

创新会展·城市篇

锦州2020网上特色商品展闭幕

辽宁锦州借线上优势解企业难题

■ 本报记者 谢雷鸣 张海粟

近日，锦州2020网上特色商品展闭幕。该展会由锦州市贸促会主办，在锦州网上会展中心上线运行。

记者了解到，此次特色商品展参展单位共有17家，包括娟娟食品有限公司、沟帮子食品有限公司、锦州绿地米业有限公司等。参展特色商品有大米、水果、速冻食品等百余种。

日前，锦州市贸促会党组书记、会长秦蕊在接受《中国贸易报》记者采访时介绍说，今年以来，锦

州市贸促会为了更好地服务疫情下企业发展，建设了“智慧城市——锦州网上会展中心”。截止11月底，“智慧城市——锦州网上会展中心”已举办展会10场，其中线上展会5场，线上、线下联动展会3场，直播带货展会2场。

记者了解到，这些展会包括第七届辽西国际汽车交易博览会、2020锦州市第一届智慧生活展会、2020锦州市第一届网上房展会、锦州首届直播电商节、2020首届辽宁地区视频直播汽车博览会、锦州

2020网上黑河产品展、网上金秋旅游展、第八届国际汽车交易博览会新车展、第八届辽西车博会视频直播展等。

“受新冠肺炎疫情影响，今年上半年，锦州市一些重要展会未能开展或被迫取消。”秦蕊说，一方面造成了直接损失和间接损失，另一方面，需要参与展会的企业多为中小微企业，会展活动暂停、收入大幅下降、现金断流，对企业的生存带来重大挑战。

秦蕊说，按照中国贸促会《贸促会展览管理办公室关于创新展会服务模式的指导意见》提出的要求，锦州市贸促会结合锦州市委、市政府建设新型智慧城市工作，借助有着百余万注册量的“锦州通”智慧城市平台，建设了“智慧城市——锦州网上会展中心”。

“这次展会汇聚了锦州美食文化，树立品牌促进消费，提振了社会发展信心。”秦蕊说。

澳门餐饮业界肯定进博会促进作用

本报讯 澳门美食同业联合商会今年有多位代表作为参展商和澳门企业代表，赴上海参加了第三届中国国际进口博览会，还与上海餐饮业界观摩交流经营情况。代表们返回澳门后，总结及分享进博会期间的收获，肯定参与进博会对澳门企业餐饮食品行业的正面效益，认为有助于进一步提升企业产品和营销水准。

澳门美食同业联合商会会长梁仕友表示，感谢澳门贸易投资促进局提供帮助，在第三届进博会期间，参会者对全国各地的最新产品资讯有了认知，这些资讯对会员产品开发和市场定位都有一定的帮助。在沪期间，该会争取时间探访上海的会员商号，了解他们在疫情以来的经营情况，表达澳门业界的关心和支持。他肯定进博会之行让会员企业得到更多在祖国内地营商的经验，为共同参与粤港澳大湾区的发展做好了准备。

罗德礼继承有限公司助理经理罗沛婷表示，在第三届进博会现场，观众对澳门和葡语国家特色餐饮食品非常感兴趣。此次参展，除了收获采购合作，也借交流认识了内地市场的发展形势，对产品在内地定位更准确，也对拓展内地市场更有信心。

金来菜蜜厂董事总经理陈颖诗在进博会期间发现，许多观众虽不认识澳门特色饮料，但很有兴趣。“我希望借进博会物色

内地的代理商，进一步走出澳门拓市场。”陈颖诗说。

在第三届进博会上，42家澳门企业踊跃参展，希望借此平台寻找更多合作伙伴，提升品牌知名度，增进与内地交流。

澳门贸易投资促进局在食品及农产品展区及服务贸易展区设有展馆。其中，食品及农产品展区面积600平方米，服务贸易展区面积60平方米。

值得一提的是，澳门还采用多媒体设备等手段，展现澳门参与“一带一路”及“粤港澳大湾区”工作、澳门的中葡平台优势、澳门投资环境、服务贸易及会展业发展等情况，展馆内还安排了试吃、商业配对洽谈等活动。

(赵瑛昊)

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.qdicc.com.cn

0532-88898777

本栏目由青岛国际会展中心独家赞助



12月2日，第16届上海国际汽车零配件、维修检测诊断设备及服务用品展览会(Automechanika Shanghai)在国家会展中心(上海)开幕，展会规模达28万平方米，吸引3845家企业参展。此次展会首次构建全新的AMS Live线上服务平台。

展会同期举办62场现场和线上的论坛、研讨会及活动。其中，AIAG 汽车零部件采购高层与供应商峰会、汽车售后市场高峰论坛等将在AMS Live线上平台直播。

本报记者 周春雨 摄影报道

会展大咖说

中国或成线上展领军者？

■ 肖峰

作者简介：
中东国际展览集团(MIE)执行副总裁，常州慧展信息科技有限公司总经理，“展贸通 GTW”数字展览平台总架构师。
曾在高校从事计算机软件的教学工作，后进入上海格博展览股份有限公司负责信息化系统建设、后至拓展部和海外自办展事业部。同期，自主研发的展览管理系统(EMS)被德国同行采用。
拥有15年展览从业经验，是展览信息化建设的倡导者，对互联网和展览业的融合有一定研究。



新冠肺炎疫情在全球蔓延，给全球展览业造成前所未有的重创。由于我国较早取得疫情防控的阶段性胜利，我国会展业在全球率先按下“重启键”。特别是进入6月后，随着国内多个大型展会相继举办，出现了难得一见的线下会展旺季。

同时，随着商务部发布“关于创新展会服务模式，培育展览业发展新动能”，各地政府也陆续出台政策，支持线上展新模式。一时间，线上展览(云上展览)成为潮流。互联网大厂把握机会，也进入展览业，并在云端“斗法”。毫无疑问，中国会展业如此快速地完成转型升级，是国际会展同行无法想象和难以企及的。

那么，展览主办方能否通过线上展实现盈利？参展企业是否愿意

为之买单？线上展新模式能否帮助中国会展业实现弯道超车？笔者早年从事计算机软件工程的教学工作，之后从事了15年的组展和海外展的市场开拓。疫情后，笔者就“线上展模式”与国际同行进行了交流和探讨。笔者也亲历了疫情期间无事可做到加班加点的大反转，在自主研发的“展贸通 GTW”数字展览馆举办了40多场线上展，积累了一些经验。笔者藉此机会，从海外展会主办方和国内组展方的角度，分享主办方线上展的体会和认知。

首先，内容比形式更重要。目前，展会仍是外贸企业开拓海外市场的主要途径之一。因此，各地政府纷纷出台政策，支持企业参展，并对在本地落地知名展会给予补贴。

事实上，无论是线下展还是线上

展，展会主办方均在实现自身商业价值，即打造一个信息交换的营销场景，促成交易。但在融合互联网技术进行线上展模式创新时，关于是否需要在线上展中运用3D、VR虚拟现实等技术，应考虑能否促进信息交换及制作成本。笔者认为，3D和VR技术可应用于那些不方便现场展示或演示的产品(如发动机内部工作原理)，而不应该为了博眼球，用3D和VR来复制或虚构一个现实场景，因为采购商要的是真实产品，不会因虚拟动画做得好而买单。

再说大数据。和线下展会一样，有了数据并不意味着可以把采购商邀请到线上展馆。只谈大数据，不谈实际邀约上线率，是没有厘清展会的供求关系的本质。况且，大数据要发挥作用，需要大量的基础数据的积累。

其次，互联网流量的转换是重点，须注重技术的实用性。和其他社会经济活动一样，与互联网深度融合是展览业发展的必然趋势。线上线下相结合的“融展会”模式，早在在疫情发生前就已酝酿和发展，从长远来看，展会数字化是不可逆转的发展趋势。

会展与互联网融合，重心不在于产品的数字化展示，而在于如何利用好互联网的流量、社交、营销、互动和统计分析能力，帮助线下展会的前后端做延伸。互联网的快速传播，可以帮助线下展会在短时间内实现信息传递、聚集大量参展商和买家，降低获客成本；互联网的互

动力，可以摆脱时间和空间的限制，降低沟通成本；互联网的统计分析和检索能力，可以让供求双方更加高效地找到对口产品。

众所周知，传统展览主办方在线下邀客能力较强，却并不意味着能够带来可观的互联网流量。因此，对于举办大型的线上展，其主办方如何借助互联网技术，实现流量的转化才是重点。这对大多数展会主办方来说，可能是一个陌生的领域，需要借助与专业的互联网营销公司的合作来实现。

以“中国—中东及北非(摩洛哥)国际贸易数字展览会”为例。该展虽然已连续多年在摩洛哥等非洲国家举办“中国贸易周”自主品牌展览会，积累了庞大的采购商数据库，但为了把互联网流量吸引到“展贸通 GTW”数字展览馆上来，仍须全方位的展前宣传，不仅包括线下的报纸、杂志、户外广告，而且将更多的精力放在 Google 广告引流、Youtube 视频宣传、社交媒体、当地网站广告等，并制作了三种语言的宣传文案，展前宣传效果比较明显。尽管线上展的举办形式发生了变化，但线下展会最基本的宣传推广流程不能省略，不能让线上展变成“纯线上展”。

此外，通过邀请高级别的政府官员、知名的行业专家参与线上展会期间的研讨会(Webinar)，也是互联网引流的重要手段之一。如“山西品牌丝路行线上行(中东非站)活

动”，邀请了20多个国家的嘉宾参会，10多位高级别的发言嘉宾分享了市场机遇和行业动态。由于这些人都是流量明星，他们自带流量，通过展贸通官网的多语言直播，以及 Youtube 的转播后，这场以“能源改革为主题”的研讨会收获了大量专业观众。多家专业媒体进行了报道，极大地提升了活动的影响力。

最后一点，线上展盈利模式还不清晰，但对中国展览业或许是机遇。国际展览与项目协会(IAEE)对全球主办方的调查问卷显示，只有20%左右的主办方认为可以通过举办线上展实现盈利。由于线上展览的盈利模式还不清晰，这在某种程度上导致了海外主办方对线上展览模式热情不高。目前，由海外主办方推出的成熟平台和成功案例并不多。

虽然国内的展览同行也还没有找到线上展的盈利模式，在国内举办的线上活动大多靠政府支持，但这并不影响越来越多的资源投入到这一领域。腾讯成为广交会的技术服务商，京东承接了服贸会，阿里巴巴也在助推展会上云……互联网大厂的加入，为中国会展业的变革提供了技术的支撑和保障。这对中国会展业可能是一次实现弯道超车的机会，会展主办方逐步成熟的线上会展平台、丰富的办展经验，或将帮助中国会展在这一领域成为领军者。

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处

会展传真

韩国政府正式表明 申办2030年世博会意愿

本报讯 韩联社消息，韩国产业通商资源部12月2日表示，在1日举行的国际展览局(BIE)第167次大会上正式表明了申办2030年釜山世界博览会的意愿。

韩国产业通商资源部当天在大会上介绍了釜山作为世博会最佳举办地所具有的魅力以及世博会今后的发展蓝图，并强调韩国政府将全力支持本届世博会成功举办，呼吁各成员国予以支持。俄罗斯也表示希望在莫斯科申办本届世博会，各国的申办竞争由此正式拉开序幕。

韩国产业通商资源部表示，将及时了解其他申办国家的相关动态，制定系统的应对战略。韩国政府将通过宣传和外交活动，助力釜山获得世博会主办权。

据悉，世博会的最终举办地将在经国际展览局实地考察后于2023年12月由各成员国投票选出。(刘同畅)

第五届一带一路 高峰论坛网上举办

本报讯 日前，由香港特区政府与香港贸易发展局合办的第五届一带一路高峰论坛在网上举行，全新平台涵盖论坛环节、一对一项目对接会、投资项目推介环节和展览，来自“一带一路”沿线国家和地区的主要官员及商界人士参会，人数超过80位。

香港特别行政区最高行政长官林郑月娥在开幕式致辞中表示，自“一带一路”倡议提出以来，中国已与138个国家及31个国际组织签署超过200份合作文件，香港积极参与，一直在加强与“一带一路”经济体的合作及伙伴关系。鉴于香港的地理位置及与东盟日益紧密的经济联系，东盟的多个经贸合作区将为香港企业及其合作伙伴带来更多机会。

(宗赫)

2021科隆国际五金博览会 因疫情取消

本报讯(记者 毛雯)近日，科隆展览有限公司宣布，因受到疫情动态感染情况和国际旅行限制，大多数参展商最终决定取消参加实体展会，科隆展览经研究决定取消拟于2021年2月21日至24日举行的混合模式展览会——科隆国际五金博览会。

科隆展览有关负责人表示，“作出这一决定，我们感到非常遗憾。我们有很好的定位，并相信混合模式可以实现很多事情。纯数字形式并不能替代新的混合方式，因为科隆国际五金博览会的重点仍是参展商的实体展示，参展商可以充分利用EISEN-WARENMESSE@home 数字化平台的板块和可能性增强参展效果。”

上述负责人也称，将以新的活力迎接2022年的盛会。

“作为欧洲最大的工具制造国，德国需要科隆五金博览会作为其主要的贸易展览会。”德国工具制造商协会(FWI)董事总经理Stefan Horst表示。“计划的概念在2022年也是绝对可行的，我们将尽一切可能，与科隆展览一道打造一个强大而创新的科隆国际五金博览会。”

据透露，下届科隆国际五金博览会举办时间为2022年3月6日至9日。

国家会展中心(天津) 综合配套区“低塔”封顶

本报讯(记者 毛雯)日前，国家会展中心(天津)工程一期综合配套区工程2栋低塔主体结构如期封顶。

据介绍，进入冬季，随着国家会展中心(天津)工程2栋低塔主体结构的封顶，2栋高塔也将于近期实现封顶，下阶段的工程建设任务还将更加艰巨，未来将继续严格过程控制，加强监管、监控和总承包协调，确保工程各项建设目标的全面出色完成。

据悉，在建设过程中，国家会展中心(天津)发挥整体优势，克服了资源紧张、疫情防控、冬季施工等一系列不利因素和困难。在精工科学施工组织下，9月18日完成地下室混凝土结构，11月底前完成了塔楼1、塔楼4主体结构封顶。