



在中国馆感受智慧卫浴

■ 本报记者 张凡

自动感应翻盖的智能马桶,让防疫更安全;智能浴室镜可显示时间天气温度等信息,方便旅客掌握实时出行信息……参观迪拜世博会中国馆的游客感觉到“中国智造”无处不在,就连上一趟卫生间都可体验到中国产品带来的智慧生活。这些产品的制造商——箭牌家居更是用好世博会平台,向全球展现其实力。

10月23日,“智慧生活,全球同享”迪拜世博会箭牌品牌日全球线上发布会正式举行。这次活动通过现场直播连线的方式,由迪拜前方主持人带领全球观众线上“云畅游”中国馆,享受科技与智慧的盛宴,并云体验分布在中国馆公共卫生间/无障碍卫生间/VIP区域的箭牌产品。

“早在2015年,箭牌卫浴就成为米兰世博会中国馆指定卫浴、瓷砖产品供应商,如今成为迪拜世博会中国馆指定陶瓷洁具供应商。几年时间,箭牌加速品牌、产品、服务战略升级,逐步打造具有国际竞争力和影响力的品牌。”箭牌家居集团副总经理卢金辉介绍说,面对时代的挑战,箭牌家居以科技创新实现智慧家居的全场景应用,为大众带来更多生活智慧。

为了提升科技创新能力,箭牌于2017年建立了智能家居研究院。为主动适应年轻消费者的新需求,箭牌还上线了一套强大的客服信息系统,实现在线服务、自助服务,将服务全过程透明可视化,从而推动用户体验升级。

“在中国馆的公共卫生间还配置了国家水效领跑者产品。在节水领域,箭牌家居已经树立了一个标杆。”卢金辉表示,作为产业绿色的实践者,箭牌家居在本届世博会上以实际行动倡导可持续性绿色节能生活,彰显了包括箭牌家居在内的一批优秀中企是如何为建设生态文明作出贡献的。

在卢金辉看来,在国外消费者看重品牌带来的精神价值的情况

下,品牌价值观的塑造及传递对于大多数中国品牌而言仍是较大的挑战,参与世博会能加深中企与国外消费者的沟通,有助于中国品牌向海外消费者讲述可产生共鸣的品牌故事,与消费者建立情感联结,从而推动企业的国际化发展。

卢金辉介绍说,箭牌家居集团业务已出口至60多个国家和地区,并在印度尼西亚建立了子公司。

“我们通过积极参与‘一带一路’沿线国家的政府、公共设施等项目工程来推动国际化发展。如中国驻阿曼总领馆公共卫生空间、卡塔尔首都多哈国际学校、莫桑比克首都马普托国际机场等中东地区地标均使用箭牌洁具用品,箭牌卫浴在中东地区早已得到认可。特别值得自豪的是,2019年,箭牌家居作为陶瓷卫浴行业产业唯一代表,被全球华文读本《一带一路》收录。”卢金辉说。

近几年,中国卫浴企业针对中东卫浴市场的实际需求和特点,有策略地选择自身的产品打入中东市场。迪拜世博会对拥有丰富品类的中国家居供应商和庞大销售体系的箭牌来说,意义更加深远。卢金辉说,通过世博会这个窗口,箭牌将得到一系列发展机遇:精准洞察消费需求,通过产品创新把握市场新机遇;全面汇聚全球资源、加快全球智慧融合,通过模式创新把握产业合作新机遇;紧跟数字经济发展步伐,通过数字化转型,把握技术新机遇。

“在前期进行的中东地区国际机场、学校、酒店等工程项目合作的基础上,我们将借助迪拜世博会的契机,进一步了解和调研中东地区,制定符合中东地区的国际拓展计划,生产符合中东地区特点的产品,逐步提高箭牌卫浴在中东区域的竞争力。”卢金辉透露,未来十年,箭牌将以中东市场作为突破口,深耕“一带一路”沿线市场,以市场营销本土化的形式直接落地经营。

创新会展·行业篇

会展业竞争力城市：

新经济下，谁主沉浮？

■ 本报记者 兰馨

会展业在抗击新冠肺炎疫情、复展自救的过程中,摸索出一种创新会展服务模式,也引发了新一轮城市综合竞争力的比拼。2020年度中国城市会展业竞争力指数报告(以下简称报告)日前在成都发布,疫情下的会展业竞争力城市排名出炉。

排名“隐藏”综合能力

报告显示,2020年中国城市会展业竞争力指数采集到符合统计标准的有效样本城市167个。

其中,在10个副省级城市中,2020年城市会展业竞争力指数排名最高的为广州,成都次之,杭州、南京分列第三、四位,武汉紧随其后,名列第五。成都继续领跑西部。

据中国会展经济研究会学术指导委员会常务副主任陈泽炎分析,成都会展业在国际化指标、国际合作指数中表现出大幅上升趋势,逐步缩小与北京、上海的差距,其中展览业国际合作指数从2017

年的19.048上涨到51.948,增长近2.7倍。

在县域城市2020年会展业竞争力指数排名中,义乌表现抢眼。报告显示,排名前十的县域城市分别为义乌、昆山、常熟、永康、温岭、海宁、大邑、余姚、宁海、慈溪。

业界人士表示,在新经济下,会展业的新场景、新业态、新模式,体现的不仅是会展本身的创新,而且串联起产业生态融合的意识,背后是政府在会展业与城市战略布局上的协同发展形成的新竞争力。

会展城市进入高阶竞争

“近年来,进博会、广交会、服贸会、消博会等展会促使我国会展业有了质的提升。”商务部原副部长张志刚表示,进入新经济时代,会展业亟需贯彻新发展理念,推进高质量发展。

“报告发布同期举办的2021中国会展城市产业合作峰会的主题是‘城市群会展产业竞合发展’,

探讨会展业的高质量发展,谋求合作共赢。”中国会展经济研究会会长袁再青表示,2020年会展城市竞争力报告中,见证了疫情下各地城市主管部门的综合管理应变能力,同时促进会展服务模式创新。客观而言,报告连续发布6年来,变化不仅仅是城市的排名,而是其背后城市的会展服务创新能力的综合体现。

在北京第二外国语学院展览产业研究中心主任刘大可看来,城市会展功能升级,既是超越经贸功能的会展活动价值评判和超越经贸功能的会展活动宏观布局,也是超越经贸功能的会展设施开发利用和超越经贸功能的人文会展活动拓展。这表明,城市会展业已进入高层次发展阶段。

双城会展经济圈出炉

报告发布会期间,成都与重庆宣布成立成渝双城经济圈会展经济研究院。据悉,该研究院将推动

各城市会展政府主管部门、行业协会、主展商企业以及成渝地区会展政企校深化合作。

期间发布的《中国西部会展城市产业合作倡议书》明确,共建“会展+产业”联动机制,根据各地城市经济社会发展定位和新兴产业发展需要,策划引进会展活动,推进各地会展业与优势产业、新兴产业、特色产业及会展上下游企业融合发展。

“这标志着成渝地区会展业进入竞合发展新阶段。”成都市贸促会、成都市博览局相关负责人表示,加强西部会展城市深度合作,有利于实现会展经济硬支撑和软实力共建共享,实现产展融合、产城融合,以会展促进区域产业发展。

数据显示,成渝地区双城经济圈涉及16个城市的经济总量占全国比重已由3.5%(2000年)增长至6.6%(2019年),发展势头强劲。成渝地区有望成为双循环格局下的新发展高地,其会展经济也将进入新的发展阶段。



10月25日,2021全国农商互联暨乡村振兴产销对接大会在江苏白马农业国际博览中心闭幕。本次大会以“品牌引领 循环互通 乡村振兴”为主题,搭建展示推介、产销对接、品牌发布、产业链供应链资源合作的平台,强化产销衔接机制,巩固脱贫攻坚成果,共谋乡村振兴路径,共享农商互联资源。

此次大会展览规模近2万平方米,28个省市自治区的500余家企业参展。大会通过央视新闻、央视视频、长江云、今日头条、抖音、视频号等平台同步直播,吸引了181.6万线上观众。(彭雪)

2021中日韩中小企业经贸创新峰会在成都举办

■ 孟浩

2021中日韩(成都)中小企业经贸创新峰会(以下简称峰会)日前在成都举办。200余家企业参会洽谈对接,并参考察成都市产业功能区,开展务实合作。

峰会期间,中日韩三方的专家学者和企业家探讨未来发展,共商项目合作。大韩贸易投资振兴公社中国地区本部长洪彰杓表示,近年来,越来越多企业把关注点放在中国西部城市成都,既因为这里具有创新创业的浓厚氛围,也因为其

具备便利的交通条件,还因为其可以辐射中西部巨大市场。成都的文化及生活等条件适合投资创业。在成渝地区双城经济圈机遇下,成都受到韩国企业关注。洪彰杓希望为成都、韩国企业做更精准的信息、服务等匹配,创造更多的合作机会。

近年来,中企对日、韩投资步伐加快,增长保持稳步态势。据商务部统计,2020年,中国对日本全行业直接投资额为3.6亿美元,较

2019年有一定增长。“值得指出的是,中企致力于在日本推广跨境电商、移动支付、共享经济等新模式。2020年,中国对韩投资3.6亿美元,同比增长75.1%。截至今年8月,中国累计对韩直接投资123.4亿美元。”在商务部亚洲司原司长、中国世界贸易组织研究会外经贸咨询顾问委员会委员吕克俭看来,数据足以印证中国企业对于日韩市场投资前景的信心。

当前,已有不少日本企业在装

备制造、物流、金融等领域与成都乃至西部地区企业开展对接与交流。中日合作的深入推进,将为成都和日本在蓉企业带来新的机遇。

“大家非常愿意了解成都。”日本贸易振兴机构成都代表处首席代表森永正裕在发言中透露这样一个细节:即便受疫情影响,北京、上海等城市仍有许多日本企业主动来成都咨询信息。

成都市贸促会相关负责人介绍说,成都正积极推动中日(成都)

城市建设和现代服务业开放合作示范项目建设,聚焦城市建设、环保生态、健康及社会服务、运输服务、文化教育、科学研究及技术服务、旅游、金融等八大合作领域。

成都市贸促会将充分发挥促进对外贸易、双向投资和经济技术合作的职能,发挥联系企业的纽带和桥梁作用,为企业界开展国际经贸交流与合作搭建务实平台,加大组织企业走出去的力度,加强企业与市场的黏合度。

会展新说

创新博物馆从独白走向文化沉浸式体验

■ 宋晓东

随着公众文化需求的日益提高以及VR、AR、XR等数字技术的成熟,传统博物馆正在经历一场由数字科技带来的改革创新浪潮。在这种技术推动下的沉浸式体验,重塑着博物馆的全新面貌。2021年,发展沉浸式体验被写入《“十四五”文化和旅游发展规划》,成为推动文化产业结构优化升级的重要举措。由此,在文旅深度融合背景下,沉浸式体验与博物馆的结合,无疑成为博物馆发展新趋势。

何谓沉浸式博物馆?国际博物馆协会的定义是:一个非营利性的“人文”知识基础公共机构,其目的是通过对拥有和借出的艺术品(包括文物、表演、档案、物品、数字艺术和多媒体)进行研究,创造沉浸式体验,以保护、收集、交流、展示和呈现视觉叙事。换言之,沉浸式博物馆即将实物或者非实物的内容,利用数字技术以沉浸式的方式进行演绎和解读,为观众提供全景式、全方位的体验式传播,最终达到寓教于乐的目的。

纵观中国传统博物馆展示现状,以图文解说为主,实物和数字多媒体为辅的策展设计模式仍然是展览展示的主流。另外,部分新兴的主题型博物馆面临着藏品基础薄弱、文本性叙事缺乏吸引力、展陈形

式单一化等瓶颈。而沉浸式体验与博物馆的结合,则可以基于传播目的,通过数字技术营造特定场景,拓宽博物馆的内涵与表现形式的边界,将观众置于有形或无形的场域内自由探索,赋予其更加沉浸的观展体验。

虽然沉浸式体验已在博物馆中有所应用,但是如何利用沉浸式业态的技术和环境要素,将文化IP的挖掘、体验和价值转化作为核心理念,深耕优质内容,而不是将其作为数字科技的秀场,忽略文化内涵及价值体现,仍然是博物馆和沉浸式相结合最大的挑战。不久前,由上海风语筑文化科技股份有限公司打造的衢州首座全景数字化沉浸、多维探索式交互的禅意艺术展示馆——衢州天王塔沉浸式艺术馆开幕,其创造性体现在贯彻现代博物馆学的展示和运营理念,有效传达衢州佛文化底蕴,呈现出现代科技与艺术的融合带来的沉浸式博物馆新面貌。展馆一开放便成为市民、游客休闲的文旅目的地和“网红”打卡地。衢州天王塔沉浸式艺术馆将在地文化、展示空间、沉浸式体验等有机融合,无疑为沉浸式博物馆的打造提供了可参考的实践案例。

数字科技搭建沉浸式场域。衢州天王塔沉浸式艺术馆以“因缘一念”为主线,利用科技数字化的技术,在特定的场景之中搭建一种符合衢州特色历史文化和展馆主题内容的场域,营造独立于现实世界的平行时空,将声音、光影、色彩、造型等合理安排,使之成为一个整体,讲述天王塔前世与今生的故事。如艺术馆内“一花一世界”因缘相生禅意空间,以“珍惜万物因缘”为主题,“因”与“缘”的汇聚与消散,呈现唯美光影变幻的影像,使观众在沉浸式场域内感悟佛学对于人世间的缘起事件的阐释。再如大雄宝殿内所呈现的“莲池海会”悟法觉世的宏大胜景,结合多媒体艺术灯光演绎恢弘的佛文化意境,呈现“德”与“善”的美好关联,这些数字科技旨在为博物馆的主题阐释提供更为现代、更加多元、更符合观众兴趣的观赏场域和体验。

主题空间诠释体验式文化。随着博物馆边界与功能的不断延伸,博物馆不再只是建立在以“物”为基础的高冷殿堂和精英者的学术象牙塔,传统博物馆的策展和设计工作模式也在不断被打破,一些新的展览形态开始崭露头角。衢州天王塔沉浸式艺术馆在内容策

划方面试图将传统博物馆中常用的文本性叙事转化为对当代观众更有吸引力的空间叙事,极致的光影氛围,交错的布局,分割出一个文化内涵丰富且艺术感十足的主题空间,使观众在沉浸式的语境中体悟别样的佛文化魅力。如“伽蓝之境”空间,依托衢州当地的佛教建筑构筑主题空间,通过数字媒体光影再现“南朝四百八十寺,多少楼台烟雨中”的意境,艺术化陈列的微缩模型展示衢州历史上兴建的佛教文化建筑遗址遗迹,使观众感受佛与城的因缘,了解佛教在衢州这片土地上兴盛的历史缩影。再如颇具剧场性的“时光流转”空间,以水晶沙盘结合多媒体影片的形式,呈现历史上的衢州人与天王塔的故事性瞬间。在波光粼粼、层层涟漪的动态光影中,人们穿越时间和空间。沉浸于此的每一个人,都如天王塔一般,见证着衢州城市的过去、现在与未来。

装置艺术打造网红式爆点。互动艺术装置作为一种新兴的艺术表现形式,开始逐步出现在博物馆的展陈设计中,其有着其他艺术表现形式无法比拟的主题融入性、实时互动性和公众参与性。结合展馆主题,提取相关元素,通过装置、造型、

主题字等手段设计艺术装置,为参观者提供拍照打卡空间。在衢州天王塔沉浸式艺术馆内,艺术化祈福灯笼廊道、菩提树下感悟佛之淡然的“观自在心”冥想空间、“放下”、“空”等禅意艺术装置,吸引了众多游客驻足停留,形成了“网红”打卡效应,一时间展馆在小红书、微博、抖音等平台流量爆发。

21世纪的博物馆已经不仅仅是一个单纯的展览空间,更像是一个创造文化、守护文化的开放场域。在这里,故事的讲述者利用在地文化进行创造和创新,故事的聆听者获得情感与精神的满足,每个参与者都可以找到自己的角色和归属。优质的内容和沉浸式体验则为此个场域吸引到更多类型的群体来此交流、感受,这也将成为博物馆从独白走向对话的桥梁。

宋晓东，作者系上海风语筑文化科技股份有限公司副总经理兼总策划师）

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,转载请开空白名单。

会展传真

三亚赴多地举办会展业联合推介会

本报讯 据记者从三亚市投资促进局了解到,三亚多部门近日赴武汉、长沙、重庆等地开展三亚市会展业联合推介会,宣传推介三亚会展资金政策,推动三亚与国内目的地城市共融、共生,助推城市会展业稳健发展,助力三亚打造国际旅游消费中心核心区。

据介绍,这些推介活动通过推介三亚市会展业专题、宣讲海南自贸港相关政策及三亚投资利好、推介重点会展场馆,全方位展示三亚良好的生态环境、优越的政策、完善的办会办展配套设施及最新发布的会展业资金支持政策,吸引相关企业来三亚办会办展。(伊宇)

厦门第四季度举办20多场会展活动

本报讯 自10月24日至年底,厦门将举办20多场大型会展会议活动。记者了解到,除已开幕的国际电池材料协会2021会议,厦门还将举办第十七届中国国际物流节暨第二十届中国国际运输与物流博览会、中国国际广告节、中国国际粮油产品及设备技术展示交易会、中国厦门国际佛事用品(秋季)展览会、中国厦门国际茶产业(秋季)博览会、2021中国·厦门国际汽车展览会等。厦门国际会展周也将于11月22日至25日举办。

数据显示,今年前三季度,厦门共举办展览80场,同比增长100%,带来经济效益132.82亿元,同比增长125.35%。

另外,为帮助产业快速恢复活力,厦门市近日印发《进一步加大消费旅游扶持力度的通知》,明确对相关展会会议项目及企业给予奖励支持,并将实施期限延长至2022年3月31日。(陈芳)