

创新会展·项目篇

杭州会展产业园探索城市经济升级路径

■ 本报记者 兰馨

“会展人客厅平台将促进会展企业间资源共享、智能化升级。”杭州市会议展览业协会(以下简称杭州会展协会)会长叶敏日前在杭州钱江世纪会展产业园(以下简称杭州会展产业园)举行的会展人客厅新年嘉宾相聚时如是说。

杭州会展产业园作为杭州打造国际会展之都的主要承载,是集“会展+体育”“会展+科技”“会展+文化”为特色的现代会展产业生态园区。业内人士指出,新经济时代背景下,产业园区迎来转型升级契机。产业园区开发将向提质增效、转型升级、功能完善、绿色发展方向转变。同时,国家发展战略鼓励不同地区产业园区探索转型升级的路径和模式,推进产业园区形成各具特色的先进智能体系。

聚集会展产业链

据记者了解,作为浙江首个会

展产业园,杭州会展产业园已有中通服慧展科技有限公司(以下简称中通服慧展)、金运国际货运代理(杭州)有限公司等27家会展企业入驻,建筑面积超过3万平方米。根据规划,杭州会展产业园将以“创新思维探索产业园模式,以“重点类会展集聚区”+“培育类双创集聚区”为目标,以产业集聚形成产业平台并发挥效应,打造多元、多业态化发展的会展产业园。

中通服慧展总经理李翔表示,中通服慧展为客户提供全案品牌策划、媒体投放、活动执行、特装布展、效果评估,在此过程中,结合数字化、信息化做好数字孪生、内容联动、精准投放,进行客户维度的大数据挖掘和分析,其中包括连续多年为世界互联网大会主场布展。

叶敏表示,会展人客厅由杭州会展协会、杭州国际博览中心、杭州钱江世纪城管委会以及会员参与发

起,将通过搭建资源共享平台促进会展业高质量发展。

引领会展业智能化

第19届亚运会将于今年9月在杭州举办。2021年10月19日,杭州亚运会第一次世界媒体大会宣布,杭州亚运会主媒体中心、场馆媒体中心、新闻信息服务、摄影运行和媒体支撑服务等媒体运行工作在有序筹备。其中,主媒体中心选址杭州国际博览中心。该场馆曾是2016年G20杭州峰会的主会场,亚运会新闻信息服务将全面对标奥运标准。

有关方面负责人表示,杭州正处于“亚运会、大都市、现代化”的重要窗口期。“十四五”期间,杭州将以举办2022年亚运会为契机,推进会展业与体育赛事融合发展,提升杭州城市的品牌影响力。到2025年,杭州将形成品牌丰

富、主体强大、设施完善、数智引领的现代会展产业体系,数智会展引领全国,国际会议目的地城市地位进一步提升,全球知名的会展之都、赛事之城打造取得成果。

上述业内人士表示,产业园区是提升科技水平、快速构建新型产业体系和增强经济实力的有效载体,有效聚集生产力,集约利用资源,带动关联产业发展,促进区域经济的发展。作为产业调整和升级的重要空间聚集形式,产业园区担负着聚集创新资源、培育新兴产业、推动城市化建设等一系列重要使命。

会展融入城市经济

“作为物理空间,会展人客厅对会展行业发展具有促进作用。”中国会展经济研究会常务副会长储祥银表示,会展人客厅也为各地会展人在杭州搭建了一个沟通合作平台。

储祥银强调说,杭州作为会展发展较早的城市,位于长三角经济带,应有更大的视野,跳出杭州以浙江乃至全国的发展战略考虑会展产业进一步升级。

“城市为会展提供了相应的产业集群和服务支撑,两者相辅相成。”储祥银指出,新经济背景下,会展已关乎产业链的重要发展环节,亟须融入产业链中,发挥会展载体和平台的功能和作用。会展业应清醒地意识到,作为城市经济发展的重要组成部分,会展创新升级需要融入到城市发展格局中。

据了解,“十四五”期间,以杭州大会展中心、杭州国际博览中心为代表的会展场馆将加快建设和扩容,进一步提升杭州大型会展项目的承载力。

业内人士表示,杭州的数字经济将引领全国乃至全球会展业建设数字化、智能化发展体系。



《可持续·向未来—北京冬奥会可持续发展报告(赛前)》发布

■ 本报记者 胡心媛

在国新办日前举办的新闻发布会上,北京冬奥组委发布了《可持续·向未来——北京冬奥会可持续发展报告(赛前)》,总结了冬奥筹办中可持续工作的阶段性进展。

北京冬奥组委总体策划部部长李森表示,北京冬奥会筹办工作与城市和区域的发展紧密结合,促进了地区生态环境改善、经济发展和社会进步,形成了一批可持续发展成果,包括建立可持续性管理体系、打造生态赛区、严格实施低碳管理、促进城市和区域发展等。

李森称,6年多来,北京冬奥组委努力把绿色办奥理念落实到筹办工作全过程,并将筹办工作与城市和区域的发展紧密结合,促进了地区生态环境改善、经济发展和 社会进步,形成了一批可持续发展成果。

一是建立可持续性管理体系。我们在奥林匹克历史上第一次整合“大型活动可持续性管理体系、环境管理体系、社会责任指南”三个国际标准,建立了北京冬奥组委可持续管理体系,利用这一体系对主要场馆、50多个业务领域的可持续工作进行有效管理。

二是打造生态赛区。针对雪上项目主要分布在山区的情况,采取措施从设计源头减少对环境的影响。规划设计前进行了植物本底调查,开展环境影响评价,多种途径收集、储存和回收利用雨水和融雪水,高效利用水资源。通过种种措施,守护了赛区的青山绿水,实现了“山林场馆、生态冬奥”的目标。

三是严格实施低碳管理。充分利用北京奥运会场馆,从源头减少碳排放,建设低碳场馆,所有场馆都达到了绿色建筑标准,4个冰上场馆使用了新型二氧化碳制冷剂,建成超过5万平方米的超低能耗示范工程,全面使用低碳能源,赛时全部场馆常规能源100%使用绿电。构建低碳交通体系,节能与清洁能源车辆在赛时车辆中占比超过八成。在此基础上,积极拓展碳补偿渠道,通过这些措施,北京冬奥会将全面实现碳中和。

四是促进城市和区域发展。北京冬奥会筹办期间,北京、张家口两地快速发展,路网体系更加完善,实现区域环境联防联控和公共服务共建共享。一批企业落户延庆和张家口,冰雪、绿色能源等产业加速发展。

五是筹办成果惠及民众。6年多来,借助冬奥会带来的发展机遇,京张两地基础设施、服务设施加快建设,公共服务水平全面提升,冰雪及相关产业发展为群众带来更多就业,冰雪运动普及发展带动全民健身。

国际奥委会和残奥委会均对《报告》给予了高度关注。国际奥委会主席巴赫表示,正如报告所述,北京冬奥会正在助力中国的可持续发展,向世人展示,面向未来的,更加可持续的解决方案。北京冬奥组委在国内外利益相关方的共同参与下,成功将国内外各方对可持续性议题的关注提高到新的层次。



首届冬奥冰雪嘉年华在中铁长春举行

1月15日,东北亚博览会首届冬奥冰雪嘉年华活动在中国长春中铁博览城拉开帷幕。由中国中铁长春博览城、长发集团、辽体集团城市发展共同主办。

本次冰雪运动嘉年华占地面积近4万平方米,参观者以青少年为主体,将全息炫幻光影秀与冰雪运动、

冰雪娱乐、冰雪体验有机融合,通过“1个主题景观轴+5大冰雪运动体验”体现冰雪运动的时代性、艺术性、参与性和公益性。

本次冰雪嘉年华活动将持续50天,每晚5:30至8:30演绎精彩节目,包括青少年上冰雪公益活动、青少年雪地足球、平衡车大赛及奇

幻冰雪光影秀、电音节、冰雪奇缘舞台剧、极地动物表演等冰雪主题体验项目。

本次活动得到了中国经济改革研究基金会体育产业公益专项基金的支持。该组织向中铁社区的青少年捐赠50万元的青少年冰雪公益活动门票。(季廖东)

励展宣布收购英国大数据LDN展项目

■ 本报记者 兰馨

励展博览集团日前宣布,收购英国大数据LDN展所有者及主办机构3rd Street Group Ltd.

大数据LDN展(伦敦)是英国最大的企业数据及分析会议和展览项目,吸引领先的数据、分析专家及供应商参与。该展每年秋季在伦敦奥林匹克亚会展中心举办。主办方通过为行业打造的活动模式汇集数据及

行业分析而引发关注,包括由终端用户引领的会议项目。

励展首席执行官Hugh Jones表示,目前,尽管会展行业受到新冠肺炎疫情带来的冲击和影响,但在具有增长的行业收购关键展会这一传统由来已久,大数据LDN展契合励展的业务组合,其专业展会将在未来得到持续增长。

3rd Street Group Ltd. 创始人Bill Hammond表示,全球大数据和业务分析业务在英国持续增长。加入励展后,大数据LDN展项目将获得励展技术平台、全球网络和运营经验等支持。大数据的一个关键问题仍是安全与隐私,期待与励展英国现有的品牌展会Infosecurity合作,为在数据分析领域的客户提供更多服务。

会展新说

疫后会展业迈入“内容与创意为王”时代

■ 付睿

“这是最坏的时代,也是最好的时代”。

新冠肺炎疫情已持续两年,不断变异的新冠病毒依然困扰着全球。作为线下人流聚集行业之一的会展业,过去两年遭遇极大危机:全行业停摆、项目延期或取消、行业规模萎缩,企业营收大幅下降。虽然伴随疫情防控常态化,疫苗接种率不断提升,疫情应对标准化流程逐渐普及,行业逐渐复苏,但较恢复至疫情前水平仍有较大距离。更为重要的是,疫情对经济、产业格局、消费认知和习惯的改变,必将深刻影响整个行业的发展格局,对会展企业的应对能力提出较大挑战。

过去二十年,会展行业快速发展,市场规模逐步扩大,行业格局和商业模式也逐渐固化。特别是最近十年,在大数据和移动互联网引领的技术革命浪潮下,会展业拥抱变化的速度明显落后。新冠肺炎疫情的出现,客观上加速了这一进程:为应对疫情影响,会展企业主动或被动加速了自身的数字化进程,开始思考多元化发展、跨界融合,疫情促

使整个行业转型升级。可以预见,那些找准方向、快速行动的企业,将在后疫情时代的市场新格局中获得更多发展的机遇。

后疫情时代,新的机遇在哪里?企业又该如何应对?在笔者看来,至少可以从以下四个方向努力“破圈”,寻找机会。

首先,会展业迈入“内容与创意为王”时代,企业“内容力”建设刻不容缓。会展企业正面临“内忧外患”:一方面,受经济景气影响,企业预算普遍收紧,同类或近似主题展会间对优质资源的竞争将加剧;疫情影响展会排期叠加,相同或临近区域的展会对场馆档期及配套服务资源的竞争也将加剧,实力较弱的主办企业及展会将逐渐被市场边缘化;另一方面,越来越多会展图外企业正在跨界加入竞争,会展企业在垂直领域的资源整合力和影响力被削弱,市场空间被挤占。在行程码和核酸检测逐渐成为参展参会标配的当下,参会观展成本提高间接拉升观众对展会的心理预期,也对展会内容质量、现场体验和营销推

广效果提出了更高要求,会展业迈入“内容与创意为王”的时代。会展企业需要不断提升自身“内容力”的建设,在展会内容选择、策划、现场效果呈现、互动体验乃至营销转化等领域投入更多精力。

其次,组展办会“窗口期”新常态,灵活高效渐成会展企业新核心竞争力。会展业是周期性行业,疫情发生前,多数会展企业习惯于按照行业淡旺季、展会周期进行工作排期。疫情改变了这种状况。展会的筹备随时根据疫情变化进行调整将成为常态。对主办办企业来说,在展会的应急预案中,备选目的地、场馆档期协调、配套服务供应、疫情突发应对和善后以及资源的平衡,考验企业决策智慧。如何在随时可能变化的“窗口期”内使场馆价值最大化,如何应对越来越不确定的排期,如何短时高效服务好每一个客户,是疫情对每个会展场馆提出的新课题。疫情影响下,办展办会“窗口期”的常态化出现,将间接提升行业整体效率。那些资源储备丰富、机制灵活应变能

力强、效率提升明显的企业,将获得更多发展机会。

再次,线上成标配,线下规模分化,低线城市迎来更多机会。疫情发生后,多数城市对展会规模采取上限管控的措施,最大化降低风险。这一措施最直接的影响,是展会规模的分化:许多展会特别是会议,主动缩小线下会议规模,通过线上实现影响力的扩大几乎成为共识。虽然线下面对面参与活动的价值不会因疫情影响而消失,但一场大规模的展会活动分化成多场中小规模的活动,或小规模的下线活动搭配线上交流展示逐渐成为主流。展会规模的缩小,降低了大面积场馆的使用频率,推动整个行业向下竞争:传统会展优势城市会展中心与会议型酒店间的竞争加剧,低线城市,特别是配套成熟、独具特色的城市将得到更多机会。

最后,加速人才结构优化迭代,以跨界人才应对新竞争格局。疫情发生后,会展企业的多元化探索和跨界融合发展渐成趋势,但传统会展企业人才结构与新趋势的适配性

仍有待优化。一方面,“会展+”“大会展”“会展科技”等概念的提出及不断落地实践,增加了会展行业对行业复合型人才,特别是复合型企业管理人员才需求的紧迫性;另一方面,随着“双线会展”的推进,更多新的技术手段在会展行业的应用日趋普遍和成熟,也会对会展项目管理和项目执行提出更高的要求,传统企业只有紧跟行业和技术发展趋势,及时对企业人才结构进行优化迭代,才能在未来竞争中实现持续引领。

(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,转载请开白名单。

联合国为北京2022年冬奥会发行邮票

本报讯 联合国邮政管理局1月14日宣布,为庆祝2022年北京冬奥会的召开,联合国将发行主题为“体育促进和平”的邮票。这是联合国首次为冬奥会发行邮票。

联合国邮政管理局说,这次发行的邮票面值分别为0.58美元、1.30美元、1.10瑞士法郎、2.00瑞士法郎、0.85欧元和1.80欧元,分别展现了冰球运动员、单板滑雪运动员、花样滑冰运动员、雪车运动员、冰壶运动员以及高山滑雪运动员形象。这些邮票由中国插画师阮菲菲绘制。(辛华)

风语筑与百度希壤达成元宇宙生态共建合作伙伴关系

本报讯 1月13日,百度希壤与风语筑、灵感绿洲宣布达成元宇宙生态共建合作伙伴关系。合作双方将携手开发虚拟世界建筑,助力政府、企业和品牌方在元宇宙时代打造专业的3D虚拟场景和数字空间。此外,积极推动数字孪生技术、数字虚拟人技术、虚拟展厅、虚拟展览以及3D数字空间、文博藏品、数字艺术品等数字资产在元宇宙时代的应用。

据悉,百度希壤是百度2021年12月27日在百度AI开发者大会上发布的元宇宙产品,是一个平行于物理世界的沉浸式虚拟空间,也是国内首个跨越虚拟与现实、实现永久续存的多人互动空间。

此次合作,双方将携手在希壤空间的核心区域打造元宇宙文化设施集群,共同推动元宇宙内容生态的可持续发展。(伊宇)

首个碳达峰碳中和能博会拟于9月举办

本报讯 记者近日从2022中国(烟台)碳达峰碳中和能源装备博览会组委会获悉,以“赋能产业新生态 开启未来新征程”为主题的2022中国(烟台)碳达峰碳中和能源装备博览会拟定于9月在山东烟台国际博览中心举办。

首届展会将设立国内展区、国际展区、山东省属展区、室外展区,展览面积逾3万平方米,同期举办2022碳达峰碳中和烟台论坛等系列活动。

2021中国(烟台)碳达峰碳中和能源装备博览会作为全国首个碳达峰碳中和主题的能源行业专业展览,吸引了百余家能源产业链知名企业参展,将全面打通双碳产业链生态链,助推清洁低碳安全高效的现代能源体系建设、山东省能源结构持续优化和烟台清洁能源示范城市建设。(陆劲维)

安徽供销社采平台线下展示中心开馆

本报讯 安徽供销社采平台线下展示中心(芜湖乡村振兴农产品流通帮促中心)1月15日正式开馆。据芜湖市供销社相关负责人介绍,该中心是依托芜湖供销社优选农产品供应链基地,集安徽优质农产品形象展示、销售服务和消费购物等功能为一体的大型综合展馆,是拓展农产品上行特别是脱贫地区农产品销售渠道,也是打造“永不落幕”的农展会,服务乡村产业、助力乡村振兴的功能载体,为全省供销系统的首家示范展馆。

该中心致力于名优产品展示、主播带货选品、乡村文旅推介等6大服务功能,打造立足安徽、面向长三角、辐射全国市场的全省农产品展示展销共享平台。展馆面积为2029平方米,设11个展区,除展示全省20个国家级脱贫县和芜湖市各县市区优质特色农产品外,还汇集部分长三角地区和安徽援疆援藏地区优质特色农产品,入展企业200余家展品近1000种。

安徽供销社采平台线下展示中心倾心打造为农服务升级版,用消费帮促点燃乡村振兴新引擎。平台集农产品品牌推介发布、直播带货和消费帮促采购、对口帮扶支援合作于一体,坚持“消”“销”供需两端发力,线上线下销售,努力打造成为安徽省特色农产品集中展示交易中心、企业集中采购中心、面向人民群众的零售中心。(汤荣汛)