

创新会展·区域篇

会展传真

第五届进博会举办“云招展”
东南非线上推介会

本报讯 中国国际进口博览会日前举办第五届中国国际进口博览会东南非线上推介会,近70家东南非企业参与线上会。

食品及农产品展区和消费品展区受到东南非企业广泛关注。据悉,共有31个非洲国家参展第四届进博会,展览面积达2500平方米。其中,南非、赞比亚、尼日利亚、肯尼亚展览面积较大。南非的芦荟胶和红酒、赞比亚的蜂蜜、尼日利亚的香料、肯尼亚的木雕等深受中国消费者喜爱。

2021年,我国自肯尼亚进口贸易额较前年增长50.5%。肯尼亚政府对进博会高度重视,第四届进博会参展企业数量超过前三届总和。

目前,中国已成为莫桑比克主要投资来源国和贸易伙伴之一,双方经贸合作潜力巨大。首届进博会以来,在中莫两国政府的大力支持下,莫桑比克企业希望借助进博会平台进入中国市场。

(尚婧雅)

2022消博会组委会
全体会议在线举行

本报讯 2022年中国国际消费品博览会组委会全体会议日前在线上举行。会议强调,2022消博会将把疫情防控贯穿到筹备和举办全过程、各环节,以创新方式提高消博会综合效益。

据有关方面负责人介绍,将进一步强化“三效四化”办展理念,聚焦全球消费精品和首发首秀新品,进一步优化筹备机制,提升服务水平,提高展会成效,做好疫情防控。

(南海晨)

四川严控大型会展活动

本报讯 四川泸州、成都近日相继发生本土疫情,为有效控制和降低疫情传播风险,四川省疾控中心官方微信发布相关提示称,在疫情处置期间,公众要绷紧疫情防控这根弦,积极配合落实社区的管控措施,做好核酸检测,确保“应检尽检”。

四川要求,各类公共场所严格落实体温检测、扫码亮码、戴口罩、通风消毒等防控措施,加强人流引导,避免人员聚集;城市公共交通、出租车、网约车应严格落实防控措施,司乘人员做好个人防护;景区景点、餐饮单位、室内公共场所、密闭场所落实限量、预约、错峰要求。从严管控大型会议、活动、论坛、培训、演出、展销等聚集性活动。

(杨关荣)

香港国际影视展
将推出线上版

本报讯(记者 兰馨)记者日前从香港贸易发展局获悉,第26届香港国际影视展览会(FILMART Online)将于3月14日至17日通过线上展览及网上商贸配对平台举行。作为亚洲首要影视娱乐内容交易平台,本届影展展将制作公司、投资者及买家展示一系列涵盖影视、串流、移动平台等行业内容。

据悉,此次参展的内娱影视公司规模比去年增长近70%,预计今年有超过240家公司参与,共13个地区展馆,已确认参展的影视公司包括中国国际电视总公司、爱奇艺、优酷、B站、腾讯、浙江华策影视、东阳正午阳光影视、北京艺鼎传奇、上海耀客传媒、华强方特(深圳)动漫、午夜失焦(杭州)文化传播、杭州九梓传媒、完美世界影视、横店影视等。

除中国电影联合展台外,多个省市将组织展团参展,包括北京、上海、重庆、广东、浙江、江苏、杭州、宁波、长沙、厦门。

上半年广州深圳会展变动多

■ 本报记者 兰馨

深圳市招华国际会展运营有限公司2月21日发布通告称,深圳国际会展中心部分区域将临时作为宝安区跨境货物运输一级接驳点,征用期预计1个月。

2月18日,2022深圳时尚家居设计周暨37届深圳国际家具展(以下简称深圳家具展)组委会发布公告,为配合深圳市政府及深圳国际会展中心支援香港防疫,同时为保障展会卫生安全、展会交易效果,将原定3月17日至21日举办的深圳家具展延期至5月15日至18日举办。

广州会展多延展

据了解,今年春季的展览黄金期,大湾区除深圳家具展延期举办外,第47届国际名家具(东莞)展览会(以下简称东莞名家具展)组委会

2月28日发布公告称,根据当前疫情形势和东莞市政府对疫情防控要求,为保障参会人员安全和健康,同时保障展会效果,经研究决定,将原计划于3月15日至19日举办的东莞名家具展延期举办。

目前看来,只有第49届中国(广州)国际家具展览会(以下简称广州家具展)仍按原定方案,分两期(3月18日至21日、3月28日至31日)在中国进出口商品交易会展馆举办。

“广州家具展将是今年大湾区唯一如期举办的家具展。”据知情人士介绍,为确保展会安全,广州家具展举办期间,参展商持有24小时核酸进入展馆。根据防疫规定,高风险区未报名参展的企业、观众将允许进入展会现场。

2月28日,2022年广州国际专

业照明、音响展览会在广州进出口商品交易会展馆闭幕。

深圳4月展会未有变化

据悉,4月的展会尚未受到影响。“目前,展会按照原定4月档期进行筹备。”2022中国(深圳)国际电商产业博览会(以下简称电商产业展)主办方之一的中国贸促会商业行业委员会秘书长姚敬表示,电商产业展将于4月19日至21日在深圳国际会展中心举办。

据介绍,电商产业展原定2021年12月在深圳国际会展中心举办,受疫情影响,延期至今年4月举办。该展会旨在通过整合出口类型工厂、品牌商家、电商平台、周边服务商等群体,促进外贸出口线上化转型升级。

姚敬表示,电商产业展组委

会将按照疫情防控标准确保展会安全。

4月或迎复展密集期

“4月至6月或4月至8月,可能是会展的空窗期。”广东会展展业协会会长,广州大学中法旅游学院教授、博士刘松萍表示,今年开年以来,先有北京冬奥会举办,后有亚运会、亚运会,这些活动具有极大影响力,专业展组委会会选择上述大型活动之间空窗期的合适档期举办。

不可否认,疫情是导致展会能否如期举办的最大不确定因素。需要指出的是,今年开年以来,广州举办展会较多。根据广州展会档期计划,广州2月至3月举办的展会有27个。

中国会展经济研究会副秘书

深圳建设国际会展之都步伐加快

■ 本报记者 胡心媛

深圳建设国际会展之都的步伐进一步加快。深圳市商务局官网日前发布《深圳市关于建设国际会展之都的若干措施》(以下简称《若干措施》),首次提出培育“三大会展集聚区”,旨在将深圳建成服务湾区、闻名世界的国际会展之都。

深圳市商务局局长张非梦表示,出台若干措施是构建深圳市商贸发展政策支撑体系“1+1+9”的重要组成部分,也是推动深圳市会展业高质量发展的重要抓手。

张非梦说,进入“十四五”以来,深圳迎来了“双区”驱动、“双区”叠加和“双改”示范重大历史机遇。深圳市第七次党代会报告提出,鼓励支持展览业市场化发展,增强高交会、文博会、慈展会、全球招商大会、人才交流大会等国际影响力。为抓住用好这一历史机遇,推动会展业高质量发展,加快建设国际会展之都,为建设国际商贸中心城市提供有力支撑,深圳市商务局出台《若干措施》。

记者了解到,措施共5部分,合计15条,全方位培育会展业各市场要素,坚持深化会展业市场化改革。其中,“建设国际一流会展业发展空间”包括高标准建设会展基础设施和高质量培育三大会展集聚区等2条措施;“打造国际知名的会展业发展高地”包括汇聚国内外高端会议展览、培育一批高水平专业展会、推进展会高质量品牌化发展、培育国际一流的会展领军企业、鼓励会展业创新发展、创建绿色会展引领区和支撑会展业国际化发展等7条措施;“厚植会展业发展环境”包括优化会展业顶层设计、深化展馆展会市场化改革、构建多元公共服务体系和筑牢会展业人才支

撑等4条措施;“强化会展业发展保障”包括健全会展业发展促进体系和建立健全会展业统计体系等2条措施。

记者注意到,措施鼓励品牌展会走出去,打造2至3家具有国际竞争力的会展领军企业;以构建会展业全产业链服务体系为目标,支持骨干企业通过并购重组等方式组建具有国际竞争力的大型会展集团;发挥前海专业服务机构集聚效应,大力引进国际知名会展企业总部,境内外专业组展机构及其上下游配套企业落户。

为充分发挥会展业“经济助推器”的作用,《若干措施》围绕深圳的产业布局,精选了5至10个产业基础好、发展空间大的细分行业,重点培育一批产业契合度高、标识度强的专业展会,并在深圳新办且办展面积超过1万平方米的专业展会予以资助,对新引进的“世界商展百强”“全国展览百强”、国际会议分别给予500万元、300万元和150万元的一次性奖励。

张非梦在解读《若干措施》的目标时表示,到2025年,“三大会展集聚区”的发展格局基本成型,会展业营商环境和综合竞争力达到国内领先水平,高交会等一批展会的国际影响力进一步提升,对七大战略性新兴产业(20大产业集群)和八大未来产业的支撑效果明显,年办展面积达1000万平方米,基本建成国际会展之都。

《若干措施》自2月28日起施行,有效期5年。为了支撑《若干措施》的落地实施,深圳市政府将配套安排专项资金对7个方向进行资助和奖励,以鼓励和支持会展企业、展会项目做大做强、创新发展。



2月28日,第20届广州国际专业灯光、音响展览会在广州中国进出口商品交易会展馆闭幕。作为专业声光、视听行业的大型展会,本届展会吸引1041家企业参展。展会同期举行“星火·新生沉浸式体验展”,以打造创新型文旅典范为目标,推动构建完善的文旅展演产业生态。

(陆唯伊)

多地今年以展促招商

■ 宗赫

春回大地,万物复苏,各地纷纷制订和实施招商方案,努力把展会变成招商引资的平台。

辽宁省沈阳市产业转型升级中心今年有三个主攻方向,即服务中小企业、组织承办大型会议及服务县区招商引智。其中,办好中国国际装备制造业博览会分量最重。今年制博会的相关工作启动得早。在上届制博会结束后,主办方就开始了全国范围的展览业务,承担者公开招商工作,力争把制博会打造成“全国装备制造业展会第一会”。方向确定后,沈阳市产业转型升级中心召开了制博会议程清单:建链、补链、强链、延链,在招商中招商;确定举办中国产业链大会;建立制博会招商平台,联通沈

阳13个县区(市)与名企。

黑龙江省七台河市近日召开的全市招商引资和项目大会透露,七台河将全面提升招商引资项目签约率、落地率、资金到位率,持续发挥平台作用。该市将围绕煤炭转型发展商会、域外企业家商会、外地商会招商网络、省招商大数据“四个平台”,结合大数据中心建设设立“精准招商工具箱”“项目调度作战图”。七台河将面向粤港澳大湾区、京津冀、长江经济带等区域制定招商地图和专业化招商方案,利用展会宣传推广七台河。

河北省廊坊市将抓实体、上项目、促投资、保发展。廊坊市工信局党组书记、局长董丽萍透露,廊坊今年做好“引、聚、优、建”四篇文

章。其中,依托重大展会引项目,举办中国·廊坊数字经济大会、数博会廊坊专场等活动,吸引更多优质资源向廊坊聚集。

湖南省株洲市商务和粮食局相关负责人表示,株洲今年创新方式着力抓招商;一方面,开展市场化招商,加强资本招商,探索场景化招商,强化以商招商,借力节会招商,完善驻点招商;另一方面,用好工业信息App和信息消费大赛、北斗产业峰会、汽车、陶瓷、服饰博览会等展会平台,重点组织参加京洽周、沪洽周、厦洽会、湘商大会等系列重大招商活动,办好“世界500强”株洲行活动、主导产业招商专题推介活动和“引老乡、回故乡、建家乡”专项活动。

会展新说

会展业利用短视频的三大难点和三大理由

■ 李伯文

近两年来,是否也做短视频成为会展业最纠结的话题之一。不投入好像不行,毕竟抖音等短视频平台已成为新的流量入口。但投入人力、物力后,好像又看不出什么效果。会展业究竟该怎样选择?

任何一次创新都需要面对新生事物的未知并进行抉择。笔者经研究分析发现,会展业做短视频面临三大难点。

首先,相比于对短视频已经熟悉的B2C行业,B2B有自己的特殊性。B2C经过多年发展,无论是整体生态还是营销体系,都相对成熟。至于B2B,不管是在预算还是市场部的地位,也不管是决策的复杂性还是流程的独特性以及受众群体的精准性,短视频制作与运营都将在执行过程中遇到困难。

其次,老生常谈的品牌与效果营销问题。专业观众数量是衡量展会好坏最重要的指标之一,能快速带来预登记或到场观众的效果营销被大多数展会组织者重视。短视频

这种形式能够较快地达成B2C的交易,却很难快速完成B2B的转化。也就是说,短视频对于B2C来说可能是品效合一,但对于B2B而言就剩下品牌效益,从建立品牌到品牌能产生效果需要一个漫长的过程。

最后,亟需短视频制作人才与内容产出。现阶段,会展业缺少短视频制作相关人才,难以持续稳定产出适合传播的短视频内容。短视频不管是内容创意还是制作,难度远远大于图文消息,需要既懂垂直行业又懂短视频,还要了解展会的复合型人才,如此才能产出优质的内容。这种人才很难从社会招聘,且内部培养周期又较长。

当然,在谨慎面对短视频的同时,有不得不重视短视频的三大理由。

一是短视频所影响的是未来的专业观众。毫无疑问,抖音、B站等短视频平台属于“后浪”群体。目前来看,做短视频很难影响到现在采购决策的“中浪”“前浪”,但过不了

三五年,这些“后浪”将成为很多展会专业观众的主体,那时再进入赛道可能会有些晚。

二是短视频能带来大量廉价流量。现阶段,会展活动主办方常用的都是效果营销,主要是存量观众的激活和再转化,SEM、定向投放等方式可以获得增量观众但直接成本又太高。恰好短视频平台的AI可以帮助展会免费推送到相对精准的人群,内容只要合规,最小的流量池也是500播放量,这是对效果营销的补充,免费流量不要白不要。

很多展览和论坛异军突起,崛起速度非常快。笔者发现,这些主办方的决策者多是媒体人出身,他们能很好地利用微信公众号、抖音、视频号、B站等平台,迅速占领流量并沉淀大量粉丝,短时间内可与成熟展会比肩甚至实现弯道超车。因此,不得不考虑这些新媒体平台。

三是短视频要运营起来,再配合好直播等形式,才能实现数字化

转型,带来数字化收入。那时,不管是开橱窗赚点佣金、接广告,还是带货甚至是卖展位、卖展期VIP观众服务券,利用这个数字平台都是可以实现的。

到底干不干?笔者给出三点建议。

第一,根据行业特点与自身实际情况做决策。医疗医药、电子烟、工业品等不适合在广域平台传播的行业类展会,可以选择视频号或者暂缓进入短视频领域,食品、服装、体育、日用品等行业可以试试。

第二,做好品牌营销和效果营销的平衡。应当遵循二八原则。一般而言,顶层展会项目已经建立贸易服务能力和市场权威,要侧重于品牌营销,维持其领导地位、建立竞争“护城河”,尽快进入短视频领域,进一步扩大影响力;腰部或底部会展项目在影响力上很难争过头部展会,要将重心放在效果营销上,给展商、观众更为实在的服务,短视频运营应量力而行。

第三,苦修内容创作能力。随

着微信公众平台的普及,会展业的内容创作能力有了一次跨越提升,现在需要会展业再次跨越。自家的宣传片、展品的广告,还有一些自动播放的图片PPT等,这些内容不是客户真正想看的,只有紧跟行业趋势,善于蹭热点,创作符合短视频平台调性的内容,才能不掉队。目前,会展业很多主办注册了不加V的公众号、视频号、抖音号,就是要以第三方中立的身份更好地在行业内发声,更充分地影响行业,从而为自己的展会运营服务。

(作者系北京雪行文化传播有限公司CEO)

李伯文

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处