

创新会展·城市篇

成都会展业：为创新服务打造新样板

■ 本报记者 兰馨

近两年,新经济下的会展业在新场景、新业态、新模式上不断试错创新,其背后关乎的则是政府在会展业与城市战略布局上的协同发展。

中国会展经济研究会近日发布的《2020年度中国城市会展业竞争力指数报告》显示,在10个副省级城市的2020年城市会展业竞争力指数排名中,成都位列第二位,仅次于广州,排在第三、四、五位的是杭州、南京、武汉。

据业界分析,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。

区域地位不可或缺

据记者从成都市博览局了解

成都凭借其市场辐射能力、航空条件、会展环境、旅游资源、城市魅力等优势,已成为国内外重大会展活动在中西部布局的首选城市。

创新便利服务体系

8月1日,《成都市会展业促进条例》(以下简称《条例》)正式施行,标志着成都会展业发展进入法治化的新阶段。记者从成都博览局了解到,《条例》明确,从展会备案、政务服务、展会便利化、知识产权保护、信息发布、安全责任、应急处置、统计分析等方面提供法治保障。

成都市博览局作为成都会展业的管理服务协调机构,整合公安、工商、卫生、交通等30多个政府部门行政资源,分工配合,为会展活动落地成都举办提供“一站式、专业化、人性化服务”,进一步提升

业功能区发展,加快培育开放型现代化产业体系。

目前,成都已形成8个千亿级产业集群,优化提升12个产业生态圈和66个产业功能区,形成“一产一展会、一区一品牌”特色发展格局,推动“会展+产业+功能区+投资贸易”一体化发展,加快构建“5+5+1”开放型产业体系,加快迈向全球价值链中高端。

与此同时,由成都市博览局牵头制定《成都市会展业发展专项资金管理办法》《培育展会创新模式激发增长新动能指导意见》《促进会展业新经济形态发展的实施意见》《成都市产业生态圈人才计划实施办法》等15项长效管理政策和扶持政策,进一步完善成都会展业发展政策支持体系,加快推动市场资源的优化组合,促进全产业链联合、整合的可持续发展。



华阳集团转型成果亮相

本报讯 华阳集团的新能源、新材料产品近日亮相中国·山西能源革命创新合作(迪拜)云推介会,向世界展示了华阳集团转型发展的新成就。

在迪拜世博会中国馆山西周活动中,华阳集团就新材料应用场景进行了推介。嘉宾通过云推介看到了华阳集团在专攻新材料、转型蹚新路的进程中取得的成果。

“非常荣幸在这次推介会上



11月15日,杭州国际博览中心正式发布全新文创品牌——“杭博·希客”(SHIKA)。杭博是杭州2022亚运会主媒体中心、亚运壁球馆,届时,来自全世界的媒体和运动员将汇聚杭博。与此同时,一款款具有地方文化特色的“杭博·希客”及其衍生产品也会与观众见面。

据了解,杭博还将不断加强对产品生产、营销环节的把控,力争让每件文创产品具备高品质,成为大众的“心头好”,借此机会更好地塑造杭博品牌形象。

香港贸发局进博会产品及服务业展区效果显现

■ 本报记者 兰馨

值得一提的是,此次进博会期间,有一些在上海的跨国企业与香港企业达成合作意向。有参展商表示,克服新冠肺炎疫情带来不利影响,展会期间收到的意向订单量超过首届和第二届进博会。参展的香港服务业企业还对接了其他展区的参展企业,获得不少合作意向。

香港产品展区除了展示李锦记、狮球唛、澳至尊等知名香港品牌,还引进一些新的参展企业,包括点点绿等健康食品品牌。展区还设立了表演台,展示香港产品的魅力和香港独特的饮食文化。在现场,港式餐厅的厨师烹任地道香港小吃,网红联合名厨以香港食材及调味料煮出各式港式美食。

首次参加进博会的华珑展示了香港研发生产的科研保健品牌“Asaptic”和“康乐龄”旗下的吞咽障碍产品吞咽易系列。食材软化粉、清透凝固粉(增稠剂)、即食原貌软

餐等产品受到广泛关注,吸引有合作意向的内地企业洽谈深度合作。

据了解,总部位于英国的物流公司Charles Kendall Freight (Hong Kong)今年通过香港贸发局首次参展,并与多家航运企业在货柜租赁服务方面商议进一步合作。在海外融资方面,香港煜丰控股集团与一家主营农产品进口的贵州企业取得联系,未来将开展深入洽谈。

为满足内地进口需求,香港贸发局特别搭建进博会商贸对接平台,通过邀请重点买家、与各地交易团合作等方式,安排采购商到进博会与香港企业进行现场或在线的一对一商贸配对。

此次进博会期间,香港贸发局与义乌市政府签署了“助力双向通道·推动合作发展”合作备忘录,并见证义乌商城集团与香港中小企业发展促进会以及德派克(香港)公司的合作签约。

四川内江加快会展经济高质量发展

本报讯 近年来,四川内江把会展业摆在突出位置,发挥比较优势,强化会展资源整合,加快推动会展业健康快速发展,相继印发了《关于加快会展业发展的意见》和《内江市会展业管理办法》,为会展业发展落实了机构、人员和相关政策措施。

记者日前从内江市商务局获悉,据不完全统计,截至今年10月底,内江共举办2021内江首届网上年货节、内江第二十九届汽车文化节、川渝国企内江一荣昌行等12场展会活动,商品交易额1.03亿元,签订68项投资协议,合作金额864.41亿元。还组织超过180家企业参加第六届成都智博会、第十八届西博会、第130届广交会、第三届进博会等重大展会活动,意向订单超过5000万元。

目前,内江将商务会展纳入现代服务业体系优先发展。围绕此项决策部署,内江将加快展会载体建设,推动政府与社会资本合作,按“标准场馆+会展项目+产业”同步实施的发展路径,不断完善配套设施建设,提升举办重大展会活动

记者日前从香港贸易发展局(以下简称香港贸发局)获悉,在第四届中国国际进口博览会期间,香港贸发局组织的57家香港企业分别参加了香港产品展区及香港服务业展区,推广香港联通国内国际“双循环”的平台。

香港贸发局中国内地总代表钟永喜表示,香港产品展区除了展示产品,还设有各种美食烹饪示范和体验。

钟永喜介绍,国家“十四五”规划给予香港新的定位和功能,在此背景下,香港服务业展区以“香港通道·连接全球”为主题,推广香港连通国内国际的重要通道作用,服务内地企业,对接全球商机。进博会期间,香港贸发局组织160多家采购商与香港参展企业进行了700多场商贸对接会议。

多家香港食品参展企业表示,结识了很多潜在客户,并将于进博会后签订协定。



会展新说

“潮经济”背后引发新生代群体“潮”力量

■ 刘志良

相关数据显示,世界上拥有超过百分之五十的年轻群体。正式进入“Z世代”的企业经营面临着消费者年龄结构的变化。新生代强势崛起,“80后”“90后”逐步成为社会中坚力量,“95后”“00后”引领着新的消费潮流,“潮经济”成为新经济时代的重要载体。新生代喜新厌旧的消费模式已经成为商业经营中家喻户晓的基础模式,在此基础上诞生了许多“爆款产品”。这里所说的产品属性与人们了解的产品在某种程度上是有所差异的,在新科技的加持下,原本属于文化的产品也会成为文化科技的互动产品。这就是“潮品”+“玩法”的新商业业态,“潮玩经济”兴起的本质是消费品娱乐化。

如何定义一款“潮品”?笔者发

现有五个关键性指标。

第一个维度是市场潜力。一款好的产品一般拥有庞大的消费市场存量与增量,产品的生产与设计一般会经历试错的阶段。如果市场不够大,试错的成本不足以覆盖研发的成本,那么,产品在市场中的初级阶段就被淘汰。

第二个维度是用户需求。成为“潮流爆品”的关键属性是消费者有需求,消费者愿意为此买单。生产商面对“Z世代”的消费者,在原有的空间与场景下加入沉浸式或互动类的交互方式,无疑是最有成效的方式之一。

第三个维度是好看的设计。在信息爆炸的时代,能让别人记住产品的关键维度是“颜值”。一个好看且好玩的产品能够让消费者记住,并产生二次消费的冲动,另外带来私域分享的曝光。

第四个维度是价格优势。商业的最终逻辑是始终回归到价格优势,是产生“潮流爆品”的最关键性逻辑点。“时尚”往往意味着价格昂贵,而且很难产生二次消费。十年前出现了以“快时尚”为代表的品牌,今天出现了诸多以“快时尚”为名的科技品牌,消费者可以感受到科技的魅力。

第五个维度是品质感。不管是“80后”“90后”还是“00后”,消费的产品最终要回归到品质感上,产品的最后维度也是要给消费者提供更高的品质感与体验感,以此作为永恒的运营的点。

那么,如何来定义当下的“玩”?“玩”形成了文化特征与品牌调

性,构筑了私域流量的雏形,有助于商业社区运营上的彼此了解,消费者在过程中体验互动的乐趣,以及对于品牌的探索与发现。品牌在于消费者日常消费的积累与心智中,一个好“玩”的体验可以增加消费者对品牌的提升。行之有效的手段之一是沉浸式与数字交互艺术。在目前市场中,“沉浸式”算是一个热门词汇,可很少人能将“沉浸式”讲明白。有人说,文化需要科技来赋能。产生这一观点的重要原因是,文化太重,科技呆板,二者需要互相跨界。因此,产生了创意科技(CreaTech),两者之间互相赋能。沉浸式就是两者互相赋能之后最好的呈现载体。内容承载在一个全新空间中,通过传感器与程序编码,将实时的内容渲染出来,甚至调用云端技术进行远程分发布控。内容就成为沉浸式中的关键,人们需要考虑如何生产好的内容、讲好其中的故事。

“潮经济”最重要的一点是,让运营者形成一个年轻化的业态与品牌理念,让原本静默的空间拥有欢乐与交互活力科技景观,这不乏为一个好玩有趣的出发点。

(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)

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。

深圳会展业 人民调解委员会成立

本报讯 深圳市会展业人民调解委员会近日挂牌成立,将为深圳市会议展览行业解决矛盾纠纷构建专业、规范、便捷的实体调解平台。这是广东省首个会议展览行业调解委员会,在深圳会展中心(福田馆)、深圳国际会展中心(宝安馆)、深圳坪山燕子湖国际会展中心三大场馆同时挂牌。

随着深圳市会议展览行业快速发展,各方维权类、索赔类的民商事纠纷屡有发生,纠纷内容愈发专业化。为此,深圳市会展业调解委员会应运而生,聘请20多名行业专家、专业律师为调解员和专家库成员,以“行业技术+法律赋能”组合模式为主游主办方、搭建商,下游参展商、参观者提供“全链条、一站式”的免费调解服务,拓展了行业纠纷多元化解决机制建设。

据悉,行业性专业性人民调解组织是依法设立的调解特定行业和专业领域矛盾纠纷的群众性组织。近年来,福田区司法局充分发挥人民调解在矛盾纠纷多元化解中的基础性作用,鼓励社会组织、社会力量多方参与公共法律服务,着力提升行业性专业性调解组织助力“首善治理”能力,为福田社会经济“首善发展”提供有力法治保障。今年上半年,福田区新设4个行业性专业性调委会。目前,在矛盾纠纷突出的物业、医疗、交通、婚姻家事、电子商务、不良资产、鉴定、会展等领域,福田区已建立25个行业性专业性调解组织。

(毛雯)

山西省做大做强会展业

本报讯 近日,山西省十二次党代表大会明确提出,大力发展生产性服务业,推动科技服务、数字信息、高端商务、现代金融、现代会展等产业向专业化方向发展、向价值链高端延伸。

“十三五”期间,山西省会展数量、展览面积、参展企业、从业人数以及规模、档次等逐年快速递增。有关方面表示,山西省加快发展会展经济,必须改变政府办展为主的局面,实现“商业展会唱主角”,做到这一点,关键是要积极探索“会展+”模式,让会展产业链不断延伸、会展产业平台不断拓展,深度挖掘潜力,大力开拓发展空间,形成有生命力、有地域特色和市场竞争力的品牌展会。

在“双碳”背景下,要围绕产业转型来策划会展,瞄准新能源、新材料、新技术、新的生产方式和生活方式等策划会展,对山西省从事会展业的单位、个人做好培训工作,进行职业资格认定,特别是要主动拥抱数字化技术、突出山西特色、引入市场化办会机制,大力推进会展业与商贸、旅游、文化等有效集成。只有这样,才能让会展业的数据提起来、规模提起来、效益提起来,开辟发展新境界,形成竞争新优势。

(袁野)

太原潇河国际会展中心 部分工程完工

本报讯 山西潇河建筑产业有限公司日前发布消息称,潇河国际会展中心建设有新进展,场馆中间组团A区屋面桁架完成从地面到空中的“旅程”。

潇河国际会展中心是太原潇河新城的重要组成部分,会展中心由北区、中区、南区三个组团组成,室内外净展览面积超过12万平方米,由7个重型机械展厅、2个多功能展厅、2个1万平方米的弧形展厅和室外展厅组成,提供超大的展览面积、超强的承重能力和超高的展示空间,可全方位满足各类展会的使用需求。

潇河国际会展中心建成后,将成为山西最大的会展中心,承揽的会展将由省级会展转向区域间和国家大型会展,从区位、面积以及展览内容上与现有展馆形成互补,将掀开山西会展经济新一页。

(撒景申)