

创新会展·城市篇

借力国家会展中心项目 天津打造会展经济功能区

■ 本报记者 兰馨

近日,天津市津南区出台了《关于促进会展产业发展实施意见(试行)》(以下简称《意见》)。《意见》提出,将津南区打造成为天津建设国际消费中心城市、区域商贸中心城市的重要节点。

据记者了解,按照“十四五”规划,天津市明确提出建成国家会展中心(天津),打造会展经济功能区。目前,天津市津南区已将会展业作为区域主导产业和新的经济增长点,作为加快产业升级步伐、提升区域地位的重要战略。

在日前举行的“服务保障国家会展中心(天津)建设运营”新闻发布会上,天津津南区委副书记、区长邓光华表示,依托国家会展中心(天津)项目,津南区将进一步明确细化产业方向,全力打造会展经济功能区。

提升支持力度

据介绍,津南区目前与央企、国家级行业协会加强合作,落地了一批具有标志性的国际性展会。近期,已有中国工业博览会、中国(天津)国际汽车展览会等7个国际性展会项目签约落户天津。

杭州滨江区发布《实施意见》进一步扶持文化创意产业发展

本报讯 近日,杭州滨江区发布《关于进一步扶持文化创意产业发展的实施意见》(以下简称《意见》)。《意见》明确,扶持区内企业动漫游戏、数字内容、影视传媒、创意设计,以及其他科技含量高、经济附加值高的文化产业新业态。

《意见》显示,将进一步促进杭州高新区(滨江)文化创意产业规模化、集群化、高端化发展,加快“文化+科技+互联网”的深度融合,做强数字文创产业,推进白马湖国家文化产业示范园区建设。

《意见》提出,鼓励电竞产业集聚发展。对入驻滨江区的电竞一线俱乐部(“体坛加”电竞联盟评选的“中国电竞俱乐部品牌价值榜”前二十名、《电子竞技》公布的俱乐部积分排行榜前二十名),自设立或引进年度起分三年给予100万元运营经费资助,其中,第一年50万元、第二年30万元、第三年20万元,用于支持俱乐部基础设施投入、宣传活动及商业发展等。

对区内文创企业承办电竞职业大赛,且举办地设在滨江区的,给予赛事场地租用、宣传推广等经费支持。其中,承办国际电竞职业大赛(总奖金超过1000万元)的,给予大赛实际支出(除奖

金外)最高50%的一次性经费补助,补助金额不超过300万元;承办顶级全国电竞职业大赛(总奖金超过300万元)的,给予大赛实际支出(除奖金外)最高50%的一次性经费补助,补助金额不超过100万元;对承办次级全国电竞职业大赛(总奖金超过100万元)的,给予大赛实际支出(除奖金外)最高50%的一次性经费补助,补助金额不超过50万元。

根据《意见》显示,支持文创品牌活动。对由区内文创企业主办,且举办地设在滨江区,在全国乃至全球有较大影响的特色行业活动(品牌赛事),经审核备案,可按活动实际支出50%,给予最高100万元的一次性奖励。对观众席位在300个(含)以上,每年承办电竞赛事达100场次以上的区内电竞场馆,年度承办总奖金大赛达50场次(含)以上的,经审核备案,可按房租补贴具体执行标准给予场馆运营方最高不超过50%的场地租金补助,每年最高补助金额不超过100万元。

《意见》明确支持文化走出去。对区内文创企业新认定为国家级、浙江省文化出口重点企业的,分别给予50万元、20万元的一次性奖励。(宗赫)

确保场馆6月运营

近一段时间以来,国家会展中心(天津)项目建设受到广泛关注。国家会展中心(天津)项目总建筑面积约138万平方米,总投资180亿元,室内外展览总面积

55万平方米,集展览、会议、商业、办公、酒店功能于一体,建成后将成为中国北方展览面积最大的新一代绿色智慧创新型国家会展综合体。该项目分两期建设。一期展馆区将于2021年6月投入使用,综合配套区计划于2022年6月投入使用;二期工程也已于2020年4月5日开工建设,计划2022年底完工。

据了解,为确保6月24日的首展“中国建筑科学大会暨绿色智慧建筑博览会”开幕,目前,该展馆一期区主体及外檐已完工,正在进行机电安装、装修及室外工程的收尾工作,正式电已经输送完毕,正在开展各个系统送电及调试。同时,综合配套区四座塔楼已完成主体结构封顶,外檐幕墙及机电工程已开始施工。

据介绍,首展按照全市场化操作,通过专业组织、清晰的展区规划、关联的上下游展区设置,确保展会如期举办,目前已完成招展进度的94%。

用好区域资源

国家会展中心(天津)是继广交会(琶洲)展馆和国家会展中心(上海)之后,商务部布局的第三个国家会展项目,也是商务部国家会展项目整体布局的收官之作。珠三角、长三角、环渤海三个最具行业代表性区域的国家会展项目整体布局至此完成。

据介绍,区别于广州和上海,

国家会展中心(天津)项目将以“会展结合,以会带展,以展促会;重工业题材与轻工工业题材结合,轻重协调发展;货物贸易与服务贸易结合,打造高端服务业新引擎”为发展模式。

天津市政协委员王邦茂认为,天津发展会展具有得天独厚的优势,地理位置优越、交通便利、有文化和旅游基础、大学众多、各行各业在国内有较高的地位、国际交流活跃。这些都是打造会展经济的关键因素,我们要用好宝贵资源,创造更大价值。

王邦茂建议,天津市政府要从政策方面对会展给予倾斜,加快天津会展经济迈入高质量发展的快车道。

深圳国际会展中心去年举办30场展会

本报讯(记者 毛雯)日前,记者从深圳有关方面了解到,2020年深圳国际会展中心举办展会30场展,年度展览总面积达217.9万平方米,超171.7万人次到深圳国际会展中心参观展会。

数据显示,去年在深圳国际会展中心举办的深圳礼品展和深圳国际家具展,规模分别为16万平方米和32万平方米。8月,深圳国际会展中心单月承接展会面积达75万平方米。全球排名前十的展览公司在深圳国际会展中心举办展会10场,面积合计101.5万平方米。

与此同时,2020年,深圳国际会展中心共举办会议457场,名人论坛、科技大会、多样年会、秀场、歌友会等独立会议活动34个。

深圳国际会展中心是一座对标国际一流水准的会展综合体,按照国际高标准要求建设,拥有16个单体面积达2万平方米的标准展厅和一个面积达5万平方米的超大展厅。

《上海市会展活动备案暂行管理办法》发布

■ 本报记者 毛雯

日前,上海市商务委员会印发了《上海市会展活动备案暂行管理办法》(以下简称《办法》)。

据悉,《办法》是根据《上海市会展业条例》有关规定,为进一步优化会展环境,规范会展行为,促进会展业健康持续发展,保障上海会展活动备案制定。

《办法》规定,会展活动的举办单位应在发布招展信息前向上海市商务部门办理展前备案。会展活动存在多个举办单位的,应对招展办展活动承担主要责任的单位履行备案手续。

《办法》明确,经备案的会展活

动的名称、场所、时间、面积等信息发生变更或因故取消办展的,举办单位应当在办展前1个月,按照第三、四条规定向上海市商务部门办理变更备案,并及时告知参展单位,向社会公告。

如遇特殊情况,距办展不足1个月发生变更或因故取消的,还需提供相应书面材料说明变更或取消的原因,并妥善处理相关参展单位退展诉求。

《办法》还明确,经备案的会展活动,举办单位可以依据有关规定向海关、商务等部门申请给予展品入境通关便利、大型活动保障

等服务。上海市商务部门应当将会展活动备案信息通过“一网通办”平台及时共享给会展活动相关管理部门,促进相关行政事项协同办理。

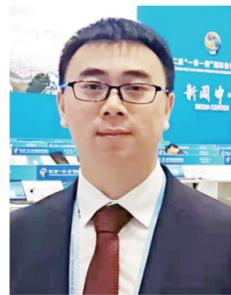
《办法》强调,在重大突发公共事件的特殊情况下,举办单位应当按照国家和上海市有关规定,履行相关报批手续后,向上海市商务部门办理展会活动备案。上海市商务部门应与其他会展活动相关管理部门强化协同联动、加强信息沟通,根据职责分工做好特殊情况下展览活动的备案和监督管理。

《办法》3月1日起实施。

会展大咖说

后疫情时代,线上展如何助力企业布局私域流量

■ 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

什么是“私域流量”?这个概念早在两年前就出现了,一度风靡营销圈,在2020年又被一场突如其来的疫情重新点燃。近来,企业在大平台活动流量的成本越来越高,越来越多的企业开始重视私域流量,探索自己的私域流量玩法。

那么,到底什么是私域流量?企业为什么要打造自己的私域流量池?如何通过线上展会驱动企业的私域流量池?

“私域流量”相对应的概念是“公域流量”。公域流量指被集体共有的流量,如微博、抖音、快手、淘

宝、京东等。其特点是价格高、回报高、流量无法转化。而私域流量则属于企业的“私人财产”,如自媒体、微信公众号、微信小程序、微信群、自有外贸网站等。其特点是这些流量都完全属于企业并且免费、可循环使用。顾名思义,私域流量池指的是流量巨大的微信号、用户群等。

如此,企业又将如何通过线上展会驱动其私域流量池?疫情前,参展是中国出口企业开发海外市场、获取订单的主要方式,很多企业的外贸经理全年都在世界各地参展。疫情发生后,在政府政策的支持下,各大

展览公司纷纷启动线上模式,向参展企业开发往届线下展会的采购商数据。数字化的线上会展,具有成本低、不受空间和展览规模限制、采购商来源广泛、交易简便等优势,更有利于企业打造私域流量池。

笔者认为,一方面打造线上名片、积累客户资源。线上展会以网络平台为基础,目前大多数的线上展会平台都要求企业通过在平台上发布与企业产品相关的文字、图片、视频等对产品进行宣传,只需几分钟就可以轻松建立企业频道。对于那些本身已具备专业宣传网站的企业来说,可以将其品牌官网直接接入线上展会平台,让采购商更直接全面地了解企业产品详情。线上展会能够汇聚行业内的经销商或专业采购商,企业可以直接触达到私域流量,针对目标客户进行精准营销,逐一洽谈,直接降低营销成本,提高了洽谈成功率,提供了更多新的商机。

短视频是企业玩转私域流量的有力武器。说起短视频,不得不先提起直播。国内电商平台的“造星”运动,催生了一个又一个让人心动的直播带货冠军记录,让不少商家心动。笔者认为,国内B2C行业的直播带货之所以能够盛行,一方面

有平台的流量导入和炒作,另一方面是国人的消费习惯,以及国内网络基础环境提供的保障。这种形式,用到海外展览行业的B2B模式未必可行。笔者曾就这一问题和多个海外展览同行及采购商沟通,他们反馈的意见主要包括:海外采购商不习惯把大量时间放在看直播上,他们还是习惯提前预约好的、目标性很强的、双向的交流(直播多属单向),海外的网络稳定条件也不如国内,且短期内得不到改善。实际上,相对于直播,短视频这种传统模式更受海外采购商的欢迎。在线上展会期间,夺取流量尤为重要。据了解,70%的采购商希望在采购过程中观看视频,企业可以通过2-3分钟的短视频来做产品介绍、功能展示和工艺讲解等,满足客户眼见为实的需求,增强买家信任,更提高了购买意向;或者通过客户案例和媒体背书等内容来表现企业实力和品牌,传递匹配故事以建立口碑。

一方面积极参与线上展会举办的同期研讨会,为品牌宣传造势。很多展会同期的专业技术研讨会、专题论坛、沙龙等,往往都是主办方花费巨大的人力、财力,邀请了行业最前沿的产品和技术专家来参与。

专业技术论坛是以往线下展会就有的产物,多数人没有意识到参加这些行业研讨会给自己带来的好处,总觉得大老远去参加一个活动是在浪费时间。殊不知,参加行业的研讨会、论坛是积累优质资源最好的方式,对于中高层管理人员、技术人员、研发人员尤其重要。这种方式可以拓展思路,了解行业新技术、新动向、未来趋势,也可以和行业内顶尖人才交流。现如今,越来越多的研讨会都设有嘉宾和听众的互动讨论环节,笔者认为,企业可以积极参与,与这些市场高手过招,在此期间留下自己的联络方式,或者提前利用网络媒体社交工具搭建社群,在研讨会结束后持续运营,赋予社群持久生命力。以此沉淀下来的精准用户社群,可为未来的活动、产品营销推广提供流量支持。

随着市场经济的发展,展会模式也在更新迭代。企业通过线上展会打造“私域流量”,培养自己的“粉丝”,把客户抓牢,攥在手里,是当前疫情下开发海外市场的不错选择。

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,转载请开通白名单。(宗赫)

会展传真

德国会展2020年营业额萎缩70%

本报讯 据德国《商报》报道,新冠肺炎疫情对德国会展业造成严重影响,今年约三分之一展会被取消或推迟至2022年举办。据德国展览业协会(AUMA)统计,2020年,根据计划,德国的355个展会仅有114个在举办,全年营业额比预期的40亿欧元减少约70%。

根据伊福研究所的统计,德国会展业直接或间接创造了23万个工作岗位。德国展览业协会方面称,疫情发生以来,有超过10万个就业机会处于危险之中。欧盟竞争监督机构近日批准了6.42亿欧元的救助计划,用于陷入困境的德国会展企业。

德国展览业协会调查显示,企业线上展会的收益仅为此前线下展会的四分之一,行业当务之急是探讨如何重启会展业。

(尚武筑)

深圳国际会展中心去年举办30场展会

本报讯(记者 毛雯)日前,记者从深圳有关方面了解到,2020年深圳国际会展中心举办展会30场展,年度展览总面积达217.9万平方米,超171.7万人次到深圳国际会展中心参观展会。

数据显示,去年在深圳国际会展中心举办的深圳礼品展和深圳国际家具展,规模分别为16万平方米和32万平方米。8月,深圳国际会展中心单月承接展会面积达75万平方米。全球排名前十的展览公司在深圳国际会展中心举办展会10场,面积合计101.5万平方米。

与此同时,2020年,深圳国际会展中心共举办会议457场,名人论坛、科技大会、多样年会、秀场、歌友会等独立会议活动34个。

深圳国际会展中心是一座对标国际一流水准的会展综合体,按照国际高标准要求建设,拥有16个单体面积达2万平方米的标准展厅和一个面积达5万平方米的超大展厅。

河北服务业春节期间开展促销活动

本报讯 近日,河北省商务厅发布《关于做好春节期间居民生活服务保障工作的紧急通知》,全力做好春节期间居民生活服务保障,让广大群众度过一个欢乐祥和、健康安全的新春佳节。

《通知》要求,广泛开展促消费活动。协调指导餐饮住宿和各类居民生活服务企业配合疫情防控部门,按照分区分级的原则,落实疫情防控措施,推动复工复产,恢复正常经营。组织住宿、餐饮、会展、家政、美发、洗涤企业,开展春节期间促销、酬宾、折扣等活动,引导企业通过多种方式开展便民服务,鼓励企业采取“线上服务+线下配送”模式,畅通销售渠道,丰富供应品种,提升服务质量,激发市场供需活力,助力市场消费稳步回归。

《通知》提出,积极引导住宿、餐饮、会展、家政、美发、洗涤等行业从业人员,进一步提高思想认识,服从防疫大局,积极响应各级党委和政府号召,力争就地过年。

《通知》明确,指导单位严格落实《餐饮服务单位新冠肺炎疫情常态化防控技术指南》和《展览活动新冠肺炎疫情常态化防控技术指南》和河北省防疫指挥部印发的新冠肺炎疫情常态化防控技术要求。

(宗赫)