点也随之而动，会展三新展峰会的议题就随即做出适应性调整，最后呈现在业界面前的有“新基建”“新消费”和“双循环”对会展跨界合作的新机遇、新要求，中国会展业凭什么乘风破浪、政府如何扶智与赋能、线上会展的关键点难点可行性和解决方案等大会演讲主题和论坛议题，都是疫情下行业关注的热点或与政策的呼应。

除了业界知名的会展大咖，如傅祥银、陈先进、范培康、刘松洋、陈辉峰、姜淮、唐雪、徐惠娟、黄彪等，会展三新展组委会的目标是要把两拨精英请到现场做分享，一拨人来自传统的会展主办承办方，另一拨是热门的互联网大厂代表。

需要强调的是，会展三新展峰会的主持人很重要，他们不是报幕员，需要他们对论坛议题有全面的理解，对每个分享嘉宾都要有较好的了解，还要能控制好现场节奏，否则现场就像温吞水般无味。此次会展三新展，业界看到每一个论坛都热度不减，其中起到重要作用的就是主持人。

此外，还要“挖出”鲜为人知的、有故事的传统会展主办、承办代表，如广东光合作用文化发展有限公司董事长鲁晓昆、重庆展览中心有限公司董事长兼总经理王伟、振威展览股份有限公司常务副总裁郭小辉、上海墨展览服务有限公司执行总裁王

沙坤、西安虫子会议会展服务有限公司创始人郭静，等等。论坛需要大牌，但更需要优秀的分享者。

幸运的是，此次会展三新展，五家互联网大厂全部聚齐，加上原本深耕于会展领域的科技公司的代表，如米奥兰特、31会议、汇展、美迪康、展商秀、同高，再加上“新秀”如睦邻、中智商展等，他们在分论坛上唇枪舌剑，引得众多与会者不惜站2个多小时聆听完分论坛。

在会展业界，组织方在设计项目前，常常会“自问”：为什么要去参展？为什么要去参会？惯性思维首先想到的是，为了生意、为了找客户找经销商找供应商。但笔者认为，参展参会有多个目的，归纳起来，最主要的是去找BEN。

首先，为了生意(Business)。为了找到代理商、经销商或者供应商服务商。这是参展商愿意为之付费的首要目的。正因为如此，此次会展三新展在展览现场专门搭建两个会议室作为企业产品介绍的工作坊，但略有缺憾的是工作坊设置的数量和密度有点多，明年将改进。

展览区里有足够的人流量，会展三新展的做法是主要依靠高质量的议题内容和高知名度的分享嘉宾及主持人，而且第二天的议题和嘉宾的吸引力不能弱于第一天。来听会的会中一定有愿意学习的买家，到第二天中午午餐后还不舍地离开会场。将展览和会议

2020SHOWTECH 拓展“科技+展示”

本报讯(记者 毛雯)2020

SHOWTECH大会将于12月17日至18日在中关村国家自主创新示范区展示中心举办。据悉，2020SHOWTECH大会提出“未来，每个人每个组织都要会SHOW”的口号，将云集AI、数字营销、新视听、艺术创意黑科技等领域的知名企业领袖，现场为大家讲述如何运用5G、AI、智能、全息投影、光影技术、AR、VR、MR等新兴技术拓展品牌营销的辐射范围，增强品牌营销的影响力，提升品牌营销的传播效率。

据介绍，此次大会将通过众多科技公司展示其用于声光电展示场合的创新技术与产品，为做展示的企业提升展示科技力量提供解决方案。

随着数字技术的发展，“科技+展示”的应用场景正在不断被拓展。与此同时，除了线下会展展示的手段正在日新月异的发生着改变，2020云上展示的力量也越来越被业界重视，云上展示也成为后疫情时代助推数字经济发展的新商业模式。

疫情初，中关村会展与服务产业联盟整合中关村前沿科技，基于团队20多年线下展示经验结合数字化思维而建立了开放云平台，开发并上线了“云上中关村”。据介绍，“云上中关村”是国内首个区域级企业云上展，集展示对接、直播营销、洽谈交易为一体，具备线上助展、供采对接、云上展厅、产业社交的综合性应用场景，旨在帮助科技企业拓展业务，增加订单搭建一个可信任、有背书的一站式采买平台。

“云上中关村”不仅融入中关村领先的物联网、人工智能、大数据、区块链等技术，还通过建设数据中台，打造了功能强大的“会展大脑”。在“会展大脑”支撑下，不仅可以实现客户资源链接、关注度跟踪、任务派发等资源的跟踪及统一管理，还拥有强大的数字营销支持功能，能够拓展并留存私域流量，更好的帮助企业对接核心客户，促成交易合作。

新一轮科技革命和产业变革势将爆发，带动数字技术强势崛起，促进产业深度融合，推动新型会展模式发展。在疫情防控常态化下，中国会展业将成为未来全球会展业的新增长点。因此，中国会展业亟需用科技加强展示的力量，2020SHOWTECH将促进展示与科技深度融合的搭建平台。

据悉，2020SHOWTECH大会全新升级，将增加产业创新展示区域，开设“2020SHOWTECH科技市集”，为企业提供展示空间和环境，并着重为创新企业提供极高的参展机会，SHOW出科技企业的风采。