

创新会展·省域篇

海南会展业“高光”进行时

■ 本报记者 兰馨

5月7日,首届中国国际消费品博览会(以下简称消博会)游艇展启航暨签约仪式在海口市国家帆船基地公共码头(简称公共码头)举行。作为消博会重要活动之一,游艇展展区公共码头有58个境内外知名品牌107艘实船参展,水上展区面积7万平方米,陆上展区面积1万平方米,展会规模达8万平方米。

近年来,海南引进国际海钓大赛、国际游艇展、海洋民俗文化旅游节、环海南岛国际帆船赛等品牌赛事等,进一步发展成为海南重要产业之一。特别是《海南自由贸易港建设总体方案》(以下简称《方案》)提出,加快发展现代服务业,无疑助会展业跃上了海南发展的重要位置。

海南会展业“C”位亮相

4月19日,博鳌亚洲论坛2021年年会隆重开幕,吸引了世界的目光。这是新冠肺炎疫情暴发后国际上首个以线下为主的大型国际会议,同时,也是博鳌亚洲论坛成立20周年。本届论坛共有40位政要、前政要,74位部长级官员和前官员,几十位国际组织领导人、负责人应邀与会。今年年会期间,海南省

还举办了四个海南主题分论坛活动,将服务国家总体外交、融入“一带一路”共建与服务海南自贸港建设相结合,作为论坛东道地在办会过程中着力体现“海南元素”,分享“海南智慧”。

业内人士表示,今年亚洲博鳌论坛年会恰逢海南自由贸易港建设“开局”。亚洲博鳌论坛不仅可以有效服务我国对外开放的大局,更有利于海南自由贸易港建设持续深入推进。

令海南处于国际会展业C位的还有,首届消博会5月7日在海南国际会展中心开幕。作为又一场中国主场的国际经贸盛会,首届消博会吸引了来自69个国家和地区、国内外共超2500个品牌参展。在8万平方米中,国际展区占75%,外资企业和外资品牌占大头,中国大市场点燃国际参展商的热情。海南规模最大的国际展会,正吸引着全球的目光。

2020年6月,《海南自由贸易港建设总体方案》公布,明确了海南国际旅游消费中心定位,提出举办中国国际消费品博览会。自此,消博会与进博会、广交会、服贸会等重大展会被分别写入“十四五”规划纲要和今年的政府工作报告。

建立相关标准体系 海南会展业将先行一步

4月26日,商务部召开《关于推进海南自由贸易港贸易自由化便利化若干措施的通知》(以下简称《通知》)专题新闻发布会。《通知》指出,支持海南参与制定推荐性国家标准,制定地方标准和团体标准。

《通知》明确,推进旅游业、现代服务业和高新技术产业发展,研究构建国际旅游消费中心标准体系,支撑海南省国际旅游消费中心建设。针对热带农产品、会展业等优势特色产业,对标国际标准和国外先进标准,建立健全相关标准体系。

根据《通知》,海南会展业将对标国际标准建立相关标准体系。

为进一步加快会展业发展,2020年9月1日《海南省支持会展业发展资金管理办法》(以下简称《办法》)正式实施。根据《办法》,对纳入海南省政府重点培育的现有品牌专业展览或会议,其组织单位最高可获得700万元奖励。

《办法》明确,重点支持四类专业展览或会议:海南省政府主办或参与主办的专业展览或会议,目前有冬交会、世界新能源汽车大会、深

海能源大会,以及《总体方案》明确举办的中国国际消费品博览会等4个会展活动(不包括博鳌亚洲论坛年会及其相关论坛活动);海南省政府重点培育的现有专业展览或会议,比如:西普会、中国(海南)国际海洋产业博览会、中国国际创意设计推广周等会展活动;引进全国同行业内规模排前三名的专业展览;引进在海南省举办的高端国际专业会议。

会展成海南经济新引擎

事实上,相比内陆其他区域,海南会展业曾发展相对缓慢。

业内人士指出,长期以来,海南经济一直处于比较封闭的经济体系之中,对外贸易发展缓慢。这在一定程度上也影响着会展业的发展,特别是国际经贸类会展活动、赛事等。

直到1988年5月4日,国务院发布《关于鼓励投资开发建设海南岛的规定》,对海南实行更加灵活的经济政策。至此,开启了海南经贸洽谈的篇章。

1990年12月4日至8日,海南省对外经贸投资洽谈会在海口举办,这是海南首次举办的大型对外经贸活动。数据显示,此次投资洽谈会共有15个国家和地区企业参加,出口贸易成交额1.48亿美元。



法兰克福“再入”珠三角 布局电商生态圈

■ 本报记者 兰馨

据悉,法兰克福展览(深圳)有限公司联手深圳市招商会展管理有限公司、北京泰莱特国际会展有限公司期达成合作协议,联合主办中国(深圳)跨境电商展览会(以下简称跨境电商展)将于9月16日至18日在深圳国际会展中心举办,规模超过10万平方米。

据法兰克福(上海)有限公司有关负责人介绍,近年来,电子商务已成为全球商贸的大趋势。中国作为电商领域的佼佼者,交易量占全球总

数量的45%。尤其在新冠肺炎疫情期间,电商发展迎来了新一轮的迅猛增长,2020年的线上零售额同比增长达9.7%。数据显示,2020年通过海关跨境电商电子商务管理平台验放进出口清单24.5亿票,同比增长63.3%。

顺应行业需求及电商发展大趋势,助力企业抓住电商发展机遇,搭建电商交流、分享专业平台,解决店家选品难、供应商出货难的痛点问题,是举办该展会的初衷。

据介绍,跨境电商展将涵盖从

选品、平台到配套服务等跨境电商全产业链。法兰克福展览集团董事长鲍思丰表示,依托法兰克福展览集团的全球展会资源、深圳市招商会展管理有限公司丰富的本土运营经验和北京泰莱特国际会展有限公司在国内的产业优势,相信2021中国(深圳)跨境电商展览会将汇聚各行业国际知名品牌企业及中国优质出口供应商。希望通过海内外权威电商平台、全领域服务商的参与,不仅助力中国供应商实现国内

国际双循环的贸易往来,也会引进国际品牌落地中国市场,为供应商和品牌搭建高效的商贸平台。

“深圳是大湾区的重要据点,同时是电子商务的发达城市,跨境电商发展迅速,从产品供应到配套服务完善。”深圳市招商会展管理有限公司总经理马军表示,首届跨境电商展将为数千家参展商和数万名专业买家打造全方位的跨境电商产业平台,助力企业加快发展。

对于此次合作,北京泰莱特国

际会展有限公司总经理赖懿表示,受疫情影响,全球产业链和供应链出现“割裂”的困境。因此,传统进出口贸易都逐渐迈进跨境电商,解决了传统贸易流程繁复、出货量少、品种单一等痛点。希望通过联合主办中国(深圳)跨境电商展览会,为中小型出口企业搭建行业贸易、交流、信息互联互通平台,推动传统外贸行业数字化转型升级,以更加高效便利的服务刺激全球贸易增长,带动全球经济复苏。

服贸会首钢园会场项目拟于7月底竣工

■ 本报记者 谢雷鸣

日前,记者从北京首钢建设投资公司了解到,2021年服贸会8个专题展及与专题配套的论坛会议和边会活动将首次设置在首钢园区,服贸会首钢园会场项目已经正式进入场馆建设阶段,计划7月底前实现竣工验收并开始布展。

据北京首钢建设投资公司工程建设部副部长韩彦海介绍,首钢园以园区北区工业遗址公园为核心,项目规划综合考虑了与奥运场馆、工业遗存及重要景观节点的结合,形成了“三横一纵”景观廊道体系,强调与步行系统结合的视觉体验,主要展区环绕布局,塑造具有强烈城市公园属性的聚落式会展,力求打造“独一无二的北京服贸会文化品牌”。

韩彦海介绍说,服贸会首钢园区按照反复利用、综合利用、持久利用的原则,统筹做好整体规划及场馆建设等各项工作,为后续利用预留足够空间。服贸会首钢园会场共设展览场馆15个,面积约9.4万平方米,包括临时场馆、可拆装式临时场馆和开放式场馆。场馆主体采用钢结构设计,可实现材料后期回收利用。开放式展馆占地0.9万平方米,将采用装配式张拉膜结构搭建,避免对原有地面的改动和调整。膜结构屋顶设计可以充分利用自然采光为展厅提供光照,实现了最小限度索取能源。

2021年服贸会期间,21个会议室分布在首钢园内15处区域,现有会议室12间,其余9间会议室将工业遗存改造而成。所有会议室均具有国际会议功能。会议场地与园区产业发展相结合,部分入驻企业参与其中,与品牌服务设施引进相结合,为园区后续发展注入活力。

记者了解到,园区在住宿、餐饮、车辆接驳等运营服务方面,已经出台配套住宿方案以及相关餐饮、交通配套方案,在建展期会提供工作餐服务。建设过程中配备了4处固定用餐场所和16处流动用餐服务点。

为保证服贸会高规格、高水平举办,首钢各单位紧密配合,全力推进服贸会各项工作。服贸会首钢园从4月中旬桩基、独立基础施工、钢结构制作等均顺利推进。服务用房、景观、综合管网及道路施工同步推进。预计项目建设5月底将完成80%,将于7月31日全部完成并达到竣工验收条件,正式开启布展和调试。

会展新说

会展业能否打造生态闭环?

■ 付睿

稍早,在《从平台经济看会展业的创新价值》一文中,笔者曾提及平台经济对会展业价值创新的启发,一个重要的内容是“搭建产业生态圈”,套用当下时髦的互联网语言,也可以称之为打造“生态闭环”。

何为“闭环”?笔者的粗浅理解是,依托平台流量,围绕用户需求进行产品或服务开发,通过获客营销、维持黏性、促进转化实现盈利,形成供需两端能无限对接循环的商业流程设计。

由此可以看出,要形成所谓的“闭环”,关键在于供需两端以同一平台为媒介,形成无限的对接循环。

一直以来,会展作为传递信息、连接供需、撮合交易的平台,在构建生态闭环的道路上,从没有停止过探索的脚步。

在会展业内已经可以看到不少点状、局部闭环。例如,品牌龙头专业展自建行业媒体或组建媒体联盟形成营销闭环;B2C的消费类展会现场设立中央收银台形成交易闭

环;会展中心指定配套服务商形成服务闭环等。但目前尚未看到会展业内可媲美互联网平台的生态闭环。会展生态闭环的形成在现实中仍面临三大难点:

一是信息流循环反馈困难。现有商业模式下,主办方通过各种渠道资源将用户引流到线下展会后,几乎就失去了对流程和用户信息的掌控。而用户在展会现场的情感、行为、体验等反馈信息也很难再传递到主办方,即无法实现对用户需求的全流程覆盖。

二是场景数字化实现难度大。由于会展活动主办方或管理者难以直接介入买卖双方的实际交易环节,尤其是B2B类展会,双方交易更依赖于在线下进行,成交数据化和跟踪成本极高,掌握真实交易情况并促使交易转向平台化的难度大。

三是用户利益难以平衡。即使买卖双方愿意选择平台作为交易渠道,订单和资金流进入平台,如何给供需双方带来增量价值并实现多赢

局面?

目前一些消费展采取类似商超的“中央收银”模式,在买卖双方交易流水中抽佣,实现盈利,这样的交易闭环本质上是与用户分成存量收益而设计,并非出于为用户创造价值,往往参展商都是被动接受,跳单现象时有发生。而互联网平台则不然,交易闭环创造了价值,实现了各方共赢。比如淘宝网交易使用支付宝统一收银,彻底解决交易信任和资金安全的痛点,创造巨大增量交易,在客户眼中,这不是抽佣工具,而是不可或缺的“基础设施”,为之付费理所当然。

那么,现阶段该如何尝试构建适合会展业的独特生态闭环?笔者认为可以从以下几个方面考虑:

首先,是服务体系闭环。会展是产业链条散射的高度离散型行业,展会活动过程涉及的供应商多而杂,供需信息碎片化且不对称,展商参展也缺乏交易担保与服务保障。针对这一痛点,可以通过全面

掌握客户需求信息,筛选出优质供应商形成稳定供给,在展会活动营销和交易过程中提供透明化、一站式、全方位服务,并通过收集、响应客户反馈,形成不断循环的服务体系闭环,提供极致参与体验。

其次,是线上线下闭环。双线会展的目的是把展馆、主办方/服务商、参展商和观众买家整合到同一平台,让多方在不同时空接触点上发生最直接和最高效的交互。因此,有必要深入推进线上线下双向赋能或双线驱动,在线上利用数字化工具精准触达观众获客、扩大用户规模、实现实时监测和统计,在线下利用数据分析实现精准匹配营销、促进高效交易转化,才能形成具有会展平台核心价值的线上线下闭环。

最后,是产业生态闭环。即从营销平台服务商转变为产业链服务商,通过扩大会展生态圈,实现客户价值链全覆盖。

从目前科技在行业的应用水平来看,会展业仍然深度依赖线下,完

全线上化的进程会很漫长。会展流量的跨界规模化、交易闭环、直接变现等方面突破具有一定难度,但会展平台天然具有介入产业链的优势,区别于互联网追求横向生态闭环,会展或可寻求垂直领域的纵向生态闭环,在有限流量中深度挖掘用户需求、关联生态产品并创造最大化用户价值,那么会展流量能否变现、有多强的变现能力已经不再重要,重要的是垂直生态闭环成为了产业流量栖息成长之所,产业发展不可或缺的“基础设施”,创造至高无上的价值。

(作者系珠海华发国际会展管理有限公司总经理)

付睿

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。

会展传真

中国太保进军商业展板块

本报讯 5月8日,首届长三角国际应急减灾和救援博览会期间,中国太保旗下中国太保产险上海分公司作为服务保障上海市各类企业、居民和城市安全的核心服务单位,与国家会展中心(上海)有限责任公司共同签署了国家会展中心商业展览、活动安全责任综合保险合作协议。

根据《上海市全面推进安全生产责任保险制度工作的实施意见》(沪应急行规[2019]1号)、《市安委会办公室关于加强本市会展行业安全生产工作的知道意见》(沪安委办[2020]25号)的有关规定,结合上海市应急局提出的标准化管理、社会化风控、清单化监管的总体思路,中国太保产险近两年致力于将会展行业风险管控做的更细、更实,通过保险力量发挥专业优势,从风险管控和施工配合、事故预防等方面发挥保险应有的作用。

此次签约,不仅是中国太保在聚焦进博会溢出效应上的重大突破体现,也标志着在服务大型展会中已经开始建立太保服务标准化产品。

(白沁沁)

武汉天河国际会展中心 主体结构即将完工

本报讯 目前,武汉天河国际会展中心建设进入紧张施工阶段,主体结构即将完工。据介绍,该项目预计将于2022年1月主体土建结构封顶,2022年11月单体竣工验收完成,2022年年底一期场馆预计建成并投入运营。

武汉天河国际会展中心是武汉单次供地规模最大的城市地标项目,它将打造全球室内净展面积最大的世界级综合性会展中心,集国际会议、商务办公、星级酒店、商务服务、国际社区、国际学校等多元功能于一体的国际会展综合体。

该项目建成后,将辐射周边餐饮、酒店、会议、商业等业态,经营收入不低于20亿元,将成为武汉经济发展的新引擎。

(长江文)