

创新会展·行业篇

# 会展是促进内外贸一体化的重要舞台

■ 本报记者 兰馨

国务院办公厅近日印发《关于促进内外贸一体化发展的意见》(以下简称《意见》)。《意见》提出,利用进博会、广交会、服贸会等具有国际影响力的会展平台,增进国内外市场交流。

多位业界人士在接受《中国贸易报》记者采访时表示,会展活动是促进内外贸一体化的重要舞台。

“作为开放型平台,会展是联结产业链、供应链的重要环节。”中国会展经济研究会常务副会长储祥银表示,中国经过40多年改革开放,已将国内和国际市场紧密联系在一起。在社会再生产过程中,会展是促进国内国际双循环的润滑剂和推动社会再生产有效运行的加速器。

储祥银认为,在构建国内国际双循环新发展格局中,会展发挥着不可或缺的作用。

## 联通内外 链接上下

东浩兰生会展集团股份有限公司(以下简称东浩兰生)总裁陈辉峰表示,近两年,全球经济遭受新冠肺炎疫情冲击,生产、消费两端迫切需要会展平台联通内外、连通上下游产业链。如去年延期举办的中国国际工业博览会预计规模为25万平方米,实际规模超过28万平方米。

由此可见,会展平台对促进贸易具有不可替代的作用。

“跨界合作将成为会展促进内外贸一体化的新趋势。”陈辉峰认为,新质生产力,成为新概念、新技术展示的首选平台。元宇宙、终端带动、碳达峰碳中和等概念要实体化,须结合实体内容来展示。

陈辉峰强调,会展已从传统模式演变为多元化融合举办模式,除在专业展馆举办外,围绕品牌产品衍生的沉浸式展示、体验,以及运用新技术进行跨界合作成为发展趋势。在此背景下,国际知名会展企业已提出其到2025年线上会展收入将占总收入的25%。线上会展已成会展业的新热点和展会企业必争的“新领地”,双线融合会展模式已然形成。

## 创新服务 融合产业

“创新会展服务模式,发挥展会服务内外贸一体化的促进作用。”南京市贸促会会长梁洁向记者介绍,《南京市“十四五”会展业发展规划》(以下简称《规划》)是统筹推进社会经济和会展业高质量发展的一个重要引擎,是会展服务内外贸一体化创新发展的重要举措。

梁洁表示,根据《规划》,南京将

加快贸易类展会专业化、市场化、国际化、品牌化、绿色化、数字化创新发展,构建会展与产业、城市与国内国际双循环融合发展新格局。强化贸易类展会对“一带一路”倡议、长江三角洲区域一体化发展战略、长江经济带发展战略、南京都市圈发展规划的新支撑,积聚会展经济新动能助力现代服务业优化升级。

梁洁表示,为顺应全球数字经济发展趋势,聚焦数字经济促进会展业创新,注重运用高新技术手段打造“云上展厅”,加快形成线上线下融合的展会模式。注重引导参展商与采购商在沟通、营销方面的思维转变,与全球知名的流量平台合作,做好线上营销与流量引导,提升展会人气,打响展会品牌,扩大展会影响,促进展会成交量持续提升。注重产业与会展相融合、培育新消费增长点、优化会展营商环境,推动优质展会服务内外贸一体化创新发展。

## 精准“获客”提升信心

“利用品牌展会进行内外贸一体化的核心引领作用在于‘获客’。”广东会展组展企业协会会长、广州大学中法旅游学院教授、博士刘松萍表示,对于粤港澳大湾区来说,通

过展会搭建国内外贸易推广平台,加快完善产业链与供应链,核心之一是要紧盯RECP,做新形势下区域经济一体化规则的宣传者和推动者。这其中,会展业者应将“10+5”作为一个整体市场来看,打破“1+14”的市场观念,打破区域市场的国家边界藩篱,在知识产权、标准化方面实现突破。同时,会展业者联合“10+5”共同策划举办展会,增加外贸企业开发国际市场和外贸企业拓展国内市场的信心。

中国会展经济研究会副秘书长、广东现代会展管理有限公司副总经理姜准认为,最近十多年来,随着国际分工和国际贸易格局变迁,通过展会平台促进技术升级、产业转型和消费提升作用日益凸显。无论是进博会、广交会、服贸会等国家级展会,还是地方政府主导以及各类办展主体举办的展会,无不体现了这一强大平台功能。比如,商务部和广东省政府主办的中国加工贸易博览会,在推动加工贸易企业率先突围、扩大内需和实现国际国内两个市场进一步融合方面发挥了重要作用。

## 数字贸易 多元生态

杭州会展集团董事长、总经理李健表示,会展已经成为引领国际

开放合作的重要平台,推动城市能级提升的重要抓手,助推产业高质量发展的重要引擎,带动相关产业、优质资源、生产技术、管理经验等在世界范围内传递,成为经济发展的加速器和助推器。

据介绍,首届全球数字贸易博览会(以下简称数贸会)3月24日至27日将在杭州举办。作为目前唯一的一个全球性数字贸易博览会,与会成员将覆盖多个国家和地区,汇聚华为、阿里巴巴、腾讯、亚马逊、松下、惠普、特斯拉等世界500强企业,以及联通、百度、中兴通讯、网易等中国500强企业。

首届数贸会将以“数智贸易 商通全球”为主题,通过构架“一会、一馆、一展、一平台、一系列体验活动”,以及线下搭建特色展区、线上布局可持续开放式的一体化数字平台,打通从招商到引资、生产与消费、商品与服务、线上与线下的各环节,将展示数字内容、数字消费、数字技术、跨境电商、数字物流等数字贸易生态圈。

李健表示,数贸会平台将助力中国企业走出去,促进国内产业市场多元化发展,也将国外先进技术和高质量产品引进来,加快构建国内国际双循环的新发展格局。



山东淄博市公共资源交易网日前发布招标公告,淄博国际会展中心项目3月开工建设。项目占地约507.7亩,总建筑面积234000平方米,主要建设展厅及配套设、7个标准展厅、1个大型展厅。图为项目蓝图。(张烨)

## 法兰克福明年发力全品类“消费品展”

■ 本报记者 兰馨

法兰克福展览集团将对明年春季展览项目作出新的调整。

记者日前从法兰克福展览(上海)有限公司方面了解到,明年2月3日至7日,法兰克福展览集团将首次在法兰克福展览中心同期举办法兰克福国际春季消费品展览会(Ambiente)、法兰克福国际圣诞礼品世界展览会(Christmasworld)、法兰克福DIY手工制作及创意文具展(Creativeworld),借助“消费品展”三

展联动,将其“全球采购板块”进行合并形成联合化,进行国际化宣传。同时,全新的“设计与生活方式”区域平台将于明年下半年在法兰克福举行。

据法兰克福方面介绍,全球消费品行业处于转型阶段,原有发展模式已不适合发展需求。疫情客观加速了全球产业结构重整,使消费者改变生活态度、方式和消费行为。法兰克福展览集团董事会成员白德磊表示,根据本土及全球市场

需求建立创新的“消费品展”模式,将为参展商提供更有利于当前新趋势的发展平台。在全新概念下,先以法兰克福为据点,为消费品行业创建新的行业发展平台。

“此次全新布局将让法兰克福展览集团成为全球消费品行业的一站式采购平台。”法兰克福展览集团消费品展副总裁Philipp Ferger表示,上述三展会将提升该集团作为国际贸易枢纽的重要性。



## 北京冬奥会闪耀科技之光

■ 本报记者 谢雷鸣 胡心媛

北京冬奥会充满创新活力,闪耀着科技之光。

如何在办好赛事的同时做好疫情防控,成为北京冬奥会的重中之重。科技在其中发挥了作用。

坎德拉(深圳)智能科技有限公司是冬奥会、残奥会场馆之一的国家体育馆独家供应商。记者日前从该公司了解到,坎德拉智能科技旗下多系列机器人凭借分体式设计、一机多用等技术,为场馆提供地面清洁、垃圾转运、空气消毒、物品配送等服务,减少人员接触,保障场馆环境安全。

该公司相关负责人介绍说,为实现智能化,该公司前期投入大量人力、物力,研发团队做了各种调试、优化。分体式设计之所以脱颖而出,离不开其设计核心。一台机器人搭载不同功能箱体或箱体可以实现多种功能,“机机交互”也更智能,可使机器人效率最大化。机器人与功能箱体直接装卸看似简单,毫米级的“机箱”对接、导航算法、调度最优方案却十分复杂,一整套完善的解决方案是坎德拉科技研发团队深耕多年的技术成果。

威海科尼利环保科技有限公司也为北京冬奥会提供了科技含量颇高的产品。

该公司生产的干式生物厕所亮相张家口赛区的高山滑雪赛场。它利用了源分离技术、空气动力学技术、生物技术和微生物技术,清洁无需水、无需电、无任何异味,不需要水管网和排污管网。

威海科尼利环保科技有限公司董事长刘金波告诉记者,雪山上高寒、缺水、坡度大,他们针对这样的场景和条件定制生产了11台生态公厕,派出专业人员在赛事场地做好全程保障工作。

还在北京冬奥会筹备期间,该公司就为冬奥场馆建设现场提供了4台干式生物厕所。在赛事举办前一周,刘金波收到北京冬奥组委会发来的紧急订单。

“我们这次为冬奥会提供保障的第一批产品1月30日才出货。2月1日,我们的专职保障人员还在现场开展保障工作。在开幕式当天,我们又接到组委会电话,临时追加两台。”刘金波说,公司全力为冬奥会提供保障。

## 会展大咖说

# 会展企业如何用好微信生态下的营销链路

■ 周景龙

产品直接进行链接,实现企业产品的实时询价和交易洽谈。

视频号流量作为微信中最重要的流量,有着不可估量的发展前景。而“视频号+小程序”的玩法相结合,更是有助于会展主办方、会展企业打造社群、引流到转化的营销链路,成为会展活动品牌推广的新模式。

其次,利用好小程序连接现场和服务定位,实现会展项目线上线下的融合。小程序从2017年发布以来,功能不断增强。笔者认为,会展小程序是性价比最高的数字会展形式,可以将每一个使用微信的商务人士连接起来。鉴于小程序的开放性,会展项目的相关信息可以用图文、视频、直播、VR/AR等形式发布在小程序上。目前,越来越多的会展项目通过小程序进行推广。但多数会展小程序尚未体现小程序在微信生态上的独特优势。小程序最主要的功能是连接线下场景和提供服务,因此对会展这种业态更为适用,能够实现展前、展中、展后的线上营销以及展会现场的场景打通,实现线上线下融合。鉴于此,只有在小程序上着重的场景社交、签到、支付、互动的快交互场景的产品设计,才能更好地发挥小程序的价值。

再次,利用微信生态的营销链路的丰富性,实现引流最大化。微信生态最大的优势在于社交化。据《2021年上半年小程序互联网发展白皮书》数据显示,2021年上半年,全网小程序数量超过700万。其中,微信小程序日活跃用户数量(DAU)超过4.1亿,数量超过430万,生活服务、视频、网络购物成为主要场景。预计全年交易成交金额(GMV)近3万亿元。未来三年,小程序和视频号的战略将促进微信电商成交金额飞速提升,整体有望突破5万亿元。

最后,利用好企业微信实现组织之间的高效协同。产业数字化最大难点是数字化组织重构。如何通过组织创新加强团队之间的协同,从而实现业绩的快速增长?企业微信是一款企业的连接器,能够帮助会展进行组织重构,并通过连接创造更多价值。企业微信可以通过连接消费者的能力帮助企业缩短与消费者之间的距离。作为内部办公系统,可以帮助企业连接组织内部,提升生产效率。此外,企业微信联合腾讯文档、腾讯会议团队推出了全新文档协作等一整套效率协作功能,有利于多人的协作。功能和功能之间还可以相互调用、相互嵌套,

既可以提升内部协作的效率,也可以实现跨企业跨组织的协同。未来,产业互联网与其消费互联网将呈现一种融合趋势。

与此同时,还须用好微信生态的开放性与企业专享的客户和业务管理系统联通。企业微信是一个开放生态,既可以连接微信生态的各个产品,还可以连接其企业内部的各管理系统。一直以来,笔者围绕会展数字化营销方式进行完善和实践,并形成了微信生态下的开放互通的管理营销模式,并建立了“会展管家”数字化平台。通过“会展管家”的会展数字化平台,将传统会展项目现场的人流量转化成会展系统数据的私域流量。疫情后,粗放式会展模式遭遇巨大瓶颈,也就是说,会展主办方、会展企业以及参展商亟需利用微信生态体系中的互通功能实现更多元化、精准化营销及运营,实现会展数字化的转型升级。

科技是一种能力,数字能力只有与社会力量结合在一起,才可能创造持续的社会价值。

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。

## 深圳延长会展业资金扶持网上申报时间

本报讯 记者日前从深圳宝安区工信局获悉,因实际工作需要,延长2022年会展业资金扶持项目申报时间,原定网上申报截止时间2月9日延长至2月23日,原定纸质材料提交截止时间2月11日延长至2月25日。

今年1月19日,深圳宝安区工信局启动2022年会展业资金扶持项目申报。2022年宝安区会展业资金扶持项目分4大类,即展览项目补贴、品牌认证奖励、会展园区奖励、交通配套补贴。

展览项目补贴分大型展览项目补贴和专业展览项目补贴,对在宝安区举办、单日展览面积10万平方米以上的展览活动,对超出10万平方米的展览面积,按每平方米5元标准给予综合补贴,单项目补贴金额不超过200万元,补贴总计不超过3届;对在宝安区举办、日均参观人数在1万人以上的各行业专业展览,按总参观人数每人5元标准给予综合补贴,单项目补贴金额不超过50万元,补贴总计不超过3届。

品牌认证奖励为:自2021年1月1日至2021年12月31日,在宝安举办并首次获得深圳市会展主管部门认定的品牌展会,给予承办执行方50万元的一次性配套奖励;对注册在宝安的会展类企业,自2021年1月1日后,首次获得国际展览业协会(UFI)或国际大会与会议协会(ICCA)认证的,给予50万元的一次性奖励。

会展园区奖励为:对总建筑面积1万平方米以上、入驻会展类企业10家以上,且入驻会展类企业年营业收入总和达到1亿元的会展园区,给予园区运营方100万元的一次性奖励;符合上述条件园区第二年入驻会展类企业年营业收入总和较上一年度同比增长15%以上的,给予园区运营方50万元的管理奖励。

交通配套补贴为:对经宝安区科技与产业发展专项资金领导小组同意,在重点展会期间提供交通专线、微循环交通服务的企业,按其实际投入费用的50%,给予最高100万元的交通补贴。

根据《宝安区会展业资金扶持实施细则》(深宝规〔2019〕17号)及其配套操作规程,本次项目申报采取网上申报方式,申请人登录系统并填报项目申报所需材料;网上申报预审通过的企业再提交纸质材料,由各街道政务服务大厅综合窗口接收纸质材料并做形式审查。(郑希元)

## 会展传真

### 哈尔滨呼兰区 争取申办各类展会

本报讯 记者近日从哈尔滨市呼兰区了解到,呼兰区将创新旅游宣传促销机制,实行区域联动、行业联合、企业联手,高端策划,大范围宣传推介,精心设计、举办呼兰河口湿地音乐节、秧歌舞大赛、呼兰区非物质文化遗产展示周等,有影响力的旅游文化节庆活动,主动争取申办各类展会、体育赛事等,借势造势,在全国范围内提升呼兰旅游的知名度,吸引客商投资开发,吸引客人观光旅游,切实把特色做优、品牌做强、产业做大。

据悉,呼兰区争取引进国内品牌连锁酒店,新建一批乡村特色民宿等旅游住宿设施;大力发展本土特色餐饮业,鼓励发掘、创新本土传统民间小吃和风味美食,建设特色餐饮街区,开发地方特色农副产品、手工艺品,提升旅游产业附加值。(何进)

### 西藏脱贫纪念馆 年销售额超205万元

本报讯 西藏自治区脱贫纪念馆位于西藏自治中心2号馆,去年5月开馆运营,馆内设置了西藏产品展示展销区,全年对外开放。统计数据显示,脱贫纪念馆自开馆以来,西藏自治区7市(地)洽谈入驻255家企业、2553个产品,年销售额达205.35万元。

西藏自治区乡村振兴局相关负责人表示,脱贫纪念馆的开馆,形象地展示了西藏脱贫攻坚宏伟篇章和全面推进乡村振兴战略、建设幸福家园的美好蓝图,也为巩固西藏脱贫攻坚成果起到了积极作用,可在5年过渡期内促进全区产业发展,拓展西藏产品销售渠道,持续稳定增加脱贫群众收入。(晓勇)



作者简介  
道同共创(北京)科技有限公司  
CEO兼创始人  
会展从业近30年,中国服装协会  
等多家机构数字化转型顾问  
上海对外经贸大学等多家院校客座  
教授  
致力于产业数字化和产业会展的融合,推动新会展模式创新

近两年来,微信生态推出多项功能并频繁升级。特别是在2022年1月,腾讯公开课Pro以及企业微信新产品发布会上提到的各项功能升级。随着微信生态升级,极大地赋能传统会展行业提质增效高质量发展,——大到制造业,小到一个实体商家。如此,微信在“数实融合”中发挥着怎样的作用?与会展营销活动有着怎样的关联?笔者认为,会展主办方、会展企业可从四个方面依托微信生态快速完善数字化体系建设。

首先,利用好微信生态最新的各产品的互联互通功能,提高营销效率以及提升业务转换。微信生态

体系的互通功能,是微信数字化生态所呈现最新的特点和优势,六大微信生态产品(小程序、微信支付、企业微信、搜一搜、小游戏和视频号)提供了低成本数字化解决方案,降低了连接成本,各平台都有各自的优势和特性,无论从哪一个入口进入都可以连接到其他产品,获得展示和互动功能,这样可实现会展项目的高效连接、传播和转化,完善企业客户服务的体验和流程。如通过“视频号+小程序”组合形成一些新的玩法,随时发起的视频号直播实现了与观众、参展企业的实时交流互动。视频号还可以连接公众号文章以及企业微信客服。还可以将