

创新会展·项目篇

世界半导体大会聚焦“芯”合作

■ 本报记者 毛雯

2023世界半导体大会暨南京国际半导体博览会(以下简称半导体大会)将于7月19日至21日在南京国际博览中心举办。今年,半导体大会将以“‘芯’纽带,新未来”为主题,聚焦产业链,推动上下游企业协同发展。

半导体大会由江苏省工业和信息化厅、南京江北新区管理委员会于2019年主办,已通过国际展览业协会(UFI)认证。

南京江北新区管委会副主任陈文斌表示,世界半导体大会是半

导体领域国际国内人才、技术、资源交流的行业大会,本届大会在举办同期活动、发布研究成果的同时,还将举办专业展览,实现“会+展”联动效应。

根据半导体大会组委会近日公布,本届大会推出“3+N+1”举办模式,即举办3场主论坛,以及2023年长三角集成电路产业创新发展论坛、第二届先进封装创新技术论坛、第四届国际第三代半导体产业发展高峰论坛、半导体投融资论坛、EDA/IP核产业发展论坛等N场平行论

坛、专项活动和1场专业展会,超过100位国内外专家、学者参会,探讨全球和中国半导体产业发展重点和市场机遇。

据了解,半导体大会同期的展览规模达2万平方米,设置IC设计、封装测试、制造、设备与材料4大展区以及人才专区。展览采取“线上+线下”融合模式,按照“全网络、宽渠道”的思路,促进科技产品与商业模式有效结合。

“随着应用的不断升级,对集成电路产品性能、功耗等提出更

高要求,集成电路技术探索已成为跨越性革命创新的基础要素。”江苏省工业和信息化厅副厅长长池宇表示,在此背景下,举办世界半导体大会将积极探讨在市场下行周期半导体产业的未来发展方向与机遇,以及新型应用场景催生的后摩尔时代技术演进路径,推进全球半导体组织和企业有效地交流合作,促进全球半导体产业链协同发展。

据悉,本次半导体大会期间,长三角“三省一市”半导体行业协会将

联合发布《长三角集成电路(南京)宣言》,聚焦长三角一体化集成电路领域发展,旨在加强合作交流,促进产业链、创新链、资金链、人才链协同发展。

此外,大会将发布《2023年全球半导体产业发展与市场自由度国别排名研究报告》和公布“2022—2023集成电路高质量发展优秀园区、市场与应用领先企业、优秀产品与解决方案”、“2022—2023第六届IC独角兽企业”等评选结果。

杭州发布打造『不夜天堂·乐购杭州』实施方案

■ 本报记者 兰馨

杭州市商务局近日印发《关于打造“不夜天堂·乐购杭州”的实施方案》(简称《方案》)的通知,《方案》提出大力发展夜间经济,着力推进会展消费,鼓励开展促消费活动,支持打造新消费场景。

《方案》提出,评估认定一批具有国际水准、特色鲜明的夜间经济集聚示范街区。鼓励每个主城区确定一个区级夜间经济集聚示范街区,发布“杭州十大夜地标”和夜间经济消费电子地图。

依托主城区及县域重点商圈,支持综合体、商业特色街提升夜间购物便利度和体验感。突出直播经济特色,鼓励主播在综合体、步行街等商业区域开展直播活动,宣传杭州夜购的活跃氛围。

紧紧围绕亚运会,以“数智+亚运+消费”为特色,举办贯穿全年的亚运消费季。坚持市区街、政银企、线上线下、商旅文、内外贸“五个联动”,举办老字号进亚运村、亚洲美食节等各具特色的亚运主题促消费活动。

鼓励市场主体举办各类促消费活动。每年组织评定一批参与人数众多、形式新颖、成效显著、具有较大影响力的年度特色品牌促消费活动。

加快人工智能、大数据、区块链等新技术应用,迭代升级街区、综合体等消费新场景。开发蕴含城市元素、宋韵文化、时尚潮流的定制化、个性化消费场景。

《方案》将于7月22日起施行,为期三年。



7月3日至5日,第十六届中国(临沂)小商品博览会在临沂国际博览中心举办。据悉,本届博览会规模达5.1万平方米,设展位1600个。展品涵盖塑料制品、厨具用品、清洁用品、一次性用品、玻璃制品、洗化用品、商超礼品、直播网红产品、供应链选品等。博览会期间,多家参展商举行新品发布会、产品订货会等活动。

为帮助未到博览会现场的采购商了解更多信息,本届博览会采用“云端+线下”相结合,推出线上博览会、主播陪您逛展会、专业观众会客厅等创新模式。通过抖音、快手等新媒体平台直播方式将博览会现场的产品以及展台展位设计等信息实时传递给更多潜在客户。

(肖鲁奕)

2024成都世园会主会场核心场馆封顶 年底竣工投用

■ 本报记者 毛雯

7月2日,2024年成都世界园艺博览会(以下简称成都世园会)主会场天府人居馆和植物馆相继完成主体封顶。这标志着成都世园会主会场的核心场馆全面封顶,迈入了崭新的建设阶段。

据中建八局项目现场相关负责人介绍,整个世园会主会场核心场馆包括综合服务馆、主展馆、散花楼等,总建筑面积约5.4万平方米,历时100多天建设,目前,已全部封顶。

据了解,2024成都世园会主会场选址成都东部新区锦溪河生态绿廊,规划面积3633亩,同步规划了新津现代农艺、温江川派盆景、郫都花卉产业、邛崃生物多样性保护4个分会场。

据成都园博公司工程建设部相关负责人介绍,世园会主会场核心建筑各场馆设计新颖、单体众多。为了抢抓建设进度,项目团队进行了大量的施工推演,统筹排布、穿插推进。在核心建筑全面完成主体结构封顶的同时,先期封顶的场馆已

经率先进入二次结构、装饰装修和机电安装阶段。

目前,世园会综合服务馆二次结构已完成100%,装饰装修已完成30%,主展馆二次结构已完成70%,装饰装修已完成10%,散花楼二次结构已完成60%,装饰装修已完成20%。接下来,项目将全面进入装饰装修及机电安装施工阶段,预计将于2023年10月完成幕墙及屋面工程施工,2023年12月完成装饰装修施工、设备安装调试。

会展大咖说

市场驱动阶段会展增量离不开新媒体营销

■ 潘涛



作者简介
苦瓜科技创始人、董事长
中国会展经济研究会新媒体营销工作委员会主任

今年以来,会展行业出现明显的周期性变化,一季度会展存量集中爆发后,二季度的增长略显疲软。究其原因,笔者认为会展行业用户的习惯正在发生变化。

经过三年的市场变化,参展商和观众已经越来越习惯线上模式。在预算有限的情况下,哪种方

式能带来更好的成交效果,用户就会选择哪种方式。而这也给主办方在新媒体营销和内容产出提出了更高的要求。

今年5月,中国会展经济研究会会展新媒体营销专委会发布的《会展新媒体影响力报告》(简称《报告》)显示,96%的主办方开展了不同形式的新媒体营销,并且100%的主办方认为新媒体营销对招商和招观有提升作用。

在众多新媒体渠道中,主办方最常用的渠道分别是自媒体、官网和信息流广告,占比均超过了75%。这一数据表明,主办方的新媒体营销意识的提升,令新媒体在行业的普及程度非常高。

但另一方面,主办方的渠道投放策略依然比较粗犷,大多数主办方在投放时只区分展商和观众,没有对多地域、性别、产品倾向做进一步的细分。这是目前制约行业新媒体营销的一个重要因素。用户细分和精准营销是新媒体营销的优势所在,目前在会展行业尚未得到发挥。

这也是导致主办方不敢在新媒体营销方面加大投入的原因。

《报告》显示,42%主办方的新媒体营销预算小于整体预算的10%,单届投入10万元以下的展会占比达到48.9%。当展会的营销策略性和精准性提高以后,相信新媒体营销会是展会市场驱动的下一个增长点。

新媒体,拼的还是“内容”。用户对会展营销是选线上还是线下渠道的倾向性正在消失,多数展会适合的渠道其实就那两三个。最终的竞争力还是来自内容本身,这导致会展公司的内容生产越来越卷。前几年我们一直呼吁的视频号、直播赛道的窗口期可能正在消失,那些还没有让用户形成阅读和观看习惯的展会自媒体账号将越来越难做。

《报告》数据显示,在更新频率上,日更的主办方大概只有16%,近35%的主办方仅在有展会阶段进行大量宣传,非展期就奉行“无为而治”了。在其他行业,这种“以我为主”的方式正在被市场逐步淘汰。

内容从哪里来?除了讲自己的展会还能讲什么?笔者认为,从“产业思维”和“美好思维”出发,发现展会上的美好瞬间,发现

用户在整个产业领域的差异化需求,才能不断产生优质的新媒体内容。

近几年,我们看到不少由行业媒体转型而来的会展公司,进入行业后带来了行业对会展“新物种”的广泛讨论。在笔者看来,一方面代表我们会展行业的客户对内容有着广泛的需求;另一方面为我们转型“展会+内容”的整合营销提供了范式参考。

毋庸置疑,内容生产是会展企业“一把手工程”,未来企业战略对新媒体内容的重视程度将很大程度决定会展企业在行业的深度和广度。

新媒体营销的难点是人才。不可否认,相较于快消品、电商等行业而言会展行业比较传统。由于会展本身存在很长的周期性,新营销方式的试错风险会高于其他行业。这也是为什么会展行业的营销模式更新总是慢市场半拍。

想要在后疫情时代实现突破,随时应对市场的变化非常重要,而这需要成熟的行业营销经验,归根结底是对关键岗位上人才的需求。

现阶段,会展行业人才缺乏的

主要原因有两个:一是行业内营销模式相对陈旧,难以在短时间内培养出能快速应对市场变化的人才;二是会展验证周期相对较长,泛行业人才进入会展行业也会出现水土不服的状况。

加之会展项目团队普遍较为精简,没有多余编制给到市场营销,专职的新媒体营销人员在行业属于稀缺品。调查数据显示,44.9%的会展主办方市场部团队规模在1至3人,这对人才的复合能力要求较高,难以产出高质量的内容,对新媒体渠道的研究不深入也就情有可原。

也就是说,今年想要通过市场驱动带来展会增量,加大对人才的吸引将尤为重要。

总而言之,结合今年上半年的会展市场观察,会展行业的新媒体营销依然保持着强劲的增长动力,内容是“舟”,渠道是“水”。找到适合自身的渠道,创作有价值的内容,会展营销就可“顺水行舟”,越行越远。

(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,转载请开通白名单。)

展现世界 展示精彩

中国国际贸易中心集团

会展传真

广州扶持资金支持境外举办展会

本报讯(记者 兰馨)广州市商务局日前公布《广州市商务局关于印发2023年广州市重点境外展会目录的通知》明确,经评审,广州选定一批线下展会平台作为2023年广州市重点境外展会。

通知提出,广州将对企业参加目录内境外展会,按每家企业每个展会省市支持比例合计不超过展位费实际支出的80%、合计不超过5万元给予支持,单个展会市级资金支持金额不超过3万元。

通知还明确,每家企业最多申请不超过5个境外展会项目,每个境外展会项目最多可申请1个9平方米计的标准展位。对参加目录外展会的企业,按广东省有关政策予以支持。

深圳国际会展中心配套酒店项目启用

本报讯(记者 兰馨)深圳国际会展中心洲际酒店日前在深圳宝安会展片区正式启用运营。这意味着深圳宝安区会展商圈再添新成员,将为深圳宝安会展片区经济发展注入新动能。

目前,深圳宝安区已启动世界级商圈顶层设计,推动会展片区产城融合发展,着力打造集会展、商贸、购物、商务为一体的深圳国际会展中心商圈。近年来,皇冠假日、希尔顿等一批星级酒店已相继入驻宝安会展片区。

深圳国际会展中心洲际酒店坐落于宝安区福海街道福园二路,距离深圳国际会展中心800米,邻近国展北站12号线和20号线,距离深圳机场北站直线距离6.4公里,距离深圳宝安国际机场17公里。

杭州大会展中心周边配套项目开工建设

本报讯 杭州大会展中心重点配套项目近日集中开工,标志着杭州大会展中心周边配套项目进入全线铺开建设阶段。

据了解,杭州大会展中心周边配套项目7个,总投资约20亿元,计划2024年9月与杭州大会展中心一期同步投入使用。

杭州有关方面表示,杭州大会展中心建成后,将大幅提升杭州承接大型会展活动的能

力。今年,全球数字贸易博览会升格为国家一类展会。据悉,建成后的杭州大会展中心,将成为全球数字贸易博览会的永久会址。

第二十九届兰洽会设现代农业馆

本报讯 第二十九届兰洽会于7月6日至10日在兰州举办。本届兰洽会现代农业馆规模414平方米,设置“一屏八区”,分别为LED电子大屏和现代种业展区、绿色蔬菜展区、牛羊产业展区、智慧农业展区、马铃薯产业展区、林果产业展区以及裸眼3D沉浸式体验区和现场品鉴区。

据介绍,现代农业馆布置以现代、简约、科技、时尚的设计理念,结合声、光、电、裸眼3D、图文、灯箱等多种方式,集中展示甘肃省各市州现代农业发展现状。

(张烨)