

创新会展·项目篇

上海汽配展：与企业同命运共获市场机遇

■ 本报记者 兰馨

“希望在展会上结识高端客户。”宁波泰顺密封科技有限公司(以下简称泰顺密封科技)有关人员日前在参加第16届上海国际汽车零部件、维修检测诊断设备及服务用品展览会(Automechanika Shanghai,以下简称上海汽配展)时表示,泰顺密封科技作为生产高端橡胶密封制品和汽车用橡胶制品的制造商,只要上海汽配展举办,就不会缺席。

12月2日,是上海汽配展在国家会展中心(上海)开幕的第一天,记者在展会登录大厅看到,很多观众为了错开登录高峰选择提前排队入场。业内人士表示,参加上海汽配展的主要目的是了解疫情下汽配行业的变化和创新性技术。

构建线上服务平台

“因为技术方面的原因,此前没试过线上谈生意,此次在组委会的帮助下感受到其中的便利。”湖南天雁机械有限责任公司(以下简称天雁机械)的参展人员在与客户交流时,都不忘提醒客户到线上了解企业的展品及技术。

据了解,天雁机械是国内主要增压器三大生产厂家之一,其技术创新一直受到业内的关注。

“自6月起,AMS Live线上服务平台启动并进行功能完善。”法兰克福展览(香港)有限公司副总经理周劭闾在接受《中国贸易报》记者采访时表示,上海汽配展25%~30%为海外买家,今年受新冠肺炎疫情影响,出口型企业的生存压力增大,此次推出AMS Live线上服务平台,为参展企业、海外采购商提供一个洽谈交易新模式。

据介绍,今年首次推出的AMS Live线上服务平台,在100多个国家和地区进行推广,并邀请因疫情原因无法到展会现场的采购商在上线进行洽谈对接。主办方在展前已为海外买家和参展企业举行了超过400场线上买家配对会,为全球采购商搭建了一个高效的沟通与交流平台,提升采购效率。此外,与会者还可以与非洲、澳大利亚、中东和俄罗斯的业内专家,在线寻找进入其市场的发展机遇。

一体化平台促多方合作

“此次上海汽配展,是今年全球举办规模最大的行业展会。”据其组委会有关负责人介绍,本届展会规模达28万平方米,3845家参展企业,除德国、意大利以及中国台湾等

国家和地区展商继续参展外,以色列也首次以展团形式参展。

为减少疫情给行业带来的影响,本届上海汽配展组委会搭建了线上线下融合一体化展览服务平台,帮助参展企业与海内外采购商进行更多的交流。

“疫情下参展,除了解市场趋势和创新技术外,主要还是要与客户见面。”常州市利云汽车电机有限公司总经理鲍利云介绍,受疫情影响,今年中东市场的出口出现了下降。

不可否认,疫情给汽配行业出口造成了极大的冲击。但也有企业经过上半年疫情阴霾后,下半年出口同比出现了增长。据浙江龙泉兄弟之星汽配有限公司有关人员介绍,因疫情在全球蔓延,全球产业链、供应链受到严重影响。但受益于中国疫情防控得力措施,推动了企业复工复产,特别是特殊时期的外贸型企业的复工复产,为企业赢得了市场机遇。

周劭闾表示,在国内国际双循环发展战略背景下,本届上海汽配展如期举办,并同时启动AMS Live线上服务平台,希望为参展企业提供更多展示的机会,以期促进多方合作。

提升参展体验

为反映全球供应链的转变以及跨领域合作模式,本届上海汽配展突出数字化创新趋势,其范围包括汽车研发、制造、商业模式、流通和服务等。

与此同时,AMS Live服务平台,为未能到展会现场的境外观众提供参与展会的备选方案,打破地域界限并促进有效沟通。例如首次打造的跨平台及贸易推广专区,为海外参展商提供了可通过互联网平台与现场观众实时互动交流的机会。

本届上海汽配展在展前进行了多地推广路演。据其组委会有关负

记者手记

此次在展会现场采访中,记者感受到中小型参展企业整体数字化程度低,很多中小型汽车零部件生产企业,对于此次上海汽配展组委会推出的AMS Live线上服务平台既兴奋又陌生。其兴奋在于线上平台给企业带来了跨境交流洽谈的新模式,陌生则在于企业缺少数字化人才。此次组委会在展前进行线上模式培训,让更多中小企业了解到平台的功能和便捷。众所周知,遭到新冠肺炎疫情的冲击,很多中

小企业线下获客渠道被阻隔、面临生存危机,而加快数字化建设是中小企业业最有效的“突围之路”。此次展会组委会搭建线上服务平台,无疑是对中小企业转型数字化的一次积极助推,帮助更多中小企业了解到升级数字化服务市场存在极大的发展空间,以促进其加快数字化转型,跟上数字经济的发展节奏。

从这次展会上可以看出,会展组委会在帮助中小企业加快数字化转型、促进产业链升级上大有可为。

同时,为与会者提供了“北京标准”服务。目前,中国已成为全球最大的商旅消费支出国,高端商务会奖作为旅游业金字塔顶部的重要组成部分,更是整个行业的风向标。会奖行业要抓住国家政策机遇,进一步激发国内需求潜能,国内国际双循环相互促进,营造高质量、高要求、国际化、专业化的行业环境。希望雁栖湖会展中心与会议产业大会共同见证中国会奖产业美好明天。

本届大会举办了16场论坛会议,展览面积3000平方米,共有来自境内外会议与奖励旅游产业链2000余人参会参展,是2020年疫情下规模最大的会议与奖励旅游行业活动。



2020年,中国会议市场给出答案

■ 吴青青

日前,第十三届中国会议产业大会(CMIC)在北京雁栖湖国际会展中心举办。北京市文化和旅游局党组书记、局长陈冬、怀柔区副区长郭文杰、中国会展经济研究会会长袁青等领导 & 行业嘉宾出席并致辞。

本届大会以“重塑·共进”为主题,重点讨论疫情下行业的重构与发展,未来城市会奖产业布局的重点与革新等议题,旨在携手全产业链共同面对后疫情时代下的挑战与机遇,为行业发展破除迷雾,寻找转型的道路和生存下去的能力。

在北京雁栖湖会展中心出席参与讨论的“2020国际会议展览中心领导人圆桌会”上,业内就“疫情挑战下的会议中心运

营管理——坚守还是突破”这一议题展开了圆桌讨论。“坚守还是突破”直击疫情下的会奖业,是坚守本分等待行业复苏,还是通过不同自救手段形成突破,与会的场馆负责人给出了一致的答案——坚守的基础上勇敢突破。传统业务仍然作为核心业态努力经营,拓展不同形式的活动进行创收,将线上会议会展活动作为线下活动的补充,开发新产品激发消费动力,甚至直播带货也被大家玩得有模有样。

2020年,是北京雁栖湖会展中心与CMIC携手合作的第五年,不仅见证了中国会奖产业的发展,也见证了疫情下会奖业的破局重生。而北京雁栖湖会展中心作为场地提供方,在加强疫情防控保障的

同时,为与会者提供了“北京标准”服务。

本届大会举办了16场论坛会议,展览面积3000平方米,共有来自境内外会议与奖励旅游产业链2000余人参会参展,是2020年疫情下规模最大的会议与奖励旅游行业活动。

同时,为与会者提供了“北京标准”服务。目前,中国已成为全球最大的商旅消费支出国,高端商务会奖作为旅游业金字塔顶部的重要组成部分,更是整个行业的风向标。会奖行业要抓住国家政策机遇,进一步激发国内需求潜能,国内国际双循环相互促进,营造高质量、高要求、国际化、专业化的行业环境。希望雁栖湖会展中心与会议产业大会共同见证中国会奖产业美好明天。

本届大会举办了16场论坛会议,展览面积3000平方米,共有来自境内外会议与奖励旅游产业链2000余人参会参展,是2020年疫情下规模最大的会议与奖励旅游行业活动。

会展新说

后疫情时代澳门会展如何不走寻常路？

■ 杨叶盛

春去冬来,被新冠肺炎疫情严重冲击的一年也接近了尾声。

随着国内疫情得到有效控制,各地恢复了正常的生产、生活秩序,这为会展业复展带来了利好。以第三届中国国际进口博览会(以下简称进博会)为例,此届进博会累计意向成交额达726.2亿美元,比上届增长2.1%。而借助进博会平台,百亿项目集中签约和战略入股,正进一步推动着长三角一体化发展。

会展是澳门发展适度多元化的一个重要手段。11月16日,澳门特别行政区长官贺一诚在《2021年施政报告》中,再次将“推动会展产业化,商业化”列为2021年施政重点,希望借此带动澳门其他相关产业的加速发展。

近期,随着第二十届澳门国际贸易投资展览会闭幕,接下来由澳门特区政府主办的会展活动中,规模最大、举办时间最长、国际化程度最高的,无疑便是澳门国际环保合作发展论坛及展览(简称环保展)。

进入后疫情时代,澳门环保展要如何才能发挥带动经济发展的重任呢?笔者通过对以往环保展及专题专业展的观察,分享几点个人意见。

第一,应加强与澳门高等院校的合作,为展会科技赋能,从而提升展会的质量,提高展会的影响力。2020年9月14号,德勤中国发布了《2020年环保行业白皮书》。该报告显示,随着环保行业竞争

加剧,技术优势成为环保企业可持续发展的关键。而“智能环保”,这项以感知层技术和智慧层技术的应用为主的新兴领域,正逐渐成为在国家“科技赋能”倡导下的一个热门产业。

而就在之前结束的第二十届澳门国际贸易投资展览会上,澳门科技大学所展示的ICT、纳米材料等方面的资源,恰好有助于“智慧环保”等高科技概念的引入,从而助力展会“科技赋能”,提升品牌形象。

具体来说,单是凭借其所引入的ICT资源,就不仅能为展会原有的“环境检测”引入智能化设备及新型算法,提升展品的质量和吸引力。同时,还可以通过会议、论坛等多种形式,为环保展的参展商和买家们带来智能环保及相关领域的前沿概念,促进前沿技术发展的讨论,从而增强环保展的专业性,从另一侧面提高了环保展的影响力,拉长了展会的生命周期。

而高校也可以借助该展会所创造的平台,拓展研究资源,扩大合作伙伴,组建研究协会,从而进一步提高其在相关领域的影响力,丰富其研究成果。并可进一步推动产学研的转化,从而促进经济适度多元化发展,彰显展会的溢出效益。

第二,宜加强与海内外环保相关领域协会组织的合作,从而提高专业买家的数量与质量,进而提升展会的吸引力。对比2018年与2019年环保展的展

后报告可以发现,其专业买家中,商业买家的占比明显下滑,由此引起的是参展商持续参展意愿的下滑。商业类专业买家的缺失,成了展会质量下降的“元凶”。

究其根本,是由于以往的环保展,在招商招展环节过于依赖政府邀请的模式,忽略了环保行业领域专业协会、组织的作用。而比起政府,这些协会、组织往往更了解具体领域的市场信息,因此也更能按照展会的需求,真正去实现展会的精准营销,为展会带来更加匹配的买家和卖家。同时,通过更多协会的参与,有助于为展会上引入一个更为完善的产业链,从而进一步提升展会的质量。

因为协会组织的种种利益,它已成了众多国际知名展会中的重要组成部分。以世界知名的德国慕尼黑环保展览会在上海的子展为例,在疫情阴影下,今年8月已整合超过100家协会组织参与其中,可见成熟的品牌展会组织者们对协会组织的“偏爱”。

第三,建立在线平台,打造云上会展,延展展会的效果。这场疫情即为会展业敲响了一次警钟,提醒会展业界注意到线下会展所存在的系统性风险,同时也为会展业进一步探索在线会展提供了契机。而事实证明,在线会展不仅不会危及线下模式,反而会更加有利于线下会展取得良好的效果。一方面,在线平台的建立,使得参展商摆脱了线下场地空间的限制,使其可以通过新兴多媒体

技术,全方位展示展品信息,从而弥补线下展示的不足。而另一方面,在时间的纬度上,在线平台突破了原本短暂的展出日期的限制,为参展商带来了更长的展出时间,从而帮助其获得了更大的宣传效应。同时,考虑到贸易的洽谈往往需要较长的周期,因此这种长期展示的在线“展位”,更有利于买卖双方提前展开接触,从而提高其在线下展会期间达成签约的可能性。再者,在线平台将更有利于数据的收集,更有利于展商对参展效果以及展品的行情做出更准确的评估,也便于其对潜在买家做出后续追踪接触。

通过在线平台为参展商提供的种种宜处,无疑将大大提升参展者对展会的认同感和满意度,从而提高其持续参展的意愿。而对组织者而言,在线平台将有利于将参展商及其展品“留下来”,再通过配合搭建“支付”“物流”等配套措施,实现从展品到商品的转化,进而促进本地发展的适度多元化,真正将会展活动的效益发挥到最大化。

(作者系澳门濠江风韵博览有限公司项目经理)

杨叶盛

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

会议市场无惧寒冬 重塑发展

■ 本报记者 胡心媛

日前,以“重塑·共进”为主题的第十三届中国会议产业大会(以下简称“会议产业大会”)在北京雁栖湖国际会展中心举办。记者从第十三届中国会议产业大会现场获悉,新冠肺炎疫情虽然对线下活动市场影响巨大,大型会议活动比2019年有所减少,但疫情期间纯线上会议活动量提升了600%,后疫情时期线上线下融合会议比2019年增长1.14倍。

本届会议产业大会是今年疫情影响下规模最大的会议与奖励旅游行业活动,与会嘉宾就疫情下行业的重构与发展,未来城市会奖产业布局的重点与革新等议题进行深入探讨,旨在携手全产业链共同面对后疫情时代下的挑战与机遇,为行业发展破除迷雾,寻找转型的道路和生存的能力。

此次会议产业大会,设置了超过20余场活动,展览面积3000平方米,同期举办专场洽谈会4场,共有来自境内外会议与奖励旅游产业链的2500余人参会参展。

创新洽谈形式 匹配精准需求

会议产业大会历来是会议及会奖旅游行业买卖双方沟通交流的重要平台。受新冠肺炎疫情影响,今年

的大会举办了多场买卖双方线上线下专场洽谈会。来自广州、杭州、廊坊、南京、宁波、厦门、苏州、珠海等城市的会议及会奖行业的代表参展,与大会特邀的500余位买家代表进行了洽谈;并举办了多场目的地城市及企业的资源推介活动,苏州市文化广电和旅游局、南京市文化和旅游局、宁波市文化广电旅游局等会奖旅游目的地文化和旅游部门代表及恒大酒店集团、即享影像、科大讯飞等企业代表进行了专场推介。

今年的会议产业大会创新依旧不止步。为了保证在短时间内达到精准高效的洽谈效果,组委会在组织形式和展示形式方面进行了创新,打破原有展位洽谈的对接方式,在展场分别设置洽谈专场,不同的洽谈专场安排了不同类型的供应商企业,一方面方便买家选择各自需要的供应商,另一方面也为供应商团队进行了一轮买家匹配。

除此之外,今年的大会首次引进了国际奖励旅游精英协会(SITE)中国区分会,继续搭建良好的国际交流平台,通过SITE作为专门致力于全球奖励旅游行业的商务活动协会的性质和影响,持续与国际接轨,探讨疫情下重启市场将会面临的挑战与机遇。

专业论坛聚焦行业问题

每一年,会议产业大会借助聚集产业链上各个企业的机会,都会根据行业产生的问题设置相关的专业论坛。

“办好一次会,搞活一座城”。在总结举办会议活动对城市发展的先进经验的同时,各个城市都在发挥不同的智慧,来促进城市会奖业的提升。比如杭州提出“新经济会议目的地”的新理念,南京主打“约会南京·会见惊喜”的意境,而宁波则突出“汇聚宁波·汇智商埠”的商业气息,不同的城市依据各自性格和属性,为城市会奖旅游发展带来不同的特色和亮点。

此外,会议期间,会议产业大会还与国际会议协会(ICC)进行深度合作,为中国区会员提供更有价值的服务,同时开展专题培训,为中国业者创造更多接触国际先进运营管理经验的机会。同时组织开展了“中国国际会议发展研讨会”,以“发挥相关方的积极作用,促进更多国际会议落地”为讨论主题,集合了包括文旅局、ICCA、国际展览公司、国际交流中心、专业会议公司(PCO)等领域的一意见领袖,共同为如何提升国际会议目的地建设、如何吸引更多国际会议落地等问题出谋划策。

“寒冬总会过去,春天终将到来。”众多与会嘉宾在探讨时表示,当前的困难只是暂时的,会议及会奖旅游市场依旧潜能巨大,行业前景向好的趋势不会改变。