

创新会展·区域篇

海南会展支持资金破解行业难题

■ 本报记者 兰馨

海南近日通过了2022年度省级会展项目支持计划,这是海南省政府继出台为中小微企业纾困解难措施后又一支持会展业发展的举措。

记者从海南省商务厅了解到,海南今年共支持30个会展项目,支持金额达1.26亿元。30个会展项目涉及旅游、体育、海洋、医疗健康、种业林业、医美、建筑、设计、消费、清洁能源等行业。

据知情人士介绍,这30个会展项目由海南省各产业主管部门推荐,与海南自贸港建设任务密切相关。

发挥会展平台作用

据海南省商务厅相关负责人介绍,在30个会展项目中,海南省政府主办或参与主办的项目共7个,包括中国国际消费品博览会(简称消博会)等;社会资本主办的项目共23个,包括全国同行业内规模排名前三的展览项目4个,海南省级重点培

育的现有品牌专业展览6个,高端国际专业会议13个。据测算,23个省级会展项目将吸引社会资本投入2.83亿元,事后奖励资金8257万元,资金撬动比例达到1:3.4。

上述负责人表示,今年以来,海南省会展业发展受到新冠肺炎疫情疫情影响明显。海南省商务厅将同海南省级产业主管部门做好上述30个省级会展项目落地服务,充分用好海南省级会展项目平台开展产业招商推介等活动,推动企业、项目落地;在高端论坛中“嵌入”与海南省主导产业相关的议题,借助品牌会展的集聚效应宣传海南自贸港的产业政策及优势,为海南省产业破解发展难题。

与去年相比,海南今年列入省级会展支持计划的项目总数增长131%;全国同行业内规模排名前三的专业展览总数增长100%;高端国际专业会议总数增长260%;重点培育的现有品牌专业展览或会议总数增长17%。

会展业呈恢复增长

上述相关负责人介绍,去年,海南会展业在各方因素影响下,总体呈现出增长态势。统计数据显示,2021年,海南省会展业实现综合收入305.98亿元,比上年增长68.1%;累计举办千人以上会议167场,比上年增长67.0%,主要涉及医疗康养、文化旅游、商贸投资等领域;举办展览177场,比上年增长2.3倍,主要涉及文化旅游、商贸投资、农林牧渔等领域;展览面积150.23万平方米,比上年增长71.3%;各类节庆赛事活动共计举办1174场。

从行业经营主体角度来看,去年海南省正常经营会展企业共有1686家,比2020年增加30家,营业收入超千万元的会展企业11家。海南省会展企业活跃度为42.97%,在12大重点产业中排名第四。活跃会展企业主要集中在海口市和三亚市,各占海南省的41%左右;琼海市和儋州市分别约占全省的4%和

2%,其余零散分布在文昌、澄迈、万宁等市县。

根据统计显示,今年1月至5月,海南省累计举办千人以上会议11场,同比下降约85%;展览49场,同比下降约9%;海南省会展业综合收入约83亿元,同比下降约45%。但从单月看,自5月起,会议和展览场次环比分别增长6倍和3倍,同比下降幅度分别收窄约23和21个百分点,海南省会展业已初步呈恢复增长态势。

加大会展业规划

在日前召开的三亚市调研督导稳经济工作会上,海南省省长冯飞强调,三亚要加大会展业规划,突出特色化、高端化,借助先进经验,探索谋划会后延展、会奖旅游,打造会展经济新亮点。

冯飞提出,三亚要进一步促进消费,策划促消费项目,增加高端消费群体数量。

近年来,海南加大力度推广旅

游消费嘉年华。“健康游,欢乐购——2022年海南旅游消费嘉年华联合推广活动”启动仪式暨首站湖南省长沙站路演推介会已于6月10日举办。未来两个月,海南围绕吃住行游购娱等方面,将在八个城市——广州、武汉、重庆、成都、杭州、南京、北京、上海举办路演推介。

与此同时,海南加大了旅游展会的发展力度。近日,由海南省旅游和文化广电体育厅主办的“海南国际旅游装备博览会(CTEE)”通过国际展览业协会(UFI)认证,成为海南省第一个通过UFI认证的旅游会展品牌。

据了解,旅游装备展创办于2020年,是海南首个以“陆、海、空”旅游装备设施、旅游出行方式及旅游出行目的地为主要元素的旅游产业展会。伴随旅游消费升级转型、旅游供给侧改革深化、海南自贸港建设深入和海南国际旅游消费中心建设推进,旅游装备展的展会规模逐年增长。

北京海关创新查验政策 激发会展活力

■ 本报记者 毛雯

据北京日报报道,博乐德艺术中心春季展日前在国家对外文化贸易基地(北京)拉开帷幕,价值4000万元的73幅画作吸引了大批观众。

博乐德艺术中心位于北京市天竺综保区,于2021年10月31日正式投入运营。记者了解到,展览涉及的进口画作从首都机场口岸提货到区内展馆仅耗资15分钟,还释放了保证金400万元。效率之所以这样高,是和北京海关创新查验政策分不开的。

为帮助企业应对挑战,北京海关党委班子此前带头开展“防疫情、稳外贸、保安全”大调研、大排查。每名班子成员联系5家外贸企业,落实“问题清零”机制,分类指导、精准帮扶、助企纾困,全力稳定产业链供应链循环畅通,稳住外贸外资基本盘。

为确保通关,北京海关在展前推出对参展艺术品开展“先入区、后查验”等政策,定制展品从口岸到展馆的直通式对接方案。符合条件的企业还可申请海关派员驻场监管和税款免于担保。

据统计,1月至5月,北京海关监管进出综保区艺术品1863件、4.3亿元,为企业节省担保资金占用约6000万元。

近期出台的《北京海关“四优四提促五子”促进外贸保稳提质工作方案》,细化28项具体措施。北京海关对天竺综保区文化保税展拍模式作了创新后,文物入区鉴定时间由15天压缩至3天。北京海关还向会展企业推出“无接触查验”“零延时验放”,一季度监管进出境展览品19.2亿元,同比增长116%。



2022土耳其工业展览会日前在伊斯坦布尔展览中心举办。本届展会以“工业转型”为主题,集中探讨自动化、机器人、数字化、工业4.0、工业5G、人工智能、物联网等技术。

(王朱瀚)

山东省会展产业发展协会成立

■ 本报记者 宗赫

山东省会展产业发展协会成立大会暨第一届第一次会员大会日前在济南举行。

山东省商务厅副厅长王洪平在大会致辞中表示,现阶段,山东省会展业保持良好发展势头,总体规模连续排在全国前三位,形成了“以济南、青岛为龙头,临沂、潍坊、烟台等市并肩发展,其他城市紧随其后”的梯次发展格局。

王洪平希望协会找准定位,实现政府和企业的良性互动,加强自

身建设,聚力打造“至诚山东,品质会展”整体品牌形象。

据悉,山东省会展产业发展协会是经山东省民政厅批准,由山东省内会展业的骨干企业和上下游产业链代表性企业共同发起成立的非营利性社会组织。

大会透露,协会将通过开展政企沟通协调、产业规划设计、行业信息统计、展会效果评估、专业人才培养等方面工作,加强对内对外交流合作,推进标准化体系建设,培育品牌

展会,维护行业利益,加强行业自律,打造山东会展整体品牌形象,进一步提升山东省会展产业的创新力、凝聚力、竞争力,推动山东省会展产业的服务提升和转型升级,开拓山东省会展业的高质量发展格局。

成立大会上,山东省会展产业发展协会与国际展览业协会(UFI)中国精英会签订战略合作协议。双方将在展会UFI认证、人才培养、标准化建设等方面加强合作,推动中国会展业发展。

会展新说

会展活动如何在竞争中获得更多观众?

■ 李伯文

随着上海、深圳、海口等地区逐步复展,会展行业开始慢慢复苏。由于狭窄的办展窗口期汇集了众多会展项目,因此,抢展馆、抢展商、抢观众、抢优质供应商的竞争局面的出现不可避免。会展企业到了拼内力、拼爆发的时候。笔者试着从营销角度,谈谈会展活动主办方如何在竞争环境下更好地招募观众。

首先,营销策略应从广度转向深度,从拓新转向转化。

6月即将过半,意味着今年留给会展项目宣传营销的时间与预算都很有限,有很多会展活动不只是变更了举办时间,还改变了会展活动举办地。面对仍然存在不确定性的疫情,大多数采购商保持谨慎态度,跨地区参展展展的意愿大幅降低,观众邀请的难度进一步加大。

面对这一复杂多变的环境,对于一般性会展活动来说,一定要把有限的预算放在加强转化这一环

节。具体来说,一是以会展活动举办城市为中心,梳理该地区数据及合作媒体,尤其是充分挖掘和利用当地媒体,扩大会展活动在当地知晓度和影响力。二是在往届到场观众上下功夫,通过CALLCENTER、邮件、社群营销等方式,不断触达,不断提高老数据的转化率。

其次,营销重心从传播转向内容打磨。

当下,会展企业大多数营销的短板不在传播渠道,而在内容的打磨。尤其是在当前时期,内容的打磨极为重要。

一要加大内容信息打磨。内容营销第一件事就是让展览的每个环节都成为内容信息,这是营销内容的主要来源。比如所在城市的历史、底蕴、景点、美食等,展馆、嘉宾、展商、特邀买家、媒体、论坛、活动、福利等,每个环节都可以生成单独的内容。

二要提升内容信息价值。有三个赛道,分别是对三个阶段观众的争夺。

针对新观众。他们对展会的认识还处在“你是谁,要干嘛?”的阶段。会展活动的主承办方要发扬极简主义,迅速让他(她)知道你是谁,并按照观众关注的重点顺序释放信息。对于一场展览,观众最关注什么,就把什么放在前面,依次向后排,如展会时间、地点、嘉宾、展商、展品、同期活动等。

针对对展会有认知的观众。在他们已经知晓有这样一场展会的情况下,主承办方需要传递自己核心价值,比如展会在行业中的引领地位和话语权、整合资源的能力如请到的重磅嘉宾等。

针对犹豫去哪个展会的观众。主承办方需要传递出自己的差异化优势、自身的魅力,比如优秀的线下服务、某个细分领域绝对话语权。

三要提炼内容形式的2C化。

这体现在以下两方面。

一方面,用极简、极具吸引力的信息第一时间吸引注意力:如果是图文消息,就是“标题党”;如果是视频,就是前10秒;如果是宣传单页,就是SLOGAN。

另一方面,在解决观众理性需求的同时,要照顾到其感性需求。比如,行业分析、展商介绍一类都是理性层面上的内容,若将其变成“达人”解读的短视频,观众在理解时就可以不用花很多脑细胞。

最后,营销传播方式从渠道化转为人的传播。

这里借鉴了2C营销理论。无论2B还是2C,最终面向的都是人,最终还是回归到对于“人”的营销。对于会展行业而言,就是平常所说的扩邀、裂变,要通过驱动以下几类人传播。

一是各主办承办单位(包括同期活动、论坛等)、嘉宾、参展商等,利益驱动传播。他们是会展活动的利

益共同体,营销宣传对各方有共同的利益,需要引导他们同步传播。

二是媒体,资源置换传播。(自)媒体有自己的KPI,也有对内容的报道需求,更有增加自身媒体影响力的需求,如果能挖掘展会的优质内容资源,就可以驱动自媒体帮助报道展会。

三是观众,体验驱动传播。驱动观众传播靠的是体验,只有体验感做到一定程度,才会让观众主动传播会展活动。包括满足感性体验如幸福感、荣誉感、虚荣心等,以及用理性驱动传播如转发得门票等。

(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

展现世界 展示精彩

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

会展传真

圣彼得堡国际经济论坛 全体大会即将开幕

本报讯 俄罗斯会展基金会称,圣彼得堡国际经济论坛全体大会将于6月17日举行,主要议题是“新世界 新机遇”。这一主题反映世界正在发生的变化,这些变化导致一种新的经济模式形成,并为各方提供了对话机会。

圣彼得堡国际经济论坛是俄罗斯重要的国际大型经济论坛,也是新经济大国领导人会晤的重要平台之一。该论坛创始于1997年,由俄罗斯经济发展部主办,被称为“俄罗斯版达沃斯”。(吴珂刚)

第二届消博会 定于7月举办

本报讯 第二届中国国际消费品博览会定于7月26日至30日在海南海口举办,7月25日晚间举行开幕式。

第二届消博会将更加聚焦“高、新、优、特”消费品,设置服务消费、旅居生活、时尚珠宝精品、高端食品保健、时尚生活、国际综合、双循环买全球、省市自治区、国货精品等展区。(马跃)

长沙校企携手 培养专业会展人才

本报讯 长沙商贸旅游职业技术学院日前与亚展国际会展(湖南)有限公司达成战略合作,向行业企业输送对口人才,实现行、企、校三方联动合作机制。

长沙商贸旅游职业技术学院将加强与行业和企业交流合作,与行业和企业共建打造会展产业学院,由行业引领,校企共同开发课程,制定人才培养方案,深化产教融合,强化会展专业群建设,发挥国家会展专业资源库平台优势,为湖南“打造中部会展高地”和“强省会战略”提供助力。

近年来,长沙商贸旅游职业技术学院文化创意学院围绕长沙“建设国家会展名城”的战略,建设以会展策划与管理专业为核心,以现代文秘、商务英语、艺术设计、展示设计、广告设计、新媒体设计等专业为支撑的会展专业群,培养适应区域产业与社会发展需求的会展项目管理、文案策划、会展营销、展示设计高素质技术技能人才。

(春雨)

浙江拟制定会展业 临时设施搭建规范

本报讯 浙江省会展业协会日前牵头组织召开了起草制定《浙江省会展业临时设施搭建规范》第一次筹备工作会议。

由杭州市城乡建设委员会印发的《杭州市大型群众性活动临时设施验收办法》已经正式实施。业内人士表示,《杭州市大型群众性活动安全管理规定》和《杭州市大型群众性活动临时设施验收办法》的实施,对杭州市会展业以及浙江省会展业规范持续健康发展具有重要意义。其相关标准要求与行业现状存在差异化,实施困难较大。因此,起草制定《浙江省会展业临时设施搭建规范》非常必要。

此次筹备工作会议提出了具体的意见建议,包括规范名称、适用范围以及与规范等。

(毛雯)