

创新会展·特别篇

进博会效应显现 上海会展业规划布局更大

■ 本报记者 兰馨

近日,中国国际进口博览会(以下简称进博会)组委会发布的《第三届中国国际进口博览会传播影响力报告》(以下简称《报告》)显示,与前两届相比,第三届进博会的信息总量倍增。

其中,微博汇聚的进博会相关信息量最多,占比66.43%。网媒信息量位居第二,占比12.36%;微信位列第三,占比9.57%;客户端位居第四,占比为9.38%。总体来看,微博、微信、客户端等新媒体传播占比颇高,合计占比逾85%。

在平凡的2020年,第三届进博会的如期举办,为世界经济复苏注入了新的动力。作为“买全球、卖全球”的国际合作共享大平台,第三届进博会为全球企业拓宽了进入中国市场、加快国际间合作的“航道”。

第三届进博会如期举办的背后,是中国完善常态化疫情防控机制带来的信心和底气。

社交平台传播引发关注

第三届进博会,是疫情防控常态化下举办的一场规模最大、参展国别最多、线上线下结合的国际经贸盛会。《报告》显示,第三届进博会举办期间,微博平台形成了多个阅读量过亿的热门话题。此外,微信平台频现“10万+”精品文章,获得高曝光度。

与此同时,抖音作为当前最热的短视频社交平台之一,成为舆论热议第三届进博会的话题聚合地。客户端发布的系列报道和“进博好物”系列直播活动,提升了网民的阅读体验。

除国内的主流媒体外,海外社交平台也引发各界关注。其中,进博会官方在Facebook、Twitter、Instagram、YouTube等平台的账号粉丝总量较去年增加40多万人,现有粉丝总数超过99.4万人。据不完全统计,第三届进博会前后各平台图文阅读量超过4800万,视频观看量超800万,各平台互动总量超130万。

根据进博会组委会统计显示,本届进博会共吸引124个国家和地区的企业参展,展会规模近36万平方米,参展的新产品、新技术、新服务411项,其中全球首发73项。按一年计,第三届进博会累计意向成交726.2亿美元,比上届增长2.1%。

值得关注的是,本届进博会期间,举办了近百场论坛、会议等活动。其中,第三届进博会暨虹桥国际经济论坛开幕式受到瞩目,多国政要线上线下共话全球问题。

本届进博会共设六大展区、四大专区。其中,公共卫生防疫专区传播热度领先于其他专区。在后疫情时代,本届进博会首次设置的

公共卫生防疫专区是今年最大亮点。体育用品及赛事专区传播热度次之,首次参展企业占比相当高。节能环保专区云集细分领域的知名企业,助力传播热度位居第三。位居第四的是智慧出行专区,该专区吸引一批“隐形冠军”参展。

进博会促上海会展业提速

近日,在上海“两会”现场,上海市人大代表、中国国际进口博览局副局长、国家会展中心(上海)有限责任公司董事长孙成海介绍,截至目前,有数百家企业正式报名、签约第四届进博会。

孙成海表示,会展业不仅是服务构建双循环的重要载体、拉动上下游产业发展的重要抓手,还是推动上海进一步高质量发展的重要平台。

孙成海建议上海进一步加强龙头企业建设。上海目前已形成一批全国领先的大型会展企业,随着深圳、广州等城市的超大型展馆陆续建成和开工,上海面临其他城市的“赶超”。同时,上海本土会展企业面临国际领先会展企业的激烈竞争,有必要加强指导支持,进一步做大做强。

其次,加快培育自主品牌展会。近年来,上海的世界百强展数量不断增多,2020年公布的排行榜

中有14个,位居世界前列,但上海市新增自办展总体数量较少,规模相对不大。相关行业展会与美国CES消费电子展、汉诺威工博会、慕尼黑宝马展等全球知名展会相比,行业地位和国际影响力还需进一步加强。

孙成海建议,上海要发挥龙头企业引领作用,联手制定行业标准,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。

建成“十四五”末的发展目标体系

上海市人大代表、上海市贸促会会长周敏浩建议,应对上海会展经济的发展目标进行专题研究,提出到“十四五”末的发展目标体系。

其中包括会展经济占上海GDP的比重、世界最具感召力的前100个展会中的上海占比、成为世界第一的专业展会数量、围绕上海产业发展“3+6”产业新办的专业展会数量、10万平方米和30万平方米以上规模的展会数量、通过国际展

览业协会(UFI)认证的会展项目数量、由中国企业在国外举办的大型展会数量,以及会展专业人才数量等指标。

需要提及的是,作为进博会举办城市,上海在全国率先出台了《上海市会展业条例》地方性法规,制定了建设国际会展之都专项行动计划,迎来了会展业的快速发展,展览面积稳居全国第一。

记者从上海市会展行业协会获悉,2020年,上海共举办各类展览活动550个,同比减少47%;举办总面积1108万平方米,同比减少43%。全年举办规模超过10万平方米的展会25个(其中30万平方米以上展会2个),较上年减少了20个。

国际化、品牌化发展成效显著。根据相关统计,在世界百强商展名单中,上海入榜展会数量14个,举办面积达324万平方米,同比增加16.8%,入榜展会数量和规模在全球主要会展城市中位列第一。

全年共举办国际展181个,展览面积874万平方米,占全市展览总面积的78.9%;国际展占比较上年提高了1.5个百分点。举世瞩目的第三届进博会展览面积近36万平方米,比第二届扩大近3万平方米;参展的世界500强和行业龙头企业274家;累计意向成交726.2亿美元,比第二届增长2.1%。



瑞士将担任2021年消博会主宾国

本报讯(记者 毛雯)日前,在首届中国国际消费产品博览会(以下简称消博会)倒计时100天启动仪式上,瑞士驻华大使罗志谊通过视频表示,瑞士将担任首届消博会的主宾国。

首届消博会将于5月7日至10日在海口举办。罗志谊表示,消博会对于瑞士而言,将是一场盛会。瑞士担任首届

消博会主宾国,是中瑞两国友好关系的见证。消博会的举办,可以看出海南自贸港建设正得到加快推进,中国融入世界经济步伐在加快,这对全球企业来说,“非常重要”。

罗志谊表示,消博会期间,瑞士企业和高端品牌十分高兴能在消博会上展示自己,并用产品美感、独特和信誉吸引消

费者。“瑞士制造”在国际奢侈品行业中扮演着关键角色,也是制表、化妆品和其他奢侈品的发源地。

记者还从有关方面获悉,首届消博会期间,海南将组织开展丰富多样的旅游消费活动。预计展会期间专业采购商将达3000—5000人,日接待消费者5万人次。

智慧会展产业委员会成立 助力新业态健康发展

■ 本报记者 毛雯

日前,由中国国际商会商业行业商会牵头发起的智慧会展产业委员会成立预备会议在线上举行。据记者了解,目前,该委员会涵括地方会展主管部门、行业及地方贸促机构、各类办展主体、场馆方、技术服务方以及会展教育机构等三十余家,代表了智慧会展产业链上下游各个环节。

自新冠肺炎疫情发生以来,中国会展及全球会展业面临着前所未有的危机与变革,全球范围内会展活动被迫停摆。线下展会受阻,各类会展活动相继移至线上举行,各类企业跨界展览成为2020年中国会展业最主要的状态。

2020年4月13日,商务部办公厅发布的《关于创新展会服务模式 培育展览业发展新

动能有关工作的通知》指出,要加快推进展览业转型升级和创新发展,积极打造线上展会新平台,促进线上线下办展融合发展,以及培育线上展会龙头企业和品牌展会。

随着各类型线上展会陆续展开,会展业从业者在发展智慧会展方面开始了真正的探索与实践。4月14日,由中国贸促会主办的全球首个线上数字展——中国—拉美(墨西哥)国际贸易数字展览会在网上举行开幕仪式。6月15日,第127届广交会在线上开幕。

新业态、新模式探索的深入,促进了中国会展业线上模式、数字展会等的发展,智慧型会展成为会展业创新发展模式。

据中国国际商会商业行业商会秘书

长姚歆介绍,智慧会展产业委员会将加强调研,梳理智慧会展领域的良好实践案例,还将组织相关机构参与场馆智慧化升级改造,全面布局智慧会展升级。

此外,将深入智慧会展产业标准化体系建设。据记者了解,由中国商业贸易会牵头组织起草的《线上展会服务规范》全国性团体标准已于1月18日发布,开辟了智慧会展的标准化研制进程,该委员会未来将针对细分领域进行多维深度研究,推动智慧会展产业标准化。还将进一步加强国际交流与合作。

据悉,该委员会计划通过积极参与国家关于新职业新工种的申报工作,提升社会对于会展尤其是新型工作岗位的认知与认可。

《乐山市会展业发展规划(2020年—2035年)》印发

■ 宗赫

日前,记者从四川乐山市博览事务局获悉,《乐山市会展业发展规划(2020年—2035年)》(以下简称《规划》)已正式印发。根据《规划》,到2035年,乐山将实现会展业综合收入1150亿元。

根据《规划》,到2025年,乐山将实现会展业综合收入140亿元,年总展览面积200万平方米以上,国际展览业协会(UFI)、国际大会及会议协会(ICCA)等权威认证达到3个;到2030年,实现会展业综合收入495亿元,年总展览面积500万平方米以上,国际展览业协会(UFI)、国际大会及会议协会(ICCA)等权威认证达到8个以上;到2035年,实现会展业综合收入1150亿元,年总展览面积1000万平方米以上,国际展览业协会(UFI)、国际大会及会议协会(ICCA)等权威认证达到15个以上。

据介绍,乐山将聚焦国际国内会展发展趋势和乐山旅游产业优势,打造“三个一”,即一个国际旅游会展名城、一个专业品牌展会聚集地、一个国际展贸商贸新平台。

从时间维度看,乐山市会展产业分为3个发展阶段,即产业培育期(2020年—2025年)、提质增效期(2026年—2030年)和巩固提升期(2031年—2035年)。短期目标是建设“四川会展副中心”、成渝地区会展“第三极”,中长期目标是建设“中国会奖旅游名城”和“国际旅游会展名城”。

在产业布局上,乐山将打造峨眉山市至五通桥区的会展经济发展带,建设乐山国际博览城、四川国际旅游交易博览中心两大高端会展聚集核,打造夹江、井研、犍为三个会展发展组团,培育沙湾、沐川、马边、峨边—金口河自然生态四个微展支点,形成全域会展、多点支撑的发展格局。

根据《规划》,乐山将培育“8+N”展览项目、“6+N”会议项目、“5+N”节庆项目、“3+N”赛事项目、“2+N”演艺项目等在内的“展会节赛演”会展体系,建立促进会展业发展的“1+6”制度体系和“1+3”政策体系等重点工作。

乐山还将围绕创新生成会展内生动力,促进会展项目建设,强化会展要素配置,建立促进会展业发展的“1+6”制度体系和“1+3”政策体系等重点工作进行组织实施。

据悉,乐山市博览事务局牵头拟制了《乐山市会展业发展三年行动计划(2021—2023年)》,系统提出未来三年的工作目标、重点工作任务和具体保障措施,努力将乐山打造成为“四川会展副中心”,争创成渝地区会展“第三极”。

会展新说

“去私域化”运营,重构品牌文化记忆点

■ 刘志良

2020年5月以来,“经济内循环”的概念逐渐进入人们的视野。高层多次强调“内循环”,释放了什么信号?这是否意味着国际贸易形势还会持续恶化?全球化还有未来吗?“内循环”下的中国经济能否保持良好的发展态势?企业应怎样调整经营策略?

在专家看来,随着数字化的贸易平台、支付手段和金融交易平台的兴起,全球化程度还会继续加深。不过,全球化的形态将发生本质变化,我们正在经历激烈的转型期。

在经济“内循环”下,各大线下实体如何造场景、造体验、造空间,利用好品牌的文化记忆点,将决定消费者的第一选择,这是一个很大的课题,亟需深厚的学问。

品牌消费只有一次和无数次,

在私域流量情境下,我们如何通过新媒体艺术来制造文化记忆点,将流量变成留量,以至于形成更加精准的品牌辨识度?这需要更多创新化的交互性场景结合。

文化记忆点就是一个国家、一个民族的文化标识。例如,谈到客家人,我们就会想到“中原遗风”“客家围屋”,这就是一个文化的记忆点。至于如何将文化的记忆点挖掘出来,形成一个品牌消费点,并不是所有的品牌都具有价值,而是经过品牌化之后的头部形象逻辑才具有商业化的变现基本。《客都人家·原乡》是中国首台围屋情景体验大型舞台剧,系以客家文化为主题的实景演出节目。

各个头部品牌都在搭建私域流量,在地化的文化挖掘去重构私域

流量的品牌记忆点,新媒体艺术发现科技文化之美,在品牌化的路上让私域消费者探索未知的想象力,扩散品牌的魅力,——毕竟世界上存在一种叫想象力的东西。

私域流量的运营需要,既体现在白天兼顾夜间(“夜游经济”已经遍布全国),也体现在文化与科技。未来,线下的实体店需要为游客提供智能交互的服务,让“实体店”与消费者互动起来是一个行之有效的。私域流量的运营更重要的是“去私域化”,私域的圈层“破圈”到场景用户层面,让品牌化的消费者形成一定圈层的共识以及互联网的消费宣传,以改变已往“碎碎念”的品牌口号。

后疫情时代,人们更关注环境对于人自身的感受,包括健康、情绪

等。比如,国际上目前最流行的WELL认证是建筑设计领域的“奥斯卡奖”。它更关注的不是建筑物本身,而是建筑物内部环境对于人的影响。以线下沉浸式餐厅为例,消费者已经不是在此用餐这么简单,还能主动地体验春夏秋冬、二十四节气,听各种主题故事。无论是婚庆、年会还是家庭聚会,只要想象力在,沉浸式带来的场景体验就能给人们带来身临其境的感受。在全国推广就地过年的情况下,为了给客户提供更多的场景体验,上海的丽娜(Rina)餐厅做了一个尝试,将菜品结合交互体验进行沉浸式体验,利用新媒体艺术光影技术搞了一场消费升级的“革命”。

原创媒介理论家麦克卢汉说,媒介是人体的延伸。随着新媒体形

态的不断演进,如何让消费者有更大程度地参与其中,以创新的方式营造差异化的互动体验,成为品牌打造品牌记忆点最有效的方式。拼格将创意化的艺术光影融合VR体验技术,将虚拟与现实完美结合,用科技助力品牌消费升级。

(作者系2050志愿者、拼格创意科技创始人、中国美术学院拼格创意媒体奖学金设立者)

刘志良

文章仅为作者观点,并不代表本报立场。本栏目署名文章涉及版权,转载请开白名单。

会展传真

湖南加快推动会展业线上线下融合发展

本报讯 日前,湖南省人大代表谈文胜透露,湖南省政府工作报告提出办好第二届中非经贸博览会等系列经贸活动,意味着湖南省省会长沙会展业迎来高水平发展的重要契机。湖南应成立省级层面会展管理机构,推动会展业线上线下融合发展。

谈文胜表示,湖南线下会展基础较好,2019年湖南举办各类展会活动650场,展会场馆总可租面积位列中部地区第一位,长沙城市会展综合竞争力居中部第一;线上会展起步较早,湖南省早在2016年就提出发展“会展+互联网”新业态,第一届中非经贸博览会同步上线了网上中非经贸博览会平台。目前湖南省推进会展线上线下融合面临着顶层设计不足、融合场景受限、龙头企业缺乏等问题。

谈文胜建议成立省级层面会展管理机构,加强对湖南省会展行业的规划、管理和监督,制定出台《湖南省会展行业条例》等政策,优化会展行业营商环境。打造多样化融合应用场景,推动5G、大数据、物联网等新兴技术与会展业深度融合与创新;围绕“展示+交易”,从“云展示”“云洽谈”“云签约”等方面提供运营保障,实现“线上展示+互动洽谈+贸易达成”有机结合。同时,加大国内外知名会展机构引进力度,加速推进资源整合,打造一批会展行业的本土龙头企业品牌。

(胡葆琛)

郑州国际会展中心强化安全技能

本报讯 日前,郑州国际会展中心分别对外协维保单位新员工开展安全生产培训,培训内容包括安全生产基本知识、展馆安全管理特点及要求、场馆新冠疫情防控要求、消防安全常识及设备安全使用要求等。

郑州国际会展中心方面对新一年的安全生产工作提出了新的要求。同时,培训列举了部分单位的安全生产事故、火灾事故等现实案例,为员工开展以案促改警示教育,并对生产工作中存在的安全和消防问题进行专项指导。

本次培训提高了新员工的安全生产责任意识,强化了安全生产技能,为安全生产工作有序的进行奠定了坚实的基础。

(郑关卜)

天津津南区推进国家会展中心和绿屏建设

本报讯 日前,在天津市十七届人大五次会议上,天津市人大代表、津南区委书记刘惠在接受记者采访时透露,津南区今年将加快国家会展中心(天津)建设,持续营造服务会展的良好氛围,确保首展顺利举办。

今年,国家会展中心(天津)的投入资金将达到40亿元,一期展馆区投入使用,二期展馆区主体竣工,国家会议中心启动建设。津南区将努力打造展会互促、展产联动、展城合一的中国北方国际会展城。

据介绍,今年,国家会展中心(天津)中央厨房、国展大道、机场大道等22个一期基础设施设施项目将投入使用,盛展路、海河南道西延等7个二期基础设施设施项目加快实施。

今年,津南区将认真落实双城中间绿色生态屏障区规划要求,全力抓好造林绿化工作,建成绿屏·八里台湾、绿屏·小站湾。完成卫南洼片区沿线路绿化提升改造工程,积极推进卫南洼、古海岸廊道林间路建设。实施国家会展中心(天津)周边绿化项目,启动海河南道沿线区域绿化工程,有机衔接绿色生态屏障和国家会展中心(天津),打造国家会议中心的“生态会客厅”。

(宗赫)