

创新会展·城市篇

厦门会展周：一座城市的IP营销

■ 本报记者 兰馨

厦门国际会展周正在成为厦门城市营销的新IP。4月17日,2023厦门国际会展周闭幕。与往届不同,本届厦门国际会展由此前的秋季提前至春季,境内外会展业政府主管部门、权威机构协会、行业龙头企业近400位买家携项目赴厦门考察洽谈,勾勒出厦门“国际会展名城”的图景。

近年来,厦门举办国际会展周的过程,就是将厦门资源推广到全球会展行业的过程。表面上看,厦门会展周是一场“论坛+洽谈”的活动,实际上这场活动凝聚着厦门会展上下游产业链的资源,促成“打包”式销售,吸引更多会展活动项目落地。

进入后疫情时代,全球会展业复苏强劲,掀起了一股新的合作热潮。

激活会展资源

今年下半年,厦门国际会展中心五期,厦门国际博览中心将投入使用,届时将形成厦门思明区环岛

路、翔安区东部体育会展新城、湖里区五缘湾三大会展集聚区,厦门会展设施将再次跃升。

记者注意到,本届厦门国际会展周期间,两岸(厦门)绿色装展发展研讨会、厦门国际会展合作论坛、金砖+新兴市场国家会展合作论坛等30余活动搭建起国际交流营销平台,将进一步促进厦门会展全产业链升级。

根据统计,厦门国际博览中心签约项目达6个。厦门会展集团、厦门国贸会展集团及佰翔会展集团分别与主办方签约,2024全球自有品牌产品亚洲展(厦门)、2024中国超市商品采购年会等近30个会展项目落地厦门。此外,本届会展周期间,采购商与供应商进行线上预约洽谈2000多次,线下洽谈5000余次,多个项目意向落户厦门。

“我们要为厦门的会展做增量,目前签约客户多来自全国品牌会展活动项目。接下来,我们将与国际知名品牌项目加强合作,助推城市的经济发展产业发展。”厦门国贸场馆运

营有限公司相关负责人如是说。

此外,俄罗斯、巴西、印尼、马来西亚、菲律宾、韩国等国家会展业代表分别就本国会展业的现状、政策和机遇进行了推介,他们期待与厦门达成多方面的合作。

扩大“金砖+新兴市场”合作

本次厦门国际会展周期间,金砖+新兴市场国家会展合作论坛暨金砖+新兴市场国家会展合作项目上线仪式举行,集中发布金砖和新兴市场11个国家226个项目和国内514个会展项目,增进金砖国家和新兴市场国家之间会展业的交流与合作,促进各国会展业发展提速。

在厦门会议展览协会荣誉会长郑智看来,金砖国家和新兴市场是世界经济发展的重要力量之一,这里有较好的市场空间和资源,是会展业加速复苏的关键助力。

“后疫情时代,会展业更需加强国际间的合作。”中国贸易报总编辑范培康表示,展会作为产业链供应链合作最重要的平台之一,成为中

国企业走出去的捷径,将加快中外之间在产业链供应链方面的进一步合作。

范培康介绍说,根据《2023年一季度(Q1)中企海外参展数据调研简报》显示,今年一季度,“一带一路”和金砖国家、东南亚等周边国家在中国企业海外参展中占到27%以上,成为中国企业海外参展的热门区域。

巴西展览联合会代表João de Nagy通过视频发言时表示,中巴关系非常重要,特别是双方在贸易展览会上的交流与合作,对于各自工业发展至关重要,彼此需要建立伙伴关系,加强业务联系。

提速数实融合新模式

记者注意到,作为2023厦门国际会展周的配套活动之一,元宇宙产业发展暨云上展会融合发展论坛以“元宇宙+展会融合,共创未来”为主题,探讨和深化元宇宙在会展业的应用,促进元宇宙和云上展会的融合发展。

厦门市商务局副局长、厦门市会议展览局局长陈颖颖表示,元宇

宙和云上展会的融合是一种新兴的互联网形态,云上展会依托云计算、大数据、人工智能、元宇宙等新技术,在传统线下实体展基础上拓展线上数字化服务,为会展活动赋能。

在业界人士看来,元宇宙带来的沉浸式代表了人类对于拓展交互、体验边界的渴望。当下,元宇宙与实体经济和真实业态场景相结合,呈现出会展创新发展模式。

据了解,厦门目前出台了“厦门元宇宙产业发展三年行动计划(2022-2024)”,提出打造“元宇宙生态样板城市”的发展目标。推动成立了元宇宙产业联盟,进一步完善公共服务体系。厦门落地了一批优质元宇宙项目,围绕鼓浪屿、马拉松、金鸡奖、投洽会等特色应用场景打造示范案例,逐步构建元宇宙产业生态圈。

在去年举办的第二十二届投洽会期间,厦门市商务局与厦门市工业和信息化局联手将元宇宙引入投洽会开幕式、线上展馆、线下展区体验新模式,为境内外参会客商提供了沉浸式、互动式参展参会体验。

广交会进口展品税收优惠将统一办理

■ 穗财宣

针对国家出台的2023年广交会展期内销售的进口展品税收优惠新政,广州市财政局日前解读指出,政策出台将有助于推动粤港澳大湾区新支柱产业进一步发展。广交会承办单位中国对外贸易中心将统一办理展期内销售进口展品享惠手续。

经国务院批准,财政部、海关总署、税务总局4月15日印发《关于2023年中国进出口商品交易会展期内销售的进口展品税收优惠政策的通知》(财关税〔2023〕5号),明确对2023年举办的广交会在商务部确定的展期内销售的免税额度内的进口展品免征进口关税、进口环节增值税和消费税。

享受税收优惠的展品类别包括4类:机器、机械器具、电气设备 & 仪器、仪表;医疗或外科用仪器及设备;天然或养殖珍珠、宝石或半宝石、贵金属、包贵金属及其制品;除上述类别外的其他展品。每个展商在本年度展会展期内累计享受税收优惠的展品类别、销售数量或金额上限按规定执行。

据介绍,前两类均属于《粤港澳大湾区发展规划纲要》要求重点发展的新一代信息技术、生物技术、高端装备制造、新材料等新支柱产业。大湾区新支柱产业目前发展迅猛、实力雄厚,政策出台将有助于推动新支柱产业进一步发展,也有利于广州构建国际消费中心城市,以消费升级带动大湾区产业提质。

据悉,目前广州海关已对展期内销售进口展品税收优惠政策办理流程进行梳理并制定相关工作指引。广交会承办单位中国对外贸易中心将接受参展商委托,统一办理展期内销售进口展品享惠手续。广州市政府相关部门将继续联手广州海关、中国对外贸易中心做好广交会全流程全方位服务,多渠道开展进口展品税收优惠政策宣传,推动广交会进口展品免税政策落地见效。

会展大咖说



作者简介
道同共创(北京)科技有限公司 CEO兼创始人

2020年至2022年,在新冠疫情肆虐的三年间,线上会展和云会展、元宇宙会展被会展行业广泛运用,众多会展企业做了各种尝试和探索,但最终似乎并没有起到根本性的作用,仅起到扩大会展营销、丰富线上内容和形式、提升线上体验等作用,既未能为大多数参展企业和观众带来与线下实体展览同等的商务合作机会,也未给会展企业带来足够生存和发展的营业收入。

随着各地线下会展活动复展,众多品牌会展恢复了疫情前的人气,这一现象更加体现出线下实体展的平台价值,同时显现出线上展所不具备的不可替代性。

需要指出的是,在新冠疫情持续三年的冲击下,会展企业逐渐重视数字技术的运用。随着线下实体展复展,为了应对市场的不断变化和竞争加剧,会展企业通过数实融合来提升会展服务效率、降低运营成本、提升市场竞争力,这已成为会展行业的共识。但如何使会展活动实现数实融合,大多数会展企业还在寻求解决方案。

笔者在长期调研中发现,会展企业要实现数实融合的发展模式,应从“大处着眼,小处着手”。“大处着眼”是指,从战略高度实现业务标准化流程与数字化系统的统一性,避免局部分隔、形成数据孤岛,一定要用好微信体系下相关的各产品,发挥微信生态大平台的作用。“小处着手”则是指,不要一开始就追求大而全,一上来就自己搭平台,最好是从一个个小的业务需求着手,解决实际业务运行中的问题,然后不断地快速迭代、互

联互通,协同统一。要让团队成员形成使用习惯,才能真正发挥数字化系统的作用。笔者根据多年的实践经验,对会展企业特别是中小企业就数实融合提出三点建议。

一是数实融合要实现业务标准化。现阶段,尽管会展行业在推行各项国家标准、地方标准以及团体标准,但大多数会展企业仍根据企业多年经验建立自己的业务体系,这直接导致各会展主办方在办展办会的方式上存在巨大的差异。数字化体系建设一定是依托会展活动业务的标准化而建立的,因此,将会展企业的业务标准化是实现数字融合的基础。

二是数实融合要实现流程可视化。当前,会展企业实施数实融合是促进会展数字化转型的关键。简单地讲,为提升会展项目业务运营效率和水平,会展企业需要强化数字化应用和数据分析,建立数据驱动的业务模式和管理体系。通过数据生态将各环节的数据进行汇总、存储和分析,实现工作过程的可视化和数字化管理,实现团队成员既有分工又有协同,只有实现信息共

享才能规避重复工作,进而提高业务运行效率。在这一前提下,会展企业需要采用智能化设备,如传感器、RFID、条码等技术,实现会展活动现场的数据采集、处理和分析,通过专业化数据分析和可视化工具对数字化数据进行分析和处理。例如,使用数据仪表盘、可视化图表看板等工具,将数据呈现为直观的供需信息,方便参展企业和专业观众的对接合作,也方便主办方的精准管理、决策和服务运营。

三是数实融合要实现机制透明化。会展企业的数字化转型升级不只是内部信息部门的事,关键是要让员工人员乃至全体人员能够应用,这样可以产生两方面效果:一方面,能够解放业务人员的工作量,提高工作效率并且切实有用;另一方面,用后产生的效果要直接反映到团队、员工的绩效上。因此,具体要分解各项业务的量化指标,完成任务即能够反映到数字化平台上,形成多少绩效可见且透明。如此,才能将人为的干预降至最少,才能让业务团队拥抱数字化。以“全食展”项目观众邀约为例,在未使用数字

化系统之前,观众组织工作只由观众邀约部门负责,自从搭建了全市场数字化会展管理体系,其项目人员均可参与到观众组织工作中。公司还设立了观众组织奖,每一位员工都可以通过微信海报便捷邀约观众,公司也会根据邀约数量而形成的比例来分享观众组织奖。邀约观众到场情况均可以实时反映在数字化系统上。实践证明,数字化的观众邀约系统使“全食展”的质量和数量有了大幅提高,也带动了展览规模的快速增长。根据“全食展”组委会公布数据显示,2023年,“全食展”在北京、上海、深圳、广州4站联动,总展览面积已达20万平方米。

实事求是地讲,数字化转型驱动的“数实融合”已经成为会展行业发展的必然趋势,会展企业需要不断创新,积极探索,以数字化手段提升自身竞争力和市场地位,重构实体会展的服务场景,实现可持续的高质量发展。

(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。)

北京国际摩托车展定档5月



中展集团供图

本报讯(记者 马晓玥)记者日前从2023年北京国际摩托车展览会新闻发布会上获悉,2023年北京国际摩托车展览会将于5月19日至22日在北京中国国际展览中心(顺义馆)举办。此次展会由中国国际展览中心集团有限公司与中国摩托车商会共同主办,北京华港展览有限公司承办,展出面积达7万平方米,参展品牌超过500家,预计有2万人次专业观众和10万人次普通观众到场参观。中展集团总裁冯耀祥、中国摩托车商会常务副会长李彬出席发布会。

“以‘科技赋能、文化引领、破圈强链、助推消费’为目标,努力搭建国际化、高质量、高

水平的摩托车全产业链平台。”冯耀祥表示,本届北京国际摩托车展同期将举办40多场活动,立体展示摩托车行业的产品和服务,满足多层次、多样化的市场需求,为摩托车产业创新发展注入新动力。

李彬表示,中国摩托车行业面对复杂严峻的形势,表现出了强劲的韧性。信息化、网联化、智能化、新能源将是中国摩托车的发展方向。

据了解,本届北京国际摩托车展展品牌集中度高,既有宗申、隆鑫、春风、钱江、阳光为首的国内头部企业,也有凯越、奔达、汉威、鑫源、杰迪、台荣等新晋国产势力集中亮相北京摩展,集中展示中国摩托车产业转型

成都工博会促西部工业数字化转型

第二届成都国际工业博览会(以下简称成都工博会)将于4月26日至28日在成都中国西部国际博览城举办。本届成都工博会沿用“工业引领,赋能产业新发展”主题,设置持续聚焦工业自动化、数控机床与金属加工、机器人、新一代信息技术与应用(工业互联网、人工智能、数字化工厂)、新材料、节能与工业配套等7大展区,特设四

川工业馆,预期规模6万平方米,将有650家企业参展。

20余场配套活动将围绕智能制造、强链建圈等产业热点,以西部地区产业结构优化调整为基础,同步聚焦区域产业协同联动发展。“智能制造场景与生态专区”重装升级,延续首创“主办方顶层设计主导+合作方多边协同呈现”理念,集结近十家“川渝造”和全国

升级的成果。

同时,国际化程度较高。以宝马、杜卡迪、凯旋、KTM、比亚乔为代表的欧洲品牌,以本田、雅马哈和川崎为代表的日本整车企业,以及以北极星、印第安和哈雷为代表的北美车企全线出席,使展会的品牌国际化比例提升到空前的高度。

此次北京国际摩托车展也涉及中高端品牌的骑行装备、高质量的零部件展示及定制化的改装服务,将带来与众不同的观展体验。

展现世界 展示精彩

CIEC 中国国际展览中心 集团公司
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CORPORATION

会展传真

米奥兰特双线双展办展模式受青睐

本报讯(记者 毛雯)米奥兰特4月18日发布的2022年年度报告显示,2022年度实现营业收入3.48亿元,同比增长91.76%;实现归属于上市公司股东的净利润5038.5万元,同比实现由负转正,同比增幅为187.41%。

米奥兰特是国内第一家在创业板上市的主营展览主办业务的民营公司,多年来深耕境外办展,是国内领先的境外办展组织者。2022年,米奥兰特围绕“一带一路”及“金砖国家”市场需求为核心,持续开发双线双展产品,针对当前境外展览恢复但中国企业出展依然受阻的市场变化,为中国的外贸企业开拓国际市场量身打造的线上线下、境内境外全流程服务:展前线上搭建“数字化海外展厅”提供在线选品,展品提前出海备展;展会期间线下举办实体展会,展商上线、买家到场,买家零距离体验产品的同时,与卖家通过线上即时商洽了解产品功能;展后进行二次运营服务,帮助展商获得更多采购意向相匹配的买家客户。充分利用一切条件在境外实现线下办展,创新办展模式。

米奥兰特收购了中纺广告展览有限公司60%的股权,这有利于推动其进一步优化市场布局,以点带面拓展RCEP区域市场。通过嫁接AFF展会成熟且成功的过往经验,助力其进一步深耕“一带一路”沿线市场,为举办高端专业品牌展会提供了样板和范例,提升品牌影响力。

第二届会展场馆论坛选址西安

本报讯(记者 毛雯)2023第二届中国会展场馆运营管理论坛(以下简称场馆论坛)将于4月25日至27日在西安曲江国际会议中心举办。

本届场馆论坛聚焦会展场馆数字化收入路径、创新服务、自办会展项目、产业会展平台搭建等话题,邀请英富曼(中国)、中国体育场馆协会运营管理研究中心等机构的管理层进行主题演讲。本届场馆论坛还将设置“会展项目商务洽谈”环节,助力展览、会议主办方与会展场馆洽谈配对。

会展场馆运营管理的效果和质量涉及业主的投资回报和所在城市的会展产业链的完整性,关联所在城市会展业的发展和城市美誉度。场馆论坛是国内首个聚焦会展中心、会议中心和会议型酒店的建设和运营管理的专业论坛,由会展BEN、北京华恺国际展览有限公司主办,西安曲江国际会展(集团)有限公司协办。

国内顶级板式网球赛事落户成都

本报讯 为助力高质量建设世界赛事名城,CPT中国板式网球巡回赛(China Padel Tour)将落户成都,这是成都历史上首次举办CPT-300级别的板式网球比赛。该赛事计划将在目前中国最大板式网球中心鲁家滩潮玩运动公园举行。

中国板式网球巡回赛China-Padel Tour(CPT)是一项全国性板式网球赛事。2023中国板式网球巡回赛的赛事级别分别是CPT-50/100/200/300以及总决赛。其中,CPT-200、CPT-300及总决赛是由国家体育总局、中国网球协会、中国大学生体育协会、中学生体育协会主办的高级别全国性板式网球赛事。

鲁家滩潮玩运动公园是成都温江区打造的最具“运动流量”和“健身体验”的独特地标。板式网球运动中心依照国际赛事标准建设,共计12块全封闭板式网球场,其中有10块室外场地和2块室内场地,是中国首个符合CPT-300赛事承办标准的场地。(宗赫)