

创新会展·项目篇

北京国际摩托车展自主“新势力”唱主角

■ 本报记者 毛雯 马晓玥

5月19日至22日,2023北京国际摩托车展览会(以下简称北京国际摩托车展)在北京中国国际展览中心(顺义馆)举办,吸引500多个国内外知名品牌和来自全国各地的超过8万名摩托车爱好者参与,规模达9万平方米。据记者了解,北京国际摩托车展由中国摩托车商会和中国国际展览中心集团有限公司主办,北京华港展览有限公司承办。在展会开幕当天,国际知名品牌的经典车型和新车发布颇为吸睛,新能源摩托车也成为一大亮点。与汽车产业的发展路径类似,在摩托车产业,自主“新势力”品牌正在异军突起。

“新势力”成亮点

业界人士表示,过去5年,北京

国际摩托车展发展成为国内摩托车行业具有影响力的品牌展会。记者在展会现场看到,不仅哈雷戴维森、杜卡迪、本田、川崎、雅马哈等进口摩托车品牌全线出席,国产品牌影响力也比往届更大,宗申、隆鑫、春风、钱江等国内头部企业带来各自的经典车型,格物、凯越、奔达、鑫源等“新势力”也集体亮相。

本届北京国际摩托车展增设的骑行装备、改装部件、周边文创等展台也成为“摩友”们必去的“打卡地”。从中高端品牌的骑行装备、定制化改装服务,到机车文化和生活方式相结合的沉浸式体验区,再到丰富多彩的摩友互动活动,都给参观观众带来丰富的观展体验。

随着国家对环保的重视及双碳目标的提出,电动摩托车成为我国

摩托车产业发展新的增长点,摩托车电动化的脚步加快,摩托车企业积极布局新能源“蓝海”,电动摩托车成为本届展会一大亮点。

智能化成发展方向

“促进中外摩托车行业交流、推动摩托车消费市场升级。”北京国际摩托车展组委会相关人员表示,本次展会设置整车、新能源摩托车、维修保养和零部件装备、用品和技术、改装、测试和表演、文化展示、其他八大展区,全面展示中国摩托车工业发展成果、同时满足观众了解车辆性能、拍照打卡。

过去几年里,中国摩托车行业表现出强劲韧性。相关数据显示,去年全国摩托车产量已经突破2000万辆,达到近7年来新高,其中

大排量摩托车继续保持高速增长。中国摩托车商会常务副会长李彬分析,在不久的将来,席卷汽车市场的电动化、智能化和网联化也将成为中国摩托车产业的发展方向。

记者注意到,此次宝马展台的量产纯电动摩托车CE04外观很具“科技范”,也十分吸睛。据其参展人员介绍,根据规划,该摩托车都市出行系列将从2030年起实现全面电动化。

感受虚拟体验和文创生活

在“摩影光轮”VR动感体验区,不少摩托车新手正头戴VR眼镜骑坐在摩托车造型的游戏机上,在虚拟世界里感受着真实刺激的骑行体验。

据了解,本届北京国际摩托车

展为满足观众观展体验,设置了文化和生活方式相结合的沉浸式体验区,并通过丰富多彩的活动为摩友提供交流平台。

此外,本届北京国际摩托车展还推出了首部摩圈话剧《摩瞪时代》和“中国耐力”耐力赛活动。其中,话剧《摩瞪时代》连续三晚在首图剧场演出,通过两家族、三代人的悲喜讲述中国摩托车文化的进化史。

展会期间,北京国际摩托车展组委会还举办了摩托车特技表演等40余场活动,通过展示摩托车行业的产品和服务,为摩托车产业创新发展注入新动力。

据记者了解,为满足参展商延长展期,获取更多交流洽谈时间的意愿,此次北京国际摩托车展展期由之前的3天增加到4天,于5月22日闭幕。

展现世界 展示精彩

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

会展传真

廊坊临空国际会展中心 承接首届廊洽会

本报讯 廊坊临空国际会展中心日前进行第一轮压力测试演练,确保将于6月16日至21日举办的2023年中国·廊坊国际经济贸易洽谈会顺畅。据了解,为承办廊洽会,廊坊临空经济区成立了巡视组、安保维稳组、记者接待组、通讯保障组、餐饮保障组等10个工作组。本次演练共调度各类车辆150多辆、超过1200人员参与,通过对场馆单日大客流场景、设备运行、通讯保障、消防应急、安保维稳、医疗救助、服务引领等事项进行全流程、全要素实战演练,发现潜在问题,并进行优化改进。

廊坊临空国际会展中心项目于4月底建成,该项目总建筑面积14.8万平方米,由1个会议中心和4座展馆组成,能够满足高标准展会要求。廊坊临空国际会展中心科创片区,投用后将成为廊坊展示对外开放形象的重要窗口及助力京津冀协同发展的重要平台。

(毛雯)

厦门海外招展与多家 会展巨头签订合作备忘录

本报讯(记者 毛雯)为进一步提升厦门会展文旅国际化水平,加强国际友城交流,近日,由厦门多部门组成的招商招展代表团访问德国、法国、塔吉克斯坦,对接国际优质会展资源、洽谈会展文旅项目,吸引国际会展文旅企业到厦门落地。

记者从厦门市商务局获悉,此次厦门代表团拜访了7家国际会展、文旅机构,2个国际友好城市,与德国汉诺威展览集团、慕尼黑展览集团等国际会展企业签订合作备忘录,引进亚洲运动用品与时尚展等展会项目。

此外,还推介了厦门会展、文旅的独特优势,“4+4+6”现代化产业体系和一流的营商环境。

中国国际福祉博览会 在首钢会展中心开幕

本报讯 5月21日,2023中国国际福祉博览会暨中国国际康复博览会在北京首钢会展中心开幕。这是博览会自2007年首次举办以来的第15届,展期为3天。

本次展会设助行移动辅具、假肢及矫形器、康复训练设备、无障碍设施及养老、沟通障碍康复/低视力等5个展区,展览面积2.5万平方米,有来自中国、德国、美国、日本等14个国家和地区的300余家企业参展,展出一批智能化辅助器具新产品、新技术,如智能代步机器人、柔性外骨骼机器人、智能仿生手、智能灵巧假腿、脑机接口手功能康复机器人系统、3D沉浸式智慧康复系统等。

本届博览会恰逢康复国际百年庆典在京举行,作为庆典的同期活动,博览会特设“康复国际百年专题展”,接待出席康复国际百年庆典活动的国内外人士观看展会,展示我国残疾人辅助器具事业发展成就,促进残疾人领域国际交流合作。此次博览会聚焦辅助器具科技创新、残疾人辅助器具适配服务技术、残疾儿童康复等举办30余场工作研讨、学术交流和技能培训。同时,还面向残疾人和失能老人举办各类康复科普、辅助器具体验、辅助器具产品优惠购等活动。

(宗赫)

「港·潮流」购物节月底在深圳力推香港消费品

■ 本报记者 兰馨

记者日前从香港贸易发展局获悉,“港·潮流”购物节将于5月26日至28日在深圳福田星河COCO Park购物中心举办。据悉,本次购物节将有近80家参展商、超过130家香港品牌,从饮食、生活与时尚三大领域,将香港优质品牌及创意设计产品带给大湾区消费者。

香港贸易发展局助理总裁梁国浩表示,自年初疫后全面通关后,粤港澳大湾区经济复苏势头强劲,香港贸易发展局将于5月底启动“粤港合作周”,并以“港·潮流”购物节作为旗舰活动之一,打造全面通关后粤港澳大湾区首个大型香港消费品推广活动。

据介绍,“港·潮流”购物节希望为消费者提供更具时尚生活感的全新休闲购物体验。在线下展会创新的同时,线上将首次设立微信商城,为参展商搭建线上销售平台,将香港优质品牌引入到内地电商市场。

届时,本次“港·潮流”购物节将通过“Living潮·生活”“Style潮·品味”“Taste潮·品赏”三大主题展区,展示包括消费电子及科技产品、智能家居用品、时尚服饰及配饰品、食品饮料及健康产品等。其中,近80家参展商中,四成为首次进入内地市场。

本次“港·潮流”购物节还将吸引香港时尚服装品牌SPARKLE COLLECTION、家居精品品牌JARDIN DES FONTAINES、专业陶瓷餐具品牌LOVERAMICS等参展。与此同时,香港经典品牌周生生、周大福、奇华、金百加、四洲、李锦记、八珍等,将展示其招牌产品以及一系列新品。

此外,本届“港·潮流”购物节期间,香港贸易发展局将同期举办香港设计产品汇展。该展由香港特别行政区政府“创意香港”赞助,将展出13位香港新锐设计师的逾20件产品,展现香港创意力量,推广香港设计与创意产业的领先优势。

会展新说

复展后 B2B 企业参展目的新变化

■ 李伯文

今年的会展是真的旺。每天都有各类展会、论坛召开。会展活动复苏的推动者,不只是会议展览的专业组织者,所有的B2B企业,也在大力举办和参与各类线下活动。疫情三年的线上尝试让会展行业和企业明白,单纯的线上对于B2B业务赋能效果有限。今年开年以来线下会展的火爆又从侧面验证,疫情后这段时间,B2B企业比疫情前更离不开线下。一方面是因为面对才是B2B最合适的洽谈、沟通方式,对于展示展品、传递信息、建立信任、助力成单,线下更有优势。另一方面,除了能快速重建客户关系外,面对压力巨大的市场及销售KPI,线下会展真的是企业为数不多的、

能在短期内同时获得品牌宣传、获客及商机转化的最佳手段。于是,今年会展节奏又回到了3年前。

但笔者观察中发现,今年的会展业和2019年相比还是有变化的。首先可以明显感受到展会观众人数增多,而贸易交易减少。今年恢复线下展会以来,很多展会观众人数都超出历史记录;但很多观众是来展会观望、获取趋势信息,并没有带着采购任务;对于很多参展商而言,贸易需求已经不是第一需求。

那么,企业参展目的因为什么发生了变化呢?笔者认为,一是社群聚会。疫情3年会展行业营销能力进步很快,内容营销—社区运营—线上直播“三连招”成就了很多优

秀展会,线上社群的建立和运营,极大地解决了日常观众营销的抓手,也促进了展商与观众间的相识与行业沟通。当线下展开幕,线下展会更像是大型网友见面会,让信息交流更进一步,信任更进一步,订单签订更进一步。

二是学习交流。各行业线上会展平台也是学习的平台,大量的图文信息、短视频、直播等,都是资讯、趋势,行业人的经验总结。线下时间更稀缺,分享的内容更浓缩也更精彩,可谓是精华中的精华,参展商及观众也希望在这样的场合,获得更权威、更准确的行业趋势动态、更多的新品与技术,认识更多的专家与行业新星。

琼海会展业迅猛发展,会展服务及软硬件配套设施达到国际水平。每年在博鳌举办的具有国际影响力的各类会议会展活动多达400场,“国际会都”效应正在形成。

据介绍,本次年会将举行中国(琼海)会展经济发展论坛、高端对话、中国会展教育论坛、专题研讨会、圆桌交流会以及中国会展经济研究会理事会等。其中,5月24日,将举行会展全产业链研讨会、会展业跨区域合作峰会、会展法制建设专题研讨会、会展专业领域创新发展座谈会以及中国会展经济研究会五届二次理事会;5月25日,将举行2023年中国会展经济研究会年会暨中国(琼海)会展经济发展论坛、绿色会展、乡村振兴、中小城市会展发展、数字会展等专题研讨会。

本次年会期间,还将特别举行中国会展经济 PLUS 启动仪式、中国会展经济研究会权威发布、成果发布、会展业推介会以及会展

人之夜等活动。

年会期间,会展经济年会组委会将发布《2022年度中国展览数据统计报告》《2023中国会展经济学术年会论文集》和第十五届中国会展经济研究会成果等行业报告及刊物等。此外,还将发布《中国会展主办机构数字化调研(2023)》、2023会展媒体影响力报告。

琼海市副市长张笑寒通过视频形式表示,此次通过会展经济年会邀请会展业界人士在疫后回访琼海,体验博鳌零碳岛绿色设施及感受,助力会展行业高质量发展提速。近年来,琼海以“会展+”模式,带动餐饮、康养、旅游等产业延伸,此次年会的举办将进一步提升琼海会展业的发展。

本次年会由中国会展经济研究会和琼海市人民政府主办,商务部国际贸易经济合作研究院、海南省商务厅支持,中国会展经济研究会秘书处、琼海市商务局(会展局)承办。

三是激发思考。很多时尚类型的展商怕被抄袭不愿意把自己新品放在线上,却愿意在展会上首发;建筑设计师去工程机械类展,是要看有什么新型设备被制造,可以支撑他设计出更夸张更出色的建筑;在某个重点话题上经过圆桌讨论,可能会产生更多新想法,以上种种也是优秀会展能给观众带来的思考与创新。

四是追求增长转向追求利润,表现在谨慎参加活动上。数字化转型初期,参展商更愿意把预算放在销售额的增长上,疫情3年加上数字化转型的深入,企业则更追求利润,会着重考虑看的见的投入产出比。因此企业虽说会继续低成本的广泛

参与线下会展活动,但是会把预算着重投入到少量优质的展会与论坛中,以期可以获得更高的投入产出。

面对这样的变化,我们的会议展览组织者应当顺势而为,注重线上线下的社群运营,兴办展中活动,创新会展形式,借助数字化举办线下贸易撮合,将收到很好的效果。

(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)