

创新会展·项目篇

第二届消博会持续发力对接全球资源

■ 本报记者 兰馨 胡心媛

第二届中国国际消费品博览会(以下简称消博会)将于4月12日至16日在海南海口举办。本届消博会以“共享开放机遇,共创美好生活”为主题,由商务部和海南省政府主办、商务部外贸发展局和海南国际经济发展局承办,法国将担任主宾国。记者了解到,展会招展工作目前已基本结束,规模比首届扩大了2万平方米。海南国际经济发展局局长韩圣健日前在接受媒体采访时表示,与首届消博会相比,第二届消博会更加聚焦全球消费精品和首发首秀新品,力争打造成为“推动高水平对外开放、促进内外市场相通、畅通国内国际双循环、促进消费升级和消费回流、引领全球消费时尚的重要平台”。

展览规模扩大

第二届消博会展览面积从首届消博会的8万平方米扩至10万平方米,新增面积全部用于国际展区。主宾国法国参展总面积2500平方米。RCEP成员国中,日本品牌参展面积从首届的2000平方米增至

3000平方米,东盟国家积极组团参展,新加坡将首次以国家馆方式亮相,泰国、印度尼西亚、马来西亚、越南等国家将展示燕窝等优质特色产品。澳大利亚品牌参展面积超过600平方米。

全球头部品牌都扩大了参展面积:法国欧莱雅集团参展面积由首届的500平方米增至625平方米,瑞士历峰集团参展面积由300平方米增至600平方米,瑞表集团参展面积由300平方米增至500平方米。

本届消博会新增部分细分行业的全球头部品牌:香化行业有美国雅诗兰黛和日本高丝、箱包行业有美国途明、保健品行业有澳大利亚纽新宝、海钓行业有日本达亿瓦、珠宝行业有香港谢瑞麟、清洁家电行业有德国卡赫、家居行业有瑞典海丝腾、主题公园行业有日本Hello Kitty。

新品首发首秀是本届消博会的一大重头戏,现场将举办多类新品发布活动,争取实现更多全球首发首秀,逐步将海南变成消费时尚展

示引领地。许多第二次参展的头部品牌也将继续发力,在消博会这一平台上深化品牌影响力。

国内展区增设国货精品展区,为国内消费精品提供单独展示的平台。片仔癀、科大讯飞、五粮液、暴龙眼镜、华熙生物、国瓷永丰源等独立品牌及华夏风物集合展示的数百个品牌将特别亮相。

企业跃跃欲试

安永(中国)企业咨询有限公司参展了首届消博会,期间还与海南国际经济发展局签约,确定参展第二届消博会。

记者从安永了解到,首届消博会上,安永携《2021海南自由贸易港投资指南》《安永服务海南自贸港建设特别报告》和消费品行业洞察等“智慧产品”重装亮相,与相关人士就海南自贸港发展、国际旅游消费中心建设、消费趋势、零售行业转型升级等话题展开讨论。

安永华南区主管合伙人黄寅透露,安永2018年5月设立海南分支

机构以来,持续升级在海南的资源、服务和人才部署,在一系列自贸港建设重点领域协助落地项目达上百个。安永对海南的发展充满信心,未来继续扎根海南,加大资源和人才投入,升级服务能级。

“今年,我们的规模会更大,内容涉及层面更加丰富。”安永相关负责人告诉记者,内容主要覆盖四个大方向:一是绿色可持续发展(ESG、绿色金融),二是消费新趋势(旅行购物、零售数字智能化等),三是数智赋能(数字化营销、元宇宙等),四是高水平的自贸港(安永自贸港报告、与海南当地合作的一些报告)。

与安永一样,很多企业和机构期待在消博会上一展身手。欧莱雅北亚区总裁兼中国首席执行官费博瑞表示,希望通过参加第二届消博会,在海南自由贸易港结识各行各业的伙伴,共享中国新机遇,为深化中法经贸合作贡献力量。

海南积极筹备

为了迎接参展商、采购商和观

众的到来,海南方面正在积极做好各项筹备工作。在2月21日的2022年中国国际消费品博览会倒计时50天专题部署会上,海南省省长冯飞表示,认真总结借鉴首届消博会的举办经验,在“市场化、国际化、专业化、信息化”方面下功夫,确保效果、注重效率、讲求效益,使消博会一届更比一届好。

会议为做好第二届消博会各项筹备工作提出了措施。会议提出,要持续抓好常态化疫情防控工作,细化完善各项方案预案;要加强新闻宣传力度,提升展会知晓度和影响力,全力做好采购商的组织引导,增强参展商参展积极性;要完善餐饮、住宿、交通等配套服务,扎实做好接待保障工;要坚持“精品路线”定位,聚焦全球消费精品和首发首秀新品,发挥展示引领作用;高质量开展海南馆筹备工作,突出特色亮点,展现海南良好形象;坚持市场化办会,积极开展招商引资活动,扩大展会溢出效应。

ICCA年会首次选址波兰克拉科夫

■ 本报记者 兰馨

国际大会与会议协会年会(ICCA)近日宣布,第61届国际大会与会议协会年会(61st ICCA Congress)将于11月13日至16日在波兰克拉科夫ICE会议中心举行。

“2022年将是波兰会议行业高光时刻。”波兰国家旅游局主席Rafa Szlachta表示,波兰旅游局(DMC)下辖的波兰会议协会今年迎来成立20周年和加入ICCA20周年。国际大会与会议年会的举办,将给波兰带来展示旅游和商业基础设施的机会。相信该活动将成为博览推广会议活动的平台,也有助于波兰会议业在后疫情时代重建会议市场。

据介绍,波兰拥有发展会展行业的良好环境。波兰有高标准酒店及多个会议和展览场地,并有良好的交通设施及各类专业会议组织机构。DMC和波兰会议局对落地波兰的会议活动也给予支持,确保会议活动顺利举办。

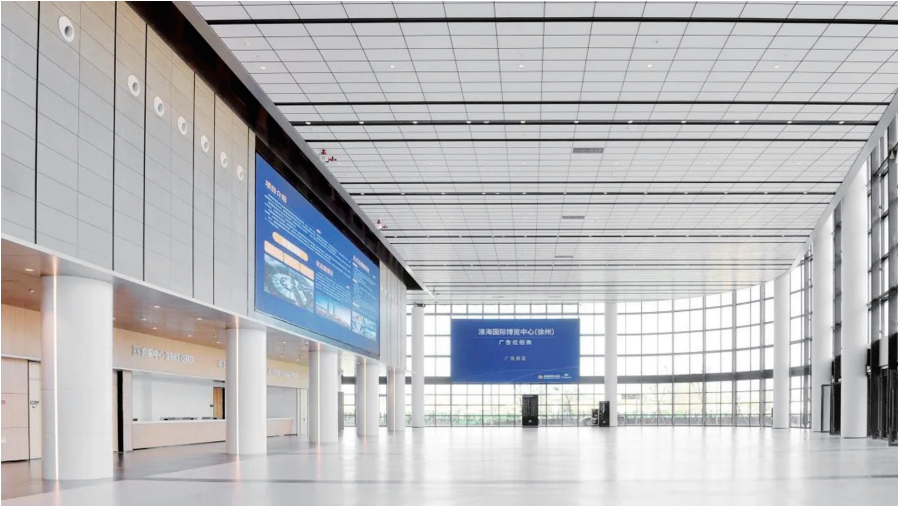
在ICCA发布的2020ICCA国家排名中,波兰排名全球第19位,是中东欧地区唯一进入榜单前20名的国家。克拉科夫市此次赢得ICCA大会主办权,将极大促进该市及波兰商务旅游业

的发展。

据介绍,克拉科夫会展业发展分为两个阶段:第一阶段是2014年,当地建了三个大型设施(克拉科夫ICE会议中心、克拉科夫金牛竞技场和克拉科夫会展中心);第二阶段是2020年,当地制定了《克拉科夫2021-2028年可持续发展政策》,内容涉及发展现代的可持续的旅游经济模式,特别是通过举办大会和会议建立城市的质感和声誉。通过组织ICCA大会,克拉科夫展示了使会议产业成为可持续旅游发展支柱之一的雄心壮志,也成为疫后城市重建的关键手段之一。

克拉科夫会议中心运营者Izabela Baszczyk表示,希望通过举办ICCA年会促进克拉科夫商务旅游的发展,也吸引更多全球大型重要活动组织者的目光。

克拉科夫市长Jacek Machrowski强调说,ICCA年会是国际会议行业最重要的活动之一,每年有约1000名具有国际会议和大会组织经验的专家参会,涵盖目的地、会议设施、PCO公司和协会的代表。此次ICCA年会首次在波兰举办,表明波兰会奖行业已经成熟。



绿地会展徐州淮海国际博览中心近日迎来多家展会组织方对展厅等硬件设施进行考察。淮海国际博览中心规划总建筑面积约67.41万方,室内展览面积28.6万平方米,室外展览面积10万平方米,是集展览、会议、餐饮、住宿、文娱等多种功能于一体的国际综合型会展中心。(赵洲)

北京国际会议目的地竞争力全球排名第四

■ 本报记者 毛雯

全球会议行业咨询公司GainingEdge近日发布的第四次《2021年度国际会议目的地竞争力指数》报告显示,北京从全球第7位跃升至第4位,位居亚洲第2位。

GainingEdge分析与研究(GEAR)负责人Milos Milovanovic表示,统计目的地竞争力指数的主要目的是开发用于目的地比较的方法和量化工具,促进会议行业组织者加快在新冠肺炎疫情后的恢复。

2021年度《指数》报告的重点是提供市场分析,帮助业界确定可以更快恢复的策略和活动。希望指

数可以促进会议行业和政策制定者之间的对话。2021年度《指数》报告继续使用两种基准测试方法,即目的地业务水平的“公平份额”分析和“比率分析”,帮助目的地了解当前的竞争关系。《指数》报告着眼于疫情对去年及未来几年的影响。

2021年度《指数》报告显示,与2020年相同,2021年竞争力排名中,巴黎位居榜首,新加坡夺得亚太冠军,纽约在美洲领先。

2021年度《指数》报告选出了六个城市,北京成为亮点之一。据了解,北京会议市场的快速复苏、不断

增长的竞争力以及在可用智力资本方面位居全球前5名。根据GEAR关于智力资本的其他研究表明,北京未来几年有进一步改进的潜力。

2021年度《指数》报告显示,自2017年以来,伊斯坦布尔表现出强劲复苏的势头,尽管受疫情影响有所放缓,复苏势头仍将持续。布达佩斯此次位列2021年ICCA排名前30名,在该指数中排名第61位,在欧洲排名第29位。尽管会议人数有所下降,布达佩斯仍具有发展潜力。以拥有休闲市场而闻名的佛罗伦萨,ICCA排名第88位,增长潜力巨大。

会展大咖说

数字会展面临的三大趋势和三大挑战

■ 万涛



作者简介
31会议CEO、首席客服、联合创始人
会展产业数字化推动者
AMT咨询联合创始人
西安交通大学计算机系本科毕业、中欧国际工商学院EMBA

新冠肺炎疫情给会展业带来诸多不确定性,也对会展数字化提出了更高要求。无论怎样,可以确定的是,会展作为经贸发展不可或缺的重要舞台不会被替代。当下,会展业需面对外部环境、客户,以及在供应各方力量驱动下进行数字化创新,做到应需而变。也因此,会展线上化被寄予厚望,再加上元宇宙的加持,令数字会展又多了一层耀眼的光环。

鉴于此,笔者就会展数字化面临的三个趋势以及数字会展新征程的三个挑战进行了思考,在此与业界探讨。

先看数字会展的三个发展趋势。

首先,呈现越来越多的线上会议和展览。与疫情前不同,越来越多的线上展览和线上会议呈现碎片

化、分众化,参与者很难被“留住”。这暴露了线上活动的一个短板,即一个线上活动越来越难以保持关注度和注意力。举办线上展会的成本高于线上会议,且运营难度更大一些。但与疫情前相比,仍有几个数量级的数字会展出现增长势头。这表明,线上会展当前还是一个普遍意义上的线上举行方式,除体育赛事需现场参与外,演唱会等也完全可以在线举行。

其次,越来越多的人参与线上会议和展览,和前述现象是互相形成的正反馈。其原因在于参与的成本在大幅度降低,参与方式越来越便捷。大部分群体参与更多的是线上会议和展览,包括对于不愿意出门的群体来说,通过线上参加会议和展览更方

便。从另一方面来看,由于疫情防控的需要,线下会议和展览被迫中断,对那些急需参加线下展会的群体来说,线上也提供了一个替代手段。这些群体一旦适应线上,加之疫情持续等原因,就会习惯线上会展的新方式。更不用说,无论是手机App还是H5和小程序的体验改善,参与者的体验会变得越来越好。

最后,举办一个线上会议和展览需要用到越来越多的会展工具,技术更加复杂也更加重要。技术平台已经替代了线下场地,变成了新“会场”。这个新“会场”是一堆工具的组合,需要注册,随之而来的是线上展览展示、线上会议、在线洽谈室、直播推流等一堆新技术手段,交付一场线上会议和展览流程变得复杂了。用户穿行在不同的技术之间,如何保持简洁和一致的体验,是一个非常大的挑战。

再看数字会展的几个隐忧。

第一,数字会展收入指标。从初期到今天,数字会展的成本随着供应侧技术迭代而变化,很多主办方已经没有太大的成本压力。但现阶段,会展企业通过数字化模式获得规模化收入还比较少见,清晰的商业模式和收入变现也不多。这反映出数字化驱动会展新商业模式并未完全独立。出现“线上展没效果”“还是要回到线下”“数字化本质

上是服务线下”等观点,给人一种错觉:回到疫情前的2019年就万事大吉了。但也应该看到,数字化能力强的会展主办方已经可以从1500人的数据包邀约到300人线上到场率,并通过持续复制此种模式充分利用每一分数据潜力,并通过常年运营获取了可观的收入。

第二,数字会展运营模式的挑战。数字会展并不完全是疫情客观催生的,而是客户需求在驱动变革。客户需要会展组织方在疫情常态化下的贸易配对交流。有业界人士评论说,线上会展可以做到一对一,也可以做到一对多和多对一,但还未看到线上如何像线下一样实现多对多。该评论的核心命题是,如何完成线上对线下模式的“孪生”和超越。这可以说是数字会展运营的首要命题,是驱动数字会展收入的主要机制。笔者认为,从几个方向着手或许可以提供一些帮助:一是正视觉上常态化,即线上交流场景,无论是一对一还是多对多,都可以在线上完成;二是提高线上匹配活动频次,如果线下办一场大型会议或者展会是一年一度的举办周期,理论上同等周期内线上可以办多次,因为线上的会场就是服务器和带宽的租赁费用,与场馆的租金比起来微不足道;三是画像能力驱动下更加精准的匹配和邀约,线上的

群体容易来也容易走。一旦不满意,产生不良口碑传播,就会产生非常大的负面效果。因此,会展组织方需要具有专业的数字化技术支持更精准匹配和洽谈,既避免骚扰其他群体,也普遍提高了满意度,真正让客户获得精准的个性化服务。

第三,数字会展复合团队的欠缺。上述数字会展收入和运营模式看起来容易理解,操作也不是很困难,但需要看到一个严峻的事实:随着疫情的持续,会展行业的人才在流失,而因疫情受损的现金流又难以提供更高的薪酬吸纳行业需要的关键人才,这令会展业处于一个两难境地。头部的主办方整体上具备转型的可能,更大的挑战是是否具有这样的决心来进行升级。一旦进行升级,就需要经历学习曲线前期的爬坡:吸引人才、新旧团队磨合,运营和商业模式打磨和调优等,这是一个持续的过程,有赖于一支复合的具有极强的学习、开放和挑战精神的团队。

可以说,数字会展正走在新模式“成人礼”的路上。2022年,是数字会展成熟的转折之年,也是开启新征程的关键之年。

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。

会展传真

数贸会首场论坛在杭州举行

本报讯 首届全球数字贸易博览会之江数字贸易论坛的首场活动——数字贸易赋能共同富裕发展论坛日前在杭州举办。论坛由浙江省商务厅主办、浙江省商务研究院承办。

有关负责人表示,为发挥数字贸易对共同富裕示范区建设的支撑作用,推动浙江经济高质量发展,将从三个方面切入:一是坚持以数字化改革为引领,推动数字贸易质效升级,为共同富裕夯实物质基础;二是坚定不移打造全球数字贸易中心,提升平台引领效能,共享共同富裕的红利;三是着力畅通区域经济循环,助力缩小城乡区域差距,提高共同富裕的水平。

过去一年,浙江省商务厅围绕加快山区26县开放平台建设、自贸试验区发展、推动贸易高质量发展、加快数字贸易发展、实施数字生活新服务、内外贸一体化改革、中国-中东欧国家经贸合作示范区、县域和乡村商业体系建设等重点领域,系统推进商务领域高质量发展建设共同富裕示范区。

首届全球数字贸易博览会将于3月23日至27日在杭州国际博览中心举行。(李航)

北京严控举办全国性会议、培训

本报讯 北京市委宣传部副部长、市政府新闻办主任、市政府新闻发言人徐和建2月22日在新闻发布会上表示,北京市继续严格执行进返京政策和常态化疫情防控措施。严格控制各类社会机构在北京举办全国性会议、培训等活动,建议采用视频形式远程参加。

经首都严格进京管理联防联控协调机制研究决定,自2月21日起,天津方向通勤人员首次进返京需持48小时内核酸检测阴性证明,此后每次进返京持14日内核酸检测阴性证明即可。其他非通勤人员每次进返京仍需持48小时内核酸检测阴性证明,抵京后72小时内需进行一次核酸检测。(宗赫)

智奥会展中国获聘常务副主任单位

本报讯 2月22日,在中国移动通信联合会元宇宙产业委第一届第一次全体委员会议暨第二届元宇宙产业论坛期间,法国智奥会展集团中国区总部获选成为元宇宙产业委会会展活动和体育赛事领域的唯一常务副主任委员单位。

据悉,法国智奥会展集团已建立了智奥会展元宇宙实验室,探索“元宇宙+会展”新形态、新产品、新技术、新场景,服务中国市场,服务机构及企业客户,并致力于成为元宇宙技术在会展活动及体育赛事领域应用的首选合作伙伴。

中国移动通信联合会元宇宙产业委员会是国内首家获批的元宇宙行业协会,直属中国移动通信联合会,是负责推动元宇宙产业健康与可持续发展的聚合平台。(胡雯闻)

济南恢复举办展会活动

本报讯 济南市商务局2月17日发布《关于恢复举办展会活动相关工作的函》。

文件提到,济南市商务局近日向济南市委统筹疫情防控和经济运行工作领导小组(指挥部)报送了《关于恢复举办展会活动的请示》,根据该领导小组(指挥部)疫情防治与专家组建议,即日起启动展会活动审批程序,确保自3月15日起全市各类会展活动安全举办。

据悉,按照济南市2022年工作动员会“用好展会力量”的工作部署,为充分发挥济南市展会活动的经济拉动效应,济南市商务局已经制定了2022年全市展会计划,山东国际会展中心、济南黄河国际会展中心等会展场馆已经拟开展会举办档期。(卢楠)