

创新会展·特别篇

《展览会展台术语》国际标准提案进入投票程序

中国商业行业贸促会助力展会高质量发展

■ 本报记者 兰馨

1月21日,国际标准化组织技术管理局(ISO/TMB)发起了“Vote Form 12/2020”投票程序。此次投票,是中国贸促会商业行业委员会(以下简称中国商业行业贸促会)牵头提出的《展览会展台词汇》(Exhibition booth – Vocabulary,以下简称《词汇》)国际标准提案进行的全球投票,是中国首个展会标准的全球投票,意味着中国展览会标准进入了新阶段。

根据规定,《词汇》投票将于2月18日结束。如超过三分之二的国家投赞成票,该项目可立项为国际标准。

或填补会展国际标准空白

我国会展标准制定可追溯到2002年,目前,我国会展业发布国家标准、行业标准、地方标准、团

体标准已超过80余项,是会展标准化的数量大国,正在向标准质量强国迈进。

目前,ISO已发布国际标准23611项,包括会展相关的国际标准3项,分别是ISO 25639-1:2008、ISO 25639-2:2008和ISO 20121:2012,由新加坡和英国牵头制定。由中国牵头在ISO制定会展领域的国际标准尚属空白。

中国商业行业贸促会秘书长姚歆介绍,根据现行的《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2017),作为商务服务业的重要行业之一,会展业已从2011年版的《国民经济行业分类》的小类“L7272会议及展览服务”上升为目前的中类“L728会议、展览及相关服务”。

2016年,中国曾向ISO中国提出成立“展览、活动与会议(Exhibition, event and convention)”新技术

委员会,在当年的第一轮为期3个月的投票里(即2016年8月16日至11月16日),共有37个国家参与投票,其中赞成票11国、反对票12国、弃权票14国。投反对票的国家包括澳大利亚、奥地利、巴西、加拿大、丹麦、法国、德国、日本、荷兰、新西兰、英国和美国。由于第一轮投票不满足三分之二多数同意的要求,因此当年中国申请未获通过。

促进国际间合作更顺畅

姚歆说,他在分析2016年投票意见时发现,大部分国家均认为会议、展览和活动是三个不同的领域,不应放在一起讨论标准化。此外,部分国家还认为会展领域不应该事事均要标准化,而是有选择性和有针对性的。

中国商业行业贸促会此次确

定了收敛性思路的模式,以展览业切入,确定一个细分主题。通过调研发现,在举办国际性展览活动时,各国的主办单位、参展商、展示设计服务商、搭建商对展览会展台相关的术语有不同的理解,存在偏差。因此,制定展览会展台相关的术语标准成为展览行业一个具体的、细分的、切实的需求。

2019年,中国商业行业贸促会确定了先行制定团体标准,再提案国际标准的工作路径,并于2019年6月1日发布了团体标准T/CCPITCSC 023—2019《展览会展台术语》,共收入相关术语词条80余项。

2020年10月中旬,中国商业行业贸促会启动国际标准提案,并组织有关行业企业专家将团体标准翻译为英文版本,根据ISO导则进行文本修改。2020年12月下旬,通过

国家市场监督管理总局标准创新管理司向ISO正式提交了《展览会展台词汇》(Exhibition booth – Vocabulary)国际标准提案。

据此次国际标准提案负责人乔珍珍介绍,此次提案的国际标准类型是国际研讨会协议(IWA),只需国际标准化组织技术管理局(ISO/TMB)的15个成员国投票即可。成员国包括巴西、法国、美国、印度、英国、德国、马来西亚、俄罗斯、阿根廷、日本、韩国、澳大利亚、中国、加拿大和挪威。在2016年投票中,上述15个国家有赞成票4国、反对票8国、弃权票3国。此次有10国投赞成票,该项目才可获得立项,因此目前尚有很多不确定性。

根据2020年中国商业行业贸促会曾提案其他领域国际标准6项,最终获批4项,投票通过率为66.67%的经验来看,此次值得期待。

青岛打造『会展+』配套生态圈

■ 毛雯

日前,青岛举行了国际时尚城市建设攻势质询答辩会议。青岛市委常委、宣传部长孙立杰,青岛市文化和旅游局局长朱铁一,青岛市体育局局长车景华,青岛市贸促会会长初连玉,青岛市商务局局长李苏满代表攻势承办单位应询。

会上,青岛市政协委员、青岛市青年国际会议会展服务有限公司董事长孙学峰问:青岛市会展设施大都相对偏远,交通不便,周边配套不尽完善,下一步如何改变这一现状?如何打造具有国际影响力、有特色的高端品牌会展?

对此,青岛市贸促会会长、青岛市会展办主任初连玉表示,这一现状将通过以下三方面破解。其中,第一个问题主要采取三方面措施。

第一,合理规划会展“布局”,提高展馆使用合理性。对一些注重追求贸易效果、对距离不敏感的大型贸易类展会、专业类展会推荐到郊区三大展馆举办,将看重交通便利度、对距离敏感的消费类展会、体验类展会放在市区展馆举办。

第二,破解交通“瓶颈”,提高客商参展便利化。青岛地铁8号线已通达红岛展馆,地铁11号线已通达即墨展馆附近,地铁13号线已通达世博城附近。针对一些容易导致拥堵的大型展会,实施个性化、定制化服务,以开通机场直通车、增加摆渡车数量等方式,提高客商参展的效率和体验。

第三,通过打造“会展+N”配套生态圈,满足客商参展体验感。配套建设旅游、娱乐、购物、餐饮项目,为展商和观众提供“一揽子”服务。

如何打造具有国际影响力、有特色的高端品牌会展?一是聚焦国家战略,提升重点会展的品质,努力打造4大国际会展品牌。二是聚焦13条产业链,推进展产融合,努力形成“1条产业链+1个品牌会展”的格局。三是聚焦招优引强,加强国际合作,努力引进一批知名会展项目。加强与国际展览业协会(UFI)、国际大会与会议协会(ICCAs)、国际展览与项目协会(IAEE)、独立组展商协会(SISO)等国际知名会展机构的交流合作,招引国际知名会展落户青岛。



上海加大会展业政策支持 打造龙头企业

■ 宗赫

2021年上海两会期间,作为上海市人大代表,中国国际进口博览会党委副书记兼副局长、国家会展中心(上海)有限责任公司董事长孙成海建议,上海应积极打造会展业龙头企业,出台鼓励措施和政策,提升大型会展企业和展馆的国际竞争力。

孙成海表示,会展业是拉动上下游产业发展的重要抓手。会展业的经济带动效应强,链接生产、流通、分配和消费环节的诸多产业,是拉动经济的有效助推器。

2020年举办的第三届进博会安全、精彩、富有成效,按一年累计计意向成交726.2亿美元,比上届增长2.1%。

孙成海说,通过举办第三届进博会,国际采购、投资促进、人文交流、开放合作四大平台作用凸显,也推动了上海会展业的发展,对服务上海加快构建新发展格局、推动经济高质量发展具有重要作用。

在孙成海看来,上海正在打造“国

际会展之都”,展览数量和展览规模均跻身全球前列,在集中展示国际国内优质产品、前沿技术和服务,汇聚全球优质资源,引领消费潮流等方面具有巨大优势。“十四五”规划草案进一步提出“全面建成国际会展之都”,为上海会展业发展指明了方向。

目前,上海已形成东浩兰生、上海市国际展览有限公司等一批全国领先的大型会展企业,国家会展中心(上海)是全国最大会展综合体。随着各地积极投入招引大型展会,深圳、天津、北京、广州等超大型展馆陆续建成和开工建设,上海面临其他城市的追赶,本土会展企业面临展展、英富曼、法兰克福等国际一流会展集团的激烈竞争。

“有必要加强指导扶持,进一步做大做强。”他建议,支持拥有自有展馆或自办展的会展企业,出台鼓励措施和政策,提升大型会展企业和展馆的国际竞争力。

孙成海建议,更好地发挥龙头企业

引领作用,联手制定行业相关标准,推动长三角区域场馆服务和展会品质提升,促进长三角一体化发展。利用大型展馆优势吸引优质会展项目和会展企业落户上海。围绕大型展馆,打造融合展览、会议、文旅服务为一体的产业链,形成以展带会、以会促展、多业态联动的产业集聚效应,提升行业发展动能。

孙成海认为,要加强自主品牌展会培育。鼓励新的自办展会,主管机构、行业协会在题材挖掘、行业分析等方面提供指导,支持招展和招商工作,着力培育新展会,打造新品牌。完善常态化防控条件下的展会保障机制,健全展会防控指导和支持政策。继续完善大型展馆、展会的支持保障。加快细化出台会展业条例提出的人才支持政策。

会展业防疫工作要求高、难度大。孙成海建议,加强对展会疫情防控措施实施操作方面的指导培训,完善常态化防控下的展会审批机制,健全展会相关扶持政策。

会展大咖说

会展传播价值远比直播重要

■ 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。

近日,上海一知名公关活动公司负责人在谈及活动行业的发展趋势时强调其个人观点,即在未来3至5年,有两点趋势值得活动从业者关注:一是对活动的可传播性需求会越来越强,二是线下体验和线上虚拟体验融合会更趋紧密。

此前,传统的会展活动只是去影响线下参会群体。在新经济下,现在的活动组织者需要借助各种媒

介,让更多的群体知晓活动的动向,并主动为之扩散,让活动得到更为广泛的传播。而这,需要会展从业者具备传播思维。

客户,是一切活动的出发点。会展活动的主办方、承办方想尽一切办法,要让客户满意,就要仔细甄别参展商、观众和参会者真实的新需求。在新经济下,意味着对客户粘性更强、复购率更高。

的来自“新人”—Z世代。Z世代泛指“95后”和“00后”,据统计,Z世代人数在总人口中占35%。他们的主要特点是严重依赖网络、更爱学习、娱乐至上、喜欢艺术、颜值正义、个性自我、注重体验、拥抱民族品牌。而“60后”“70后”等“老人”同样对移动互联网、体验、分享、环保等情有独钟。

这表明,客户变了。Z世代逐渐成为会展活动的“主角”,老人和新人的“口味”都变了。比如,希望在传统商务活动之外有更多好玩有趣的活动、健康餐饮和环保公益。他们更喜欢分享,在微信、微博、小红书、抖音上主动编写、拍摄或转发他们亲身参与、见证的活动等,也爱看朋友、同事或新媒体平台上智能推荐的文字、图片、短视频。

客户自主的分享、扩散是真正优质且免费的广告,可信度高。因此,业界看到现在会展活动的标配之一就是照片直播。

从主办方角度来看,客户的积极参与,意味着对客户的粘性更强、复购率更高。

2020年3月5日,教育部正式发文,公布2019年度普通高等学校本科专业备案和审批结果及普通高等学校本科专业目录(2020版)。上海大学会展专业历经15年建设实至名归结硕果,成功获批目录外新增第一个特设交叉本科专业。会展专业纳入文学门类新闻传播学专业类下,学制四年。

在上海大学新闻传播学院博士生导师、上海会展研究院执行院长张敏教授看来,会展活动的获客成本越来越高,有效的传播成为整合营销中的重要一课。

根据上海大学新闻传播学院网站显示,该学院2010年获批新闻与传播专业型硕士学位授予点,本学科专业方向有:全媒体新闻、策略传播(该方向在注重艺术技术结合的基础上,分为广告、会展、公共关系三个专业分支)。

1月22日,国家会展中心(天津)首展京津城际高铁品牌专列首发,开启了依托京津城际,搭乘高铁列车新时代的宣传“加速度”。即将

开业的大型场馆带着首展(中国建筑科学大会暨绿色智慧建筑博览会)“坐”高铁进行推广宣传,也是一个不错的传播案例。

传播比直播重要。自去年新冠肺炎疫情在全球蔓延以来,众多会展活动项目被迫改为在线上举办,会议的视频直播陡然热闹起来,腾讯、华为、钉钉、微视、目睹等企业眼疾手快,多个直播平台抢得了“会展先机”。

这其中,北京美迪康信息咨询有限公司常年服务于大型国际会议和社团会议,提供会务管理系统、会议直播平台 and 工具,去年2月5日起就开设了免费的云课堂会务实操公开课,帮助会展从业者提高会议直播技巧。针对一些会展主办方反映的观看直播人数不够多、观看时间不够长的情况,创始人黄勇给出了自己的看法:(会议)传播比直播重要,内容比形式重要。

(本栏目文章涉及版权,转载请注明出处)

会展传真

海南将加快 自贸港会展业发展

本报讯 日前,在海南省“两会”上,与会人士建议海南通过建设有海南自贸港特色的会展产业园、市场主体、打造人才队伍等方式,加快发展海南自贸港会展产业。

据了解,去年6月1日出台的《海南自由贸易港建设总体方案》中要求,海南要加快发展现代服务业,包括加快建设区域性国际会展中心。致公党海南省委员会认为,海南自贸港建设将使海南会展业进入全新发展阶段。

上述人士表示,海南应规划建设有自贸港特色的会展产业园,应由政府牵头,组建海南自贸港产业会展平台型市场主体,引进优质会展资源与资本,专门操作产业会展的项目规划、运筹及立项事务,组建引展、组会议会。

此外,海南亟需培养专业会展人才。充分利用地缘优势,加强与港澳台、RCEP协议签署国和“一带一路”沿线国家有关专业院校的交流联系,共同探索会展人才培养模式,积极发挥行业协会作用,组织专业人才外出学习、交流。鼓励企业采用柔性人才引进方式,以合作为纽带,进行人才交流。

另外,海南还须构建与会展产业相适应的金融体系,推动间接融资的银行体系及直接融资的资本市场有序、有针对性发展,使之更适应会展经济需求;加速构建自贸港品牌会展项目认定体系,特别是对会展产业发达地区,制定自贸港品牌会展项目认定办法。

(宗赫)

“首位SHOWAY”一期创新奥特莱斯承接进博溢出效应

本报讯 “首位SHOWAY”一期创新奥特莱斯将于1月28日试营业。“首位SHOWAY”涵盖了创新奥特莱斯、瑞吉酒店、新形态商业街区、超5A甲级写字楼、百老汇剧院群五大业态,未来将进一步承接进博会溢出效应,并为会展中心提供完善的配套服务。

“首位SHOWAY”承接进博溢出效应,吸引海量会展客群。“首位SHOWAY”是国家会展中心(上海)正对面的大型商业体,涵盖了创新奥特莱斯、瑞吉酒店、新形态商业街区、超5A甲级写字楼、百老汇剧院群五大业态,未来三年内陆续呈现以上新业态,成为长三角乃至全国的商业旗舰。从“沧海桑田”变身为“演绎进博辉煌”的热土,国家会展中心(上海)周边规划的集中商业、休闲娱乐项目已初具雏形。

下一步,上海市青浦区将做好“大会展+大商贸”文章,对接深化国际采购、投资促进、人文交流、开放合作等平台建设,推动展品变商品、展商变投资商,推进“联采中心”“联合国采购大会”落户。做大做强“6+365”功能性平台,拓展综合保税区功能,促进会展商贸与保税服务、跨境电商等业务深度结合。

(吴韶)

“冰雪+”为哈尔滨会展注入新活力

本报讯 日前,第47届冰灯艺术游园会在哈尔滨举办,约270组冰雕作品在6公顷冰雪区实现景观布局。为期一个月的2021哈尔滨冰雪博览会也首次在线上启幕。

该博览会通过运用5G、大数据云平台等现代信息技术,展出冰雪设备器材、冰雪服装服饰、冰场雪场周边、冰雕工具、冰雪旅游、寒地食品等六大主题商品,供全球企业和观众在线浏览、咨询,为冰雪产业从业者提供经贸合作交流平台,提振疫情之下游客对冬季旅游的信心,为冰雪经济发展注入新活力。这也是哈尔滨将独有的冰雪资源与数字经济发展结合的全新尝试。

用科技推动冰雪旅游智慧化转型,是哈尔滨为推动冰雪旅游高质量发展的重要举措。2015年起,冰雪大世界就开始为游客提供免费Wi-Fi服务;更加节能环保、光线柔和细腻的LED灯带替代了光线刺眼、连续性差的传统灯管,为游客提供更佳视觉享受;在精心浇筑的冰屋里,游客可以吃上热气腾腾的火锅。凡此种种,人与景得以充分互动,带动旅游产业发展和经济建设向好、向新发展。

(仲昌)