

创新会展·特别篇

会展传真

宁夏在义乌推介中阿博览会

本报讯(记者 谢雷鸣)6月21日,由宁夏回族自治区商务厅、浙江省商务厅、宁夏回族自治区博览局联合主办的第五届中国—阿拉伯国家博览会暨“一带一路”国家客商邀请推介会在义乌举办。宁夏向广大客商发出第五届中阿博览会的参会参展邀请。

推介会上,宁夏回族自治区副主席赖蛟介绍了宁夏社会经济发展概况和中阿博览会情况。他说,宁夏是古丝绸之路东段北线的必经之地,前四届中阿博览会有力地促进了我国与“一带一路”沿线国家和地区经贸交流合作,第五届中阿博览会将聚焦经贸务实合作。

宁夏方面相关部门负责人介绍了历届中阿博览会取得的主要成果、第五届中阿博览会的主要活动和亮点、银川综合保税区投资环境及招商引资政策等。

在义乌常驻的阿拉伯工商界代表回顾了参加历届中阿博览会的经历,并表达了对本届中阿博览会的期待,希望未来与宁夏在枸杞、牛羊肉等产业开展深度合作,借助第五届中阿博览会积极开展对接洽谈,推动双方务实合作。

据了解,宁夏与浙江交往渊源流长,尤其与义乌的交往日益密切。义乌有大约1.5万名境外常驻客商,很多是阿拉伯人。宁夏已成为义乌阿语翻译人才重要的劳务品牌输出基地,这些阿语翻译人员成为宁夏与义乌经贸交流合作的重要纽带。

浙江省商务厅副厅长、一级巡视员韩杰表示,近年来,浙江省积极参与中阿博览会,是第二届中阿博览会“主题省”。浙江与宁夏相隔虽远,但经贸合作密切。此次推介会为浙江企业与中阿博览会搭建了畅通的联系渠道,帮助企业认识宁夏、了解宁夏,体现了两省区对加强交流合作的重视,将为宁夏与浙江两省区共拓合作发展空间,促进经济平稳较快发展注入新的动力。

据悉,宁夏与义乌将充分利用中阿博览会平台,进一步加强两地经贸交流合作,共同开拓包括阿拉伯国家在内的“一带一路”市场,推动高水平开放,助推高质量发展。

参加本次推介会的有来自阿曼、伊拉克、阿联酋、沙特阿拉伯、也门、叙利亚等28个国家和地区的外商、机构代表,涉及五金工具、建筑材料、电器、工艺品、礼品、玩具、文化办公等领域。

中巴国际友好城市洽谈研讨会10月举办

本报讯(记者 谢雷鸣)今年是中国和巴基斯坦建交七十周年。记者日前从北京举办的中巴七十周年庆典系列活动发布研讨座谈会上了解到,中巴建交七十周年庆典系列活动暨中国(上海)与巴基斯坦(卡拉奇)国际友好城市洽谈研讨会将于今年10月在上海、卡拉奇举办。“一带一路”(CPEC)中巴医药健康领域全科论坛将于今年下半年在国内重要城市举办,展览展示环节将突出中巴两国医疗企业新产品和新技术。

中巴七十周年庆典系列活动发布研讨座谈会由海德拉巴工商商业联合会(巴基斯坦)重庆代表处承办。海德拉巴工商商业联合会(巴基斯坦)重庆代表处首席代表张杨在发言中表示,中巴建交七十年来始终站在一起,中巴关系的基础是互相信任、互相尊重、互相支持、互相理解以及互相合作。

座谈会还进行了中巴经济走廊“一带一路”(CPEC)两国会议展览组委会筹备签约、中巴经济走廊“一带一路”(CPEC)投资与贸易战略合作协议签约环节。重庆鸿骏展览展示有限公司总经理、中巴经济走廊“一带一路”(CPEC)两国会议展览筹备组委员会副会长李红俊表示,将借助区域合作平台做好服务工作,让中巴两国的商贸、旅游活动更频繁。

巨头抢滩 杭州开启“数智会展”时代

■ 本报记者 兰馨

6月18日,在西湖博览会博物馆举办的2021杭州国际会展文化活动策划暨国际会展业创新发展大会(以下简称会展业创新发展大会)期间,英富曼会展集团(Informa Markets,以下简称英富曼)与杭州国际会展博览集团有限公司(以下简称杭州会展集团)签署战略合作协议,双方将就杭州的自然环境和生态圈优势,加快推进创意类会展项目合作。

同一天,国际展览与项目协会(IAEE)在杭州宣布成立IAEE中国委员会,来自东浩兰生会展集团股份有限公司(以下简称东浩兰生)总裁陈辉峰、杭州会展集团董事长、总经理李健分别担任IAEE中国委员会首任主席和副主席职务。

此次大会期间,会展业创新发展大会主办方举行了“数智会展”618活动季暨平台启动仪式。据介绍,该活动旨在借助杭州数字产业发展优势,通过机构合作、数字共建、资源共享的形式,发挥数字媒体的传播能力,推介及促进会展相关产业的“再消费”,进一步促进杭州会展产业链的发展。

建设数字会展之都

此次会展业创新发展大会以“建设数字会展之都,服务全球数字贸易”为主题,谋划杭州会展业高质量发展。

据《中国贸易报》记者从《关于“数智杭州”建设的总体方案》(以下简称《方案》)中了解到,到2025年底,杭州将形成整体智治体系,全方位打造全球数字变革策源地,持续为浙江省建成全球数字变革高地注入动力,“数智杭州”将建设成为展示“重要窗口”的头雁。

按照《方案》,到今年底,“数智杭州”五个综合应用将实现功能全上线,省市区全贯通,城市大脑提质扩面,产业大脑初具特色,数字化改革核心指标率先达成。

据杭州市政府相关负责人介绍,现阶段,杭州正抢抓后G20杭州峰会和前2022年亚运会的战略机遇,进一步提升会展基础设施水平,希望以会展业创新发展大会为契机,进一步加快会展业创新发展、数字化重塑,为国际会议、国际赛事、国际组织落户杭州,搭建智慧化平台。

此次大会还以“建设数字会展之都”为主题进行了圆桌对话,旨在扩大并进一步深化会展合作,加快杭州打造国际会展旅游目的地,助推杭州建设国际会展之都、数字之城。

据透露,目前,杭州正在加快推进一系列会展设施建设,补齐杭州会展产业的短板,赋能“数智会展”创新发展。

数字化重塑全球价值链

“数字展会,实际上是搭建数字化经贸平台。”国际展览业协会(UFI)名誉主席陈先表示,新冠肺炎疫情反而加快了会展业数字链的形成。在他看来,目前,数字展会分工正逐步细化,线上展、云上展、实体展之间的融合发展,形成了新经济下的标准配置。

“数字贸易正在重塑全球价值链。”《中国贸易报》总编辑范培康表示,目前在数字化发展的进程中,中国已处在世界第一方阵。其中,杭州城市数字化的特点是,在理念升级、精细治理、数据驱动和机制创新四大因素驱动之下,各级政府重视数字城市建设,如杭州城市大脑对城市治理已经引起各界广泛关注。

“数字会展是传统会展的一次革命。”英富曼企业管理(上海)有限公司总经理张明表示,在互联网经济快速发展过程中,英富曼意识到数字化将给传统会展带来冲击。

张明介绍,在疫情的沉重冲击下,英富曼提出了数字服务、数字产品的发展战略。据透露,3年内,其会展数字产品收入预计将超过两位数以上。

对此,业内人士表示,作为国际会展巨头,英富曼已提前嗅到杭州“数智会展”的机遇,抢先布局具备发展新经济下的会展城市。

杭州具有“新优势”

随着国际会展巨头、国内会展领头羊企业的相继进入,杭州正在成为国内外会展企业抢滩长三角一体化战略机遇的重要城市。李健表示,自2月26日杭州会展集团成立到6月18日,在这100天左右的时间里,杭州会展集团一直在跑步前进。

据介绍,继杭州会展集团与东浩兰生达成战略合作后,此次杭州会展集团将与英富曼会展集团成立一家合资公司。按照加速会展国际

化和专业化要求,杭州会展集团与英富曼将“移植”英富曼旗下在海外的1至3个会展品牌项目落户杭州。

李健认为,在此背景下,就不难理解“建设数字会展之都 服务全球数字贸易”此次会展业创新发展大会的主题设定。

“杭州建设数字会展之都恰逢其时,因为杭州具有天时、地利、人和的三大优势。”北京华恺国际展览有限公司董事长许锋认为,对于多数会展企业来说,相对一线会展城市,杭州基于“数智杭州”的发展战略,在数字会展发展上的确具有很多“新优势”。

在东浩兰生会展集团股份有限公司总裁陈辉峰看来,在数字经济领域,杭州经验可以成为全球最高标准、最好水平,中国可以成为数字服务产品的供给者,这也未必不是中国展会国际化的一种发展思路。

国际展览与项目协会(IAEE)亚洲委员会主席顾学斌也表示,作为国际会展头部企业,英富曼在全球启动数字化转型战略,其选择杭州,可以看出,杭州在新经济发展上,已在全球范围内形成强大的竞争力。

进博会将组织参展商赴地方开展投资促进活动

本报讯 日前,在商务部例行新闻发布会上,商务部新闻发言人高峰表示,中国国际进口博览会(简称进博会)已举办了三届,进博会发挥的国际采购、人文交流、投资促进、开放合作等四大平台作用日益凸显。在为参展商、采购商提供服务的过程中,感受到中国巨大的消费市场对外国企业产品的吸引力越来越强,也有越来越多的国外企业希望能够让自己的产品、服务更多地贴近中国市场,更加符合中国消费者的需求。外国企业通过进博会实现中国本地化运作的需求日益增加。

高峰表示,为满足企业的需求,进一步扩大进博会的溢出效应,更好地发挥进博会投资促进平台的作用,推动展商变投资商,商务部以深化引进来、服务双循环为主题,将于近期组织进博会参展商等外资企业和相关的机构赴有关地方开展投资促进活动,为投融资双方共更加高效的对接平台,进一步提升我国供给体系的创新力和关联性,畅通国民经济循环。

高峰表示,赴地方开展投资促进活动将按照“进博搭台,地方唱戏,市场运作”的原则,以专题推介会即投资对接会为主,配套安排展览展示、实地考察等相关的活动。首场投资促进活动将于7月上旬在四川成都举办,目前各项筹备工作正在有序的推进,将覆盖装备、医疗、消费品、食品、汽车及现代服务等产业领域。同时邀请相关驻华使领馆的官员,商务机构代表参加,活动将采用线下线上相结合的方式,在推动企业现场对接的同时,提供线上投资对接服务。(宗赫)

会展新说



以展兴城 国家会展中心(天津)启用

■ 本报记者 谢雷鸣

国家会展中心(天津)一期展馆将建成使用,6月24日至27日将迎来首展——中国建筑科学大会暨绿色智慧建筑博览会。近日,在商务部举办的新闻发布会上,商务部部长助理任鸿斌表示,在国际疫情持续蔓延、全球经济艰难复苏的背景下,国家会展中心(天津)的将正式启用,具有重要意义。

一是促进高水平对外开放的新平台。国家会展中心(天津)是优化国内展览市场供给、打造对外开放新高地的重要平台,彰显了我国坚定不移扩大开放的信心与决心。在国家会展中心(天津)举办的各类大型展会,将加强中国与世界之间以贸易投资为纽带的全方位国际合作,助力我国特别是京津冀地区更大范围、更宽领域、更深

层次的高水平对外开放。

二是服务构建新发展格局的新举措。“我们将充分发挥会展平台集聚人流、物流、资金流、信息流的优势,通过创办国家级、国际性标杆展会,引进全国乃至全球领先的展会,举办各类大型会议活动,充分发挥大型展会的综合效应,深入对接国内国际市场,实现资源互通、优势互补、产业互联、市场互动。”任鸿斌说。

三是贯彻国家发展战略的新抓手。国家会展中心(天津)位于京津冀一体化产业圈、环渤海经济圈和雄安总部经济圈的交汇核心区,项目正式启用后,将推动各类创新要素、生产要素、资本要素在京津冀城市群之间有序流动,成为天津充分发挥门户城市作用、更好

服务京津冀协同发展战略的重要抓手。

四是推动会展业高质量发展的高高地。国家会展中心(天津)是继广州、上海之后,商务部在全国布局的第三个国家级会展中心项目,填补了中国北方地区缺乏大型展馆的空白,补齐了北方会展业发展的短板,将推动中国会展业持续做大做强,提升中国会展业的国际影响力和话语权。

任鸿斌透露,国家会展中心(天津)运营工作正在全力推进,已经引进了一些大型展会,比如第105届全国糖酒商品交易会、第9届天津融媒体粉丝狂欢节、天津国际肉类与食品进出口博览会、2021天津国际医疗器械展览会、2021天津国际老龄产业博览会、国际幼

儿教育青少年心智发展博览会等。

国家会展中心(天津)是商务部和天津市共建的项目。天津市副市长王旭表示,作为绿色技术与产品应用最多、智慧化水平最高的现代化国家级展馆之一,国家会展中心(天津)的建成投入使用,将提升天津承接国内外大型展会的能力,为天津会展经济发展开创新局面。

王旭透露,天津将坚持“以展兴业、以展兴城”的理念,以国家会展中心(天津)为主干,规划建设90平方公里的国家会展经济功能区,逐步形成完整的会展经济产业生态,同时制定会展经济支持政策,持续优化营商环境,推进北方会展中心城市建设,切实带动会展产业大发展。

场景化变革下的注意力消费

■ 刘志良

如何获取更多注意力,成为当下互联网商业模式的核心。在一个应用程序的背后,是一群人在千方百计去吸引你的注意力,甚至帮你思考——如何让你更好的把时间投入到他们设计的程序中,以此来增加应用程序的日活。不知道从哪一天起,大数据比消费者自己还要了解自己的需求,塑造消费者的存在。需要提及的是,移动端的每一个消费者,每次打开一个应用程序,都会莫名其妙地被一些内容所吸引,并在那里消耗大量的时间和精力,反而忘记最初打开该程序的目的。当然,不得不说的是,算法是一把“双刃剑”,使用得当会使消费者的生活变得更加便利。

作为互联网的原住民,消费群体很清晰地知道互联网流量的核心就是注意力,众多智慧人士生产出来的内容,以及算法根据大数据中个人喜好有针对性的推荐就成

为了流量的入口。现阶段,国家在大力推进5G的场景建设,在4G时代的产物下有什么值得消费群体去尝试与运用的科技手段呢?最近一些投资人士一直在说的话题则刚好切入了一个全新的赛道,那就是创意科技。“太阳底下无新事。”能够运用在市场中并被大多数人买单的商业模式都是如此,但创意科技是一个全新的思维。笔者还记得这么一段话:当大多数人都从来不觉得某个事情有错时,原本这个事情就是没错的;因为当人人都这么觉得的时候,即使是对的也变成错的。同理,当创意科技在新技术的加持下呼啸而来时,它将是全新的。

在场景化时代已经席卷来袭的时候,我们有什么样的方式能够让所有的行业参与进来,并且获得更多的关注度呢?

在这里,笔者解释一下,当下的消费群体在讨论场景的时候都

在讨论什么?4G时代下电子商务促进经济增长,5G最重要的用途就是全场景的万物互联(IoE),将人、流程、数据和事物结合起来,在此就不多赘述,笔者从事创意科技行业,可以就此与业界共同探讨。

笔者认为,创意科技将在文旅景区(白天+夜游)、室内装饰、零售店、机场与车站、临时活动、商业写字楼、售楼部、街道社区、KTV、酒吧、餐饮、教育等等领域大放异彩,这些都在消费群体所讨论的场景范围之内。基于不同消费群体消费者的消费习惯与商业模式,以上列举的场景中大致可以区分称为三大类:

场景一,关于路途的场景。以机场与车站为例,其核心是获取游客更多的关注度。场景二,关于目的地的场景。以文旅景区为代表,其核心是获取消费的能力。场景

三,关于日常消费的场景。以餐饮与酒吧为代表,其核心是获取更多的客源以及口碑。

毋庸置疑,内容的新颖性成为注意力消费的入口,在新的消费模式下,创意场景科技有还是没有,有可能造成注意力获取的巨大区别。笔者曾经做过一个调查:“你还记得前天吃饭的地方叫什么吗?”结果很多的消费者已经忘记了,甚至可能不会去第二次。“好不好吃”且不论,关键的问题是这个地方没有了让消费者记住的亮点。对大多数的消费者来说,吃饭

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问题,转载请开通白名单。

的地方都差不多。事实上,原本每一个店都不是差不多的,但消费者都觉得差不多的时候,即使不是,也变得都差不多了。

当消费场景的获客成本成为一个机率的时候,很多模式就会因此改变,如何让消费者记住就成为了互联网的入口思维模式,将门店成为私域流量的入口,让场景成为流量的注意力,这不是未来,这已经是当下。

(作者系2050自愿者、中国美术学院拼格创意媒体奖学金发起人、拼格创始人)



2021年中国—中东西非国际贸易数字展 扫码参加