

创新会展·城市篇

东莞会展重启：厚街首展促消费稳增长

■ 本报记者 兰馨

粤港澳大湾区会展业进入恢复期。6月5日，两场大型国际车展在深圳和东莞厚街同时闭幕。其中，第二十二届广东国际汽车展示交易会·春季暨2022东莞春季国际车展（以下简称东莞国际车展）是东莞会展复展首展，已成为华南地区三大专业国际车展之一。

东莞国际车展期间，东莞厚街镇举行了2022“乐购东莞·聚惠厚街”购车欢享节。参与者可凭购车



发票领取电子消费券，补贴最高金额达6000元。

东莞市有关部门负责人表示，恢复举办东莞国际车展，可为服务“双统筹”提供助力。

开展促消费专项行动

据记者了解，4月28日，东莞市厚街镇对外发布《厚街镇人民政府关于加强“双统筹”进一步促进市场主体纾困发展的若干政策措施》

（以下简称《措施》），聚焦税费减负担、金融纾困局、工业稳增长、商贸促发展、服务提能效等5个维度，制定了16项惠企政策（简称“纾困政策16条”），统筹2500万元财政资金，帮助企业应对疫情、纾困发展。

在当天厚街镇举行的2022年第二季度投资项目签约暨集中动工仪式上，厚街镇有关部门对相关政策作了解读，并同时解读新一轮“乐购东莞·聚惠厚街”促消费专项行动相关政策。

记者从东莞厚街广东现代国际展览中心了解到，继东莞国际车展后，这里将在6月依次举办“华夏家装博览会”和“CMM电子制造自动化&资源展览会”两个大型专业类展会。目前，广东现代国际展览中心的展会档期已排到12月底。

积极扶持会展业发展

根据《措施》，厚街镇政府全力支持厚街会展业发展。《措施》显示，对组展单位的防疫、安保、应急等工作支出，按每平方米3元的标准给

予最高30万元的补助。同时，对广东现代国际展览中心运营方在疫情防控停展期间的展览馆设施维护费用、人员经费等支出，一次性给予100万元补助，帮助会展产业渡过疫情难关。

“这是厚街镇政府出台的纾困政策。对展馆防疫支出给予补贴。”广东现代国际展览中心有关负责人如是说。

记者注意到，《措施》第十三条明确，支持会展业加快复苏。支持国内外组展机构（企业）在厚街举办展览会。经市会议展览临时审批机制同意举办的，受疫情影响暂停举办且年内继续在我镇专业展馆举办的商业性质展览会（市财政出资支持举办的展览会除外，但对于“政府办会、企业办展”等商业性质展会，视同市场化办展给予同等待遇），对组展机构（企业）的防疫、安保、应急等工作支出，按与展馆签订场地合同面积给予每平方米3元的补助；同一展览会最高补助金额30万元，同一展览会年内举办两届或以上的

只支持一届，以办展单位自主申报为准。

会展助力城市发展目标

近日，东莞发布的《东莞开放型经济发展“十四五”规划》提出，“十四五”时期东莞开放型经济发展目标为：到2025年，开放型经济新优势显著增强，经济规模持续扩大，外贸结构持续优化，高层次开放型经济体系进一步完善，新兴业态与传统业态双轮驱动，服务贸易与货物贸易协调发展，供应链保障能力显著提升，内循环战略转向成效显著，链接国内国际双循环的现代化枢纽城市初步建成。

根据《规划》，到2025年，外资企业内销额突破6000亿元，“东莞制造”品牌国内影响力明显提升，品牌营销网络明显拓展。东莞将发展壮大会展产业链，打造“湾区展会之城”，构建“一区两极”，即东莞会展经济集聚区、滨海湾会展服务业增长极和水乡新城国际会议增长极，提升会展经济发展格局。

深圳出台系列措施恢复专业展

本报讯（记者 毛雯）深圳

市发展改革委、深圳市商务局、深圳市工信局、深圳市卫健委等部门近日联合印发的《深圳市关于促进消费持续恢复的若干措施》提到，深圳结合开学季、暑假季、传统节日等主题，组织开展消费电子专场促销活动。

《措施》明确提出促进户外文旅体消费。在做好深圳疫情防控工作前提下积极开展文旅体活动，发挥深圳“山海连城”“一脊一带二十廊”的城市生态脉络优势，举办黄金海岸旅游节、红色旅游等系列活动。鼓励广大市民走到户外，支持体育社会组织下沉社区开展健身、露营等活动，联动契合活动主题的品牌生产商、经销商配套开展促销活动。鼓励各级工会组织举办健身活动，按规定使用工会经费为职工购买健身服务。丰富推广城市文化菜单，积极开展草地音乐节、沙滩音乐节、粤剧周、青年艺术周、读书月、美丽星期天等文化活动，办好马拉松、赛艇等体育赛事。

《措施》提出，支持重点商圈联合经营商户举办咖啡、茶饮等主题消费节，开展品鉴、教学、沙龙、陈列等活动，拓宽消费体验场景，打造时尚、休闲城市生活方式。

深圳将开展成品油与“圳品”联动促销活动。持续推进“圳品”进商超、进农贸、进社区生鲜门店、进电商，鼓励加油站直营便利店及其网上商城上架“圳品”。

《措施》明确提出，安全有序恢复专业展会。深圳市商务局方面表示，为确保疫情防控安全，深圳市建立“白名单”制度，在做好参展各方常态化防疫工作的前提下，支持服装、家具、珠宝、钟表、眼镜、皮革等优势时尚产业举办面向专业采购方的专业展会，助力时尚消费市场复苏。

据了解，为提升消费促销力度，深圳市新增1000万元“有奖发票”资金，围绕零售、餐饮、文旅、住宿、体育等领域，在全市范围内根据发票金额开展“有奖发票”活动。



2022江苏-中东酒店用品线上对接会日前在扬州举行。本次线上对接会以中东迪拜酒店用品展为引流，向50多家扬州地区的酒店用品生产企业定向发布国际意向采购信息，精准匹配展会数据库中的60家海外采购商，使双方通过屏对屏展开线上洽谈。扬州市贸促会、生态科技新城与英国DMG集团签订三方战略合作协议。

杭州大会展中心项目进入快速建设期

■ 本报记者 毛雯

杭州大会展中心一期4号、8号展厅钢结构主体近日结顶。该项目进入快速建设阶段。

杭州大会展中心是杭州会展新城的首个项目。建设该项目，是补齐杭州会展产业短板、赋能城市发展新动力的有力抓手。

杭州会展新城地处杭州沿江总部经济、信息、金融、科创经济的产业带，着重突出创新研发、金融服务、高端商务、文化创意等功能。

据杭州市会展新城开发建设有限公司副总经理陈骁介绍，杭州大会展中心是杭州会展新城区域内首个标志性、引领性重大项目。建成后，将承办工业、机械型的重型展览，能起到“以馆带城、产城融合”的作用。

杭州大会展中心项目总占地面积约1110亩，总建筑面积约134万平方米。其中，一期项目占地面积约530亩，共设8个

展厅，于2020年12月开工建设，计划今年完成地上主体结构，在“十四五”阶段与周边配套项目同步建成投用。

在项目设计上，杭州大会展中心以钱塘江畔蓄势待发的“风帆”为整体造型设计，融入杭州精粹“杭扇+丝绸”的手法，取山体厚重沉稳之势和江水灵动飘逸之形，再现敢为人先、开拓进取、扬帆竞潮的精神，充分体现杭州地区文化特色。

在功能布局上，杭州大会展中心吸纳国内外大型会议展馆的设计经验，一期展厅整体采用“无柱式”设计，设置了标准展厅、会议中心、商业配套、办公设施等多种功能，还利用展馆拓朴空间打造特色“内街”，方便观众开会、办公、住宿、休闲。

杭州大会展中心地理位置优越，观众乘坐地铁只要三四站就能到达萧山国际机场。放眼长三角地区，绍兴、嘉兴、上海、苏州等周

边城市的观众来杭州大会展中心也很方便。

据悉，杭州大会展中心一期项目采用大跨度钢结构整体提升，在地面将钢结构整体拼装，通过计算机控制及专门的动力装置将结构高空提升成型，4号、8号两个展厅均为单层展厅，净展面积共约3.1万平方米，展位计1400余个。本次提升最大跨度约81米，提升高度约24米。

G20杭州峰会举办后，杭州提出加快建设“国际会议目的地城市”。五年来，杭州市钱投集团作为杭州会展业发展的主力军，保障了第三届中国—中东欧国家文化合作部长论坛、中国—阿拉伯国家广播电视合作论坛、2019年中国互联网+大学生创新创业大赛等会务，承办了2021中国杭州数字安博会、昆虫艺术特展等会展项目，助力打造具有国际影响力的“会展之都”，推动会展经济高质量发展。

展现世界 展示精彩

中国国际贸易中心 集团公司
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CORPORATION

会展传真

厦门会展业迎来旺季

本报讯（记者 兰馨）作为

2022厦门消费节重磅展会活动之一，2022年厦门首展——海峡西岸汽车博览会日前在厦门国际会展中心举行。记者从厦门市会展局了解到，为确保本年度首个大型展会举行，厦门市会展局给予大力支持。自该展会提报起，厦门市会展局积极协调展会举办所涉的相关部门，指导组委会及场地方形成疫情防控可实施方案，并落实各项防疫举措。

据介绍，6月中下旬，厦门还将举办厦门国际佛事用品（春季）展、中国国际厦门茶产业（春季）博览会、厦门寺院建筑与设计展、厦门国际手工艺品展、厦门国际花卉及花园园艺展等多个展会。

海峡西岸汽博会举办期间，厦门市会展局组织相关负责人到展会现场调研。举办该展会将有助于提振厦门乃至海西会展行业的信心。

Hyve展览转手在俄展览业务

本报讯 Hyve展览集团近

日发布消息称，其俄罗斯展览业务将出售给Rise Expo Limited。Hyve展览集团在俄罗斯展览项目将按既定档期举办，沿袭ITE品牌在俄罗斯市场的展览业务运营。

Hyve方面表示，Hyve展览集团将集中精力发展英国和美国的展览业务。（伊宇）

湖北省会展业商会换届

本报讯 湖北省会展业商会第四届一次会员（代表）大会暨换届大会日前在武汉欧亚会展国际酒店举行。武汉锐特展览文化股份有限公司董事长盖春雷当选为新一届湖北省会展业商会长。

盖春雷说，面对新一轮会展业发展机遇，湖北将提升会展服务力和凝聚力，注重打造会展领域高端人才队伍，打通人才链，开启人才有岗可依、企业有才可用的行业新格局。湖北省会展业商会将整合资源、汇聚发展动力，实现湖北会展业的新跨越。

据了解，湖北会展业发展大会邀请了长三角、珠三角、港澳地区的会展界专家参加。他们在会议期间探讨了湖北会展业发展机遇。（章力行）

会展新说

创意科技型会展在“平替潮”中重新定位

■ 刘志良

“夜色之浓，莫过于黎明前的黑暗。”笔者在关注和学习经济周期规律时发现，商业活动发达区域常伴随经济危机的产生而出现，时代给予挑战也赐予机遇。现阶段，多数行业处于新冠肺炎疫情影响下的经济困顿时期，业务在展开与暂缓中来回切换。与此同时，产生了凭借转变思维而活得滋润的“新物种”。以年轻化为代表的部分传统行业开始突破重围，抓住“平替潮”寻找新一轮经济增长关键点。

我们经历了长期的经济增长，年轻一代从出生就在较好的物质条件中成长。“平替”就是一种追求性价比的行为，花更少的钱去寻找与大牌产品相似体验的价值。创

意科技行业与展览行业也开展了新一轮的“平替”新潮。在原有的展览模式不变的情况下，行业已经很难吸引客流量。在信号如此明显的情况下，行业的从业者与用户如何抓住新一轮经济潮流，吸引“Z世代”年轻人的关注与消费，并借此升级内在的组织架构以适应年轻人的市场，这是行业“平替”的重要发展点与破局点。近期在安徽合肥举办的展览中，拼格创意科技作为技术支撑，推出各种科技互动手段与科技潮牌产品与大家见面，为展览展示行业提供“平替”的解决技术方案。

在百店百景场景化个性化的浪潮下，新的消费场景已经成为社交的属性。都市年轻人在消费选

择上更偏向于社交与分享的属性下，颜值即正义，口感好、话题性强，更注重消费场景的体验。在满足消费者的口腹之欲的同时，满足了社交媒体的分享需求。传统的装饰已无法吸引新一代消费者打卡与自愿分享，沉浸式与交互的场景已成为良好载体，满足年轻人自我表达的“小确幸”。中高端的茶饮品牌通过自身门店地理优势、品牌优势以及资金能力，并在传统的装饰基础上替换成了科技化、交互化的场景，最终拿捏住消费者对于品牌的认知与消费实现。

疫情使旅游业“失落”。市面上出现了大量餐厅将服饰与场景变成旅游的“平替潮”，“90后”“00后”的年轻人自小就是互联网原住

民，由于线上外卖始终很难带来身临其境、全方位的空间体验，越来越多年轻人将社交需求与空间体验放到了日常的消费空间。对餐饮行业来说，如何将人引入餐厅进行消费是最核心的问题。因此，搭建起来的私域流量二次消费是基于一期的第一次线下消费。与传统餐厅相比，要在一个已经运营的餐厅中加入异域风情的装饰，遇到的第一个问题就是“成本很高”。其次，要打造一个具有异域风情的餐厅，餐厅在经营上会发生一个结构性的改革。餐饮行业说的较多的一句话是：变化有风险，不变化就会死掉。找到一个消费级别的创意科技产品植入会是一个折中点。

后疫情时代，我们可以期待怎样的工作环境？拼格创意科技通过与设计院合作，在浙江某集团企业总部，将传统的墙面大理石装饰变成沉浸式长廊。通道设计不需要“大鸣大放”般的开闸，工作场所并不是无聊的，而是我们发挥创造力的地方。设计者通过空间幻象隐喻，似电影场景一般，带领观众带入虚拟场景，领略空间布局的科幻震撼氛围。设计者通过“致敬探索精神，焕启另一种可能”的核心思想，将创造性的生产植入日常环境。工作的场所必须有趣，融合休闲和社交等多重功能的现代工作场所将艺术和科技结合在一起，创造了一个独特的工作场所。

笔者认为，不管是ToC行业还

是ToB行业，“平替潮”已经是一个不可逆转的风潮，应当用更好的、更有性价比的、更具有与消费者建立认知的方式去获取认同感。应当通过技术的创新应用，打造链接消费者与用户空间场景。

（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）

刘志良

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处