

创新会展·项目篇

成都车展扩容跨界 更显未来潮范儿

■ 本报记者 兰馨

第二十四届成都国际汽车展览会(以下简称成都车展)组委会近日发布公告称,原定于8月27日至9月5日在成都中国西部博览城举办的成都车展,改为8月29日至9月7日举办、地点不变。仅与原定档期延期两天的成都车展一时间成为各界关注的热点。作为西部重镇,本届成都车展的举办或将为提振市场信心发挥重要作用。

记者从成都车展组委会了解到,本届成都车展将吸引德系、美系、法系、日系、韩系及合资、自主等130余个国内外汽车品牌,1500余辆车参展,规模达20万平方米。相比去年,本届成都车展新车发布将增多,跨界合作成备受关注的热点。

国际品牌抢夺西部市场

尽管疫情对车市造成一定影响,但车企升级换代的步伐却逐步加快。记者从成都车展组委会了解到,本届成都车展期间,宝马、梅赛德斯-奔驰、奥迪将分别带来全新X3、全新一代奔驰C级、全新奥迪Q2L等国内首发上市车型参

展。此外,捷豹路虎将携6款国内首发新车参展。林肯将展两款限量版车型,分别是飞行家MONO与冒险家MONO。德国定制改装品牌LUMMA(虏曼)还将全球首发CLR RS车型。

据成都车展组委会粗略统计,此次车展期间,将有近60场汽车品牌发布会,首发不同类型明星车型。

业内人士表示,随着技术的迭代,全新车型开发周期已由原来的4年左右缩短为1年至3年,改款车型由原来的6个月至24个月缩短至4个月至15个月。汽车车型更新换代速度加快以及新车上市后的持续升级改款需求,为汽车行业提供了市场空间。

与此同时,在汽车产业向智能化、电动化、网联化、共享化转型的背景下,新能源汽车发挥了主力作用。在多重政策利好的加持下,中国新能源汽车产业迎来了前所未有的发展机遇。2021年上半年,新能源汽车市场在新产品带动下实现高速增长,下半年市场仍将延续强势增长态势。

据记者了解,此次成都车展新

能源车参展面积在去年一个馆的基础上将进一步扩容,创历届展会新高。

打造“沉浸式”看展体验

据悉,成都车展组委会将着眼行业专业化建设,除举办高端论坛、峰会等专业性行业活动外,还将打造“沉浸式”驾车体验,让观众感受一站式购车服务。本届成都车展组委会特别引入以智能服务设计思维为主的全方位沉浸式试乘试驾,让观众在现场感受全沉浸式智慧化驾车的同时,体验智能化参与式学习、智能沉浸式驾驶的观摩一体化。

此外,为进一步加快形成会展品牌集聚效应和“成都品牌日”会展IP,成都车展组委会率先提出跨界“新玩法”,联合抖音、知乎,跨界携手王府井Beauty,一起打造ChengduBeauty车展美学派对、车展奇妙夜、抖音高能评车团、车模风云榜、带着问题看车展等活动,并开启高能跨界互动,深化会展业跨界融合,推动会展与产业一体化,以多元模式带动多元发展。

与此同时,各大互联网企业已

经看到与传统汽车结合的无限可能,跨界合作已成为汽车产业发展的新常态。当前,车企与互联网企业合作,也将打造智能化出行方案的案例,在车展期间与观众形成互动。

筑牢会展疫情防控防线

据记者从成都博览局了解到,近日,成都市防疫指挥部发布《成都市新型冠状病毒肺炎疫情防控指挥部关于继续做好疫情常态化防控工作的通知》(以下简称《通知》)。

《通知》提出,坚持疫情防控“五有”“五必”要求筑牢会展活动疫情常态化防控防线。

成都市博览局相关负责人表示,“要压紧压实疫情防控‘四方责任’,坚持一会(展)一方案的原则,动态调整会展活动疫情防控方案和措施,抓好成都市会展活动的疫情常态化防控。”

《通知》强调,按照“谁举办、谁负责”原则,制定疫情防控方案和应急处置预案,落实扫码、测温、戴口罩等防控措施。会展举办方要控制参展参会人员密度,根据展会规模

第四届进博会汽车展区

吸引全球十大汽车企业全部参展

■ 钟锦慧

8月24日,由中国国际进口博览局、中国银行共同主办的第四届中国国际进口博览会汽车展区线上招商路演在国家会展中心(上海)举办。本次招商路演主要面向第四届进博会汽车展区的采购商和相关实体企业等,重点介绍了第四届进博会整体情况及独特优势、汽车展区特色亮点等。

据第四届进博会汽车展区相关负责人介绍,全球十大汽车企业已确认参加第四届进博会,在30000平方米展区规划面积中,将以“智能引领未来”为展区主线,以“2+2+1”(即2个展示专区、2个专业委员会、1个高端论坛)布局为展区落地主要抓手,带来“一展集全球”的参展体验。

彼欧亚洲区市场部经理王震尧表示,在第四届进博会上,彼欧将聚焦清洁出行,着重展示公司在氢能燃料电池领域的相关产品,如为商用车和乘用车等车型提供全系列储氢瓶解决方案的70Mpa高压四型瓶产品,以及最新型的燃料电池电堆技术。

崇德集团介绍,集团已连续两年参展进博会。今年,在第四届进博会上,集团旗下的崇德碳技术事业部将带来全球首创的“电动巴士快速充电受电弓”;伟思技术事业部将带来用于锂电池测试的环境模拟试验箱和用于锂电池生产的创新空调技术。崇德超声波焊接事业部将展示用于动力电池极耳焊接的超声波金属焊接机。崇德集团愿与国内企业携手共同创造“绿色、智能、安全”的未来生活。

摩比斯中国区公共关系总监张世鹏透露,在第四届进博会上,摩比斯将带来全新概念车M vision X,这是该车首次在亚洲展会上亮相。同时,摩比斯希望借助进博会的平台,进一步扩大公司产品、理念在业内以及中国市场的影响力。



8月24日,2021线上亚欧商品贸易博览会开幕式在新疆国际会展中心举行。本届商博会以“构建丝路商贸平台、助推经济合作共赢”为主题,线上展厅共设置了4大展区9个题材,涵盖文化旅游产业、纺织服装、农产品食品、绿色建筑建材、产业机械等领域。截至目前,共有来自境内外1323家参展商、1865家采购商报名参展,遍及境外24个国家和全国各省市、新疆生产建设兵团和港澳台地区,参展企业通过图文、视频、3D、VR等多种形式展示企业形象和产品。

(崔志坚 摄)

会展大咖说

国际展览巨头们在后疫情时代的战略变化

■ 陈爱新

作者简介

上海东浩兰生瑞力股权投资管理有限公司副总裁、UFI全球董事会董事
自1995年进入会展行业,曾任上海国际展览中心展览开发部经理、英国Allworld集团、励展博览集团、汉诺威米兰展览公司项目总监,担任上海工业商务展览有限公司总经理、东浩兰生集团投资发展部副总经理等职。目前从事会展产业股权投资。



近期,笔者在浏览海外展览上市公司的半年报时发现,虽然会展业务同比去年仍有不小的跌幅,但随着国际各主要市场纷纷恢复国内和区域内跨国会展、赛事活动的举办,各会展公司对全年业绩改善充满信心。此外,还有一个共同之处是,各会展公司将2020-2021视为稳定、安全、转型的“过渡年”。不得不说的是,在经历了行业的低迷和下行后,各大会展企业都在深度思考疫情以来客户需求的变化和行业范式的变化,从而更新自身的战略定位,并以此调整业务结构和资源投入。不少会展公司已经开始“向前看”,以发展和增长为主题制定“后疫情”时代企业新的战略规划。

德尔塔病毒给国内实体会展活动恢复带来了新挑战和不确定性。我国会展企业主动去了解国际会展公司的行业洞察和战略思考,对把

握后疫情国际会展业变化趋势,从而指导企业转型提升和投资方向,无不具有借鉴意义。

从“我是谁?”重新定义了会展活动业务。“我是谁”的问题,关乎企业的业务范畴、服务方式和服务能力。Informa集团将自己定义为知识和信息经济的服务商。集团活动导向型业务有三个板块:Inform Markets(展览),Informa Connect(会议),Informa Tech(科技活动)。2020年报中Informa是这样定义其活动板块:以品牌活动连接专业人士和商业人士,聚合社群和市场,通过实体和虚拟的活动,以及不断增长智能化、数字化的服务和沟通手段,传递专业知识。Informa Markets这样定义自身:连接买家和卖家,在多个专业市场支持商业和贸易流动。我们的平台通过主要展览、虚拟活动、线上市场、专业内容

和数据服务帮助商业人士见面、贸易、创新和成长。

可以看到,Informa以前非常重要的面对面展览方式已经成为其服务客户的重要手段之一。近年来,其不断增加服务客户的场景和方式,包括虚拟活动、高质量媒体、专业的数字内容和数据驱动的营销服务。

励展博览集团定义的“我是谁?”,把行业的专业技能和数据、数据工具相结合,帮助客户在数字和面对面场景中相连接,以了解市场、采购产品并完成交易。这一更新的定义中,励展为客户服务的场景增加了虚拟展览,并强调会展人服务和客户除了传统的专业技能外,还须有大数据加持并掌握数据工具。为配合这一定位变化,励展在今年启用新的企业标识,意味着拥抱数字化转型,为客户创造将数字和面对面互动相结合的商业机会。

从回归实体展,到持续拓展数字化服务。各大会展公司坚信B2B实体展的内在价值,会吸引展商和观众重回面对面对面下实体展。但Inform也认为,疫情期间的一些改变,将成为不可逆转的趋势。和疫情前相比,2021年Informa业务重心将会发生以下变化:一是更加注重市场专业化;二是从专注实体展变为增加更多B2B的数字服务;三是从在展会现场为观众提供内容服务和互动联络转变为全年提供内容和联络服务;四是从注重客户数据质量,变

为注重数据的一致性、丰富性和已授权;五是从专注销售和运营技能的人才,转变为注重多样性的人才;六是从价格和规模驱动型增长,转变为更广泛组合和更高质量的增长。为此,Informa启动了一项“智能连接”计划,它旨在通过一系列方法,大大加快发展虚拟展会、数字和数据赋能的产品以及数字化能力。

从更加注重专业化、夯实头部展会的竞争力,到加快数字化产品的变现能力。各大会展公司都借疫情之机调整和优化了产品组合,处置和关闭一些居于缺乏竞争力的展览会。如HYVE一方面通过关闭和处置完全退出了中亚市场,另一方面,通过收购零售数字会议平台Retail Meetup,巩固了其在零售B2B生态链的领导地位。2020年仅一场线上活动,HYVE就实现了180万英镑的营收和140万英镑的税前利润。

Informa认为专业化反映在更专业的数据、专业知识、专业品牌、专业市场的深度、专业营销服务并创造持续性收入。企业拥抱专业化在于通过深挖专业市场,更接近客户,从而进一步提升营收组合的多样性和营收质量。2020年Informa三大活动导向型业务在数字化方面实现营收3亿英镑,其来自虚拟活动、数字营销服务、数字媒体、数据和研究服务。

提供内容服务成为提升高客户粘性和新拓展客户的重要手段。贸易、联络和学习是客户参加贸易展

三大基本需求。为满足客户的学习需求,HYVE在实体展上继续通过呈现高质量内容并力邀重量级专家到场,增强会展的吸引力。同时在线上通过虚拟研讨会和大会,推出高频而优质的内容。内容营造虽然难以变现,但在提升客户参与度和粘性、拓展新客户方面贡献很大。在一些专业领域,Informa的活动板块常常依靠话题专家呈现不同视角、独特的洞察并提供富有深度的知识。

宣布后疫情时代新的战略规划。Informa宣布启动2021-2024年“增长加速计划2.0(GPA II)”。该规划将专注于在所有业务板块提高市场专业化水平并提升数字化,扩展目标受众,提高营收的多样性和质量,并使各品牌活动更贴近客户。如在专业化方面,规划将加速市场专业化战略并深化数字化;在增长方面,通过多样化、地域性、可预测性和弹性提高增长的规模和质量;在复展方面,尽可能恢复在主要市场、主要品牌的实体展;在数字化方面,深化数字服务供给,加强数字能力;在数据方面,提升数据平台,推出一系列新的市场解决方案。

根据HYVE陈述,其未来规划,即发展面对面展览和在线的全渠道业务。

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,转载请开明白名单。

第二届联合国全球可持续发展大会10月在北京召开

本报讯 8月24日,在国新办举行的新闻发布会上,交通运输部部长李小鹏介绍,第二届联合国全球可持续发展大会将于10月14日至16日采取线上和线下结合的形式在北京召开,届时联合国会员国的各国交通部长将要率团线上出席大会,各国驻华大使等将出席大会。

据介绍,此次交通大会的主要日程包括开幕式、闭幕式、部长论坛、技术论坛、企业家论坛、全体会议和主题会议等。本届大会由联合国主办,中国政府承办,大会主题是“可持续的交通、可持续的发展”。目前,各项准备工作都在有序进行。

李小鹏表示,在未来的发展当中,我们还将继续坚持对外开放、扩大合作、和大家携手共同推动交通可持续发展。正如本届大会聚焦交通可持续发展的内容一样,我们要聚焦可持续交通与减贫脱贫,可持续交通与民生,可持续交通与绿色发展,可持续交通与互联互通,可持续交通与区域发展、创新发展、安全发展等方面,为推动全球可持续发展作出新的更大的贡献。(钟欣)

商务部推动“以节兴市”提升消费能级

本报讯 8月23日,在国新办“积极贡献商务力量 奋力助推全面小康”专题新闻发布会上,商务部部长王文涛表示,2012年至2020年,我国社会消费品零售总额从20.6万亿元增长到39.2万亿元,年均增长约8.4%。消费已经多年成为我国经济增长第一推动力。下一步,商务部将顺应消费形势,从提升传统消费能级、加快培育新型消费、搭建消费升级平台等多个方面出台举措,推动消费升级步伐不断加快。

王文涛表示,随着人们生活水平不断提升,消费升级步伐不断加快,数字、文化、旅游、健康等各种消费热点层出不穷,消费新业态、新模式以及场景创新层出不穷。商务部下一步要顺应消费形势,从多个方面推进工作。

在传统消费方面,将进一步提升能级。比如,家电、家具、汽车、餐饮被称作消费的“四大金刚”,占社零总额的1/4左右,还有很大潜力。在促汽车消费方面,将推动汽车由购买管理向使用管理转变,特别是扩大二手车流通。还将鼓励有条件的地区家电家具循环利用、以旧换新;支持餐饮业创新经营模式,提升服务质量,使餐饮消费进一步扩大;鼓励老字号的传承创新,发展新业态新模式。

在搭建消费平台方面,通过创新发展,“点线面”结合,把扩大消费同改善人民生活品质结合起来。推进上海、北京、广州、天津、重庆五个城市的国际消费中心城市建设。同时,还要高质量推进步行街改造提升,发展特色商圈和特色街区。

据介绍,下一步,在做好疫情防控基础上,结合消费特点,开展一系列消费促进活动,推出促消费政策措施,推动“以兴市、以节兴商、以节聚势”,更好地满足多层次、多样化消费需求,顺应潮流推动消费结构提升、能级提升。(伊昱)

西安上半年举办会展活动195个

本报讯 记者近日在西安市商务局组织的会议会展产业工作会上了解到,今年上半年,西安市举办会议会展活动195个,完成全年目标任务的67%,同比增长660%,实现了时间任务“双过半”。目前因受疫情影响,再次暂停举办会议会展活动。

根据《西安市会议会展产业三年行动计划》要求,紧紧围绕目标任务,积极采取措施,迎难而上,聚力攻坚,取得了较好成效。会议强调,会展产业作为西安市“6+5+6+1”现代产业体系六大生产性服务业之一,要积极应对疫情影响,做好区域会展宣传和策划工作,展会重启举办后,按照“全域会展”要求迅速抓好落实;要建立便捷多样的沟通平台,加强相互配合对接,凝聚合力,切实推进西安市会议会展产业高质量发展,确保全年目标任务顺利完成。(安洋)