

创新会展·企业篇

谁是会展元宇宙场景新生态的共创者？

■ 本报记者 兰馨

整合交互技术

今年8月,第40届国际计算机图形学会议(Computer Graphics International 2023,简称CGI)将在上海举办,这是CGI大会首次在中国举办。本届CGI大会是近四年来的首次线下举办,元宇宙技术和数字人、渲染、可视化等技术被列为主要选题。上海曜境互联网信息技术有限公司(以下简称曜境)作为此次大会的线上线下主承办方,打破传统会议形式,将CGI大会带到曜境元宇宙的国际会议中心。在元宇宙世界里,与会的每个人都化身虚拟形象,在移动端操控自己的人物进行行走、聊天互动。近日,曜境互联网战略合伙人姜浩在接受《中国贸易报》记者专访时表示,曜境元宇宙在数字人导览、虚拟展厅、虚拟会议等应用场景的案例分享,帮助会展活动项目合作方实现场景新生态设计。

“我们将数字技术进行融合,帮助客户在会展活动项目中实现场景化应用。”姜浩表示,随着创新技术在会展活动的应用,正推动会展业线上线下沉浸融合的迭代升级。曜境作为技术服务方需根据客户会展项目的专业及特点,将创意和需要交互的AR/VR技术进行融合并运用于展前、展中、展后,为参展商提供服务,为受众群体设计场景体验,同时外延展会平台效应,实现数字化赋能。

姜浩认为,进入线上线下双线会展运营时代,增加展会转化效率以及AIGC在会展营销中的新场景,这些主题将引领会展行业的创新思维。

今年5月底,笔克集团元宇宙上线。姜浩介绍,曜境作为笔克集

团与联通沃橙、263网络通信联合打造的元宇宙首批上线平台,融合了263网络通信结合音视频底层技术、人工智能及VR/AR科技的3D虚拟直播技术,中国联通子公司上海沃橙的中国互联网电视(IPTV)服务和手机用户基础,以及在云游戏和云渲染技术,提供会展新生态场景服务。

扩大数字业务

当下,数字人客服、导购、主播、虚拟展厅、购物中心、智慧门店解决方案等对应的应用场景正处于快速上升阶段。与此同时,在新消费环境下,ChatGPT、元宇宙、AIGC成为会展业后疫情时代的焕新力量。近日在上海举办的2023UFI中国圆桌会上,构建会展数字生态成为业界共识。目前,国内会展主办方在数字生态上已形成梯队式格局,其中较早试水数字化的群体已经实现

数字化收入。

“曜境是免下载的沉浸式元宇宙平台。”姜浩介绍说,曜境设计涵盖虚拟现实、游戏、社交以及双线联动购物,通过数字及区块链技术增强创意产品的传播,通过5G元宇宙平台打造融合虚拟娱乐和商业创新业态,营造数字化体系消费模式。

在今年的上海车展期间,笔克为东风标致设计了车友元宇宙社区。据了解,曜境元宇宙将为未来车产业链相关企业打造应用场景和配套服务生态。

近日,上海前滩东体元宇宙项目在参加2023世界人工智能大会(WAIC2023)期间受到关注。该项目作为曜境参与建设和运营的“元”上东体展区,利用虚拟现实、元宇宙等技术,将上海浦发银行东方体育中心的场馆设施、赛事活动、健身课程等“搬到”云上。据介

绍,东体元宇宙已着眼尝试未来商业消费线上线下联动模式,引进前滩商圈热门场所,预留了元宇宙中消费的想象空间。

共创发展模式

“现阶段,会展业融合场景体验与服务创新还处于起步和探索阶段。”姜浩认为,实现会展元宇宙是一个渐进的过程。未来,随着人工智能技术的不断迭代,元宇宙将创造用户沉浸式感知的高阶体验,它将重塑经济模式。尤其是生成式人工智能技术,将极大地加速元宇宙的发展。

姜浩表示,通过不断的尝试多种类型元宇宙项目,曜境探索并找到了适合自身可持续发展的模式,通过与品牌IP及相关机构的合作,共创线上可持续发展的数字化社区,并通过多种有机运营手段保持社区的长期活跃与转化。

成都第31届世界大学生夏季运动会进入倒计时

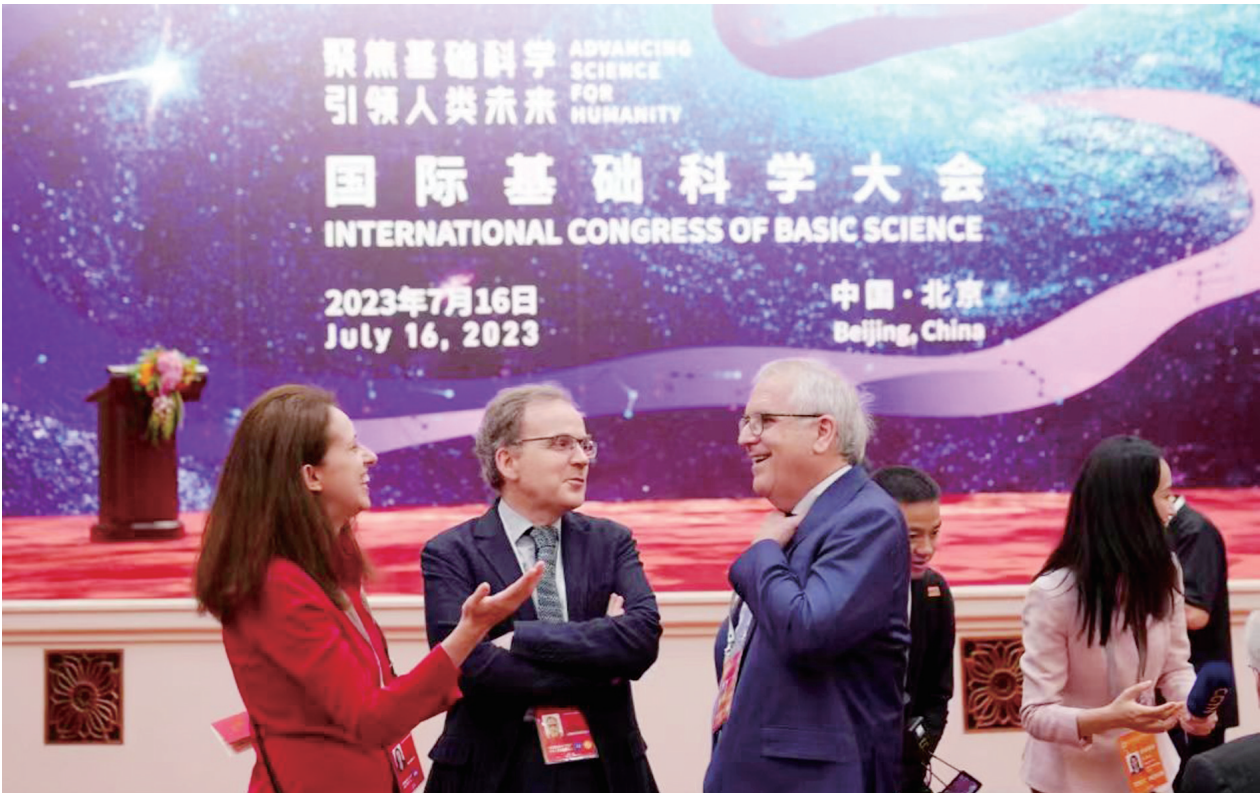
■ 本报记者 毛雯

7月28日,第31届世界大学生夏季运动会(以下简称成都大运会)将在成都开幕。作为我国第三次举办的世界大学生夏季运动会,也是西部城市第一次举办世界性综合运动会。

7月14日,成都第31届世界大学生夏季运动会火炬传递成都站在西南财经大学、四川交通职业技术学院、成都中医药大学、四川农业大学和成都工业学院举行。7月20日和26日,成都第31届世界大学生夏季运动会火炬传递将继续在成都市内部分高校和东安湖体育公园进行。

7月12日,成都第31届世界大学生夏季运动会中国大学生体育代表团成立大会在吉林省长春市召开。据介绍,成都大运会中国代表团由700余人组成,其中,来自全国25个省(自治区、直辖市)百余所高校的411名运动员将参加成都大运会全部18个大项的角逐。运动员的平均年龄22.9岁,男运动员206人,占50.1%;女运动员205人,占49.9%。

成都大运会两度推迟,为最大限度降低疫情对学生运动员参赛的影响,国际大体联拓宽了运动员参赛资格,参赛年龄由原先的“18至25周岁”调整为“18至27周岁”,原先的“仅限在校和毕业不超过1年的大学生参加”调整为“允许在校和2020、2021、2022三年内毕业的大学生参加”。该决定增加了各会员国家和地区运动员选派空间,也为因疫情影响与成都大运会失之交臂的大学生运动员创造了重返赛场的机会。



济南2023盛夏泉城狂欢季设五大板块

■ 陆肖东

济南市政府新闻办公室日前举行新闻发布会宣布,进入7月后,亲子游、毕业游等暑期需求迎来快速释放,暑期旅游客流持续攀升。

为应对暑期客流高峰,济南市文化和旅游局组织济南区县文旅部门和文旅消费聚集区、旅游景区、文博场馆、演艺场所等行业以“2023盛夏泉城狂欢季”为主题,策划推出潮流夜场、花样乡村、艺术演艺、避暑山野、快乐亲子等五大板块300余项文旅活动。

据了解,济南市各级夜间文旅消费集聚区策划推出了一批夜间文旅消费主题活动,为游客提供全时段的游玩体验。济南融创文旅城启动潘吉拉奇幻夜、泰嗨奇妙夜等暑期主题活动;济南方特东方神画连开72天暑期场次,白天泼水狂欢,夜场国风体验,开展国风电音节、九州非遗市集、花朝月夜快闪秀等活动。印象济南泉世界举办济南小吃文化节、国潮花园啤酒节等活动,还精心打造了“民俗文化展馆”和“非遗文化工坊”研学课程;CCPARK创意港推出“仲夏

剧之梦”文化惠民免费看剧系列活动,每周六晚准备了世界经典童话剧目,每周二、三、五举办脱口秀演出;欧亚大观园举办《山海经》消暑游园会,以《山海经》奇珍异兽造型为美陈打卡点,吸引游客游园消费。

济南各大商场、城市广场也将开展精彩的啤酒节、小吃节活动。例如,奥体中心的城市绿洲国际啤酒嘉年华、园博园景区的第二届国际精酿啤酒音乐节和灯光节、商河县温泉基地的国潮新地摊啤酒音乐节等,给夜晚的城市增添更多活力。

7月16日,首届国际基础科学大会在北京开幕,主题为“聚焦基础科学,引领人类未来”,并颁发了基础科学终身成就奖和前沿科学奖。本届大会将持续两周,举办500余场大会、专题学术会议及卫星会议,为国内外学者交流与共享学术成果搭建桥梁。中国当代数学展览也将拉开序幕,展现我国数学的发展历程与成果。(贝克)

会展新说

从百年勒芒大赛再看城市与会展的联动关系

■ 胡中华

众所周知,欧洲是会展经济的发源地,会展强国绝大部分来自于欧洲。准确来说,基本集中于西欧知名的国家,会展产业高度发展的城市则大多数为该国的核心城市。然而,根据观察不难发现,西欧的会展行业有一个有趣的“谬论”,一个会展项目能否长远发展有时候并不完全取决于城市本身的会展产业是否高度发展。

换句话说,当一个会展项目质量过硬时,它们经常能“摆脱”人们熟悉的会展“硬件”的制约,如会展基础设施是否成熟,如城市公共交通便利、可进入性程度,或是本地酒店客房供应量以及“软件”,是否具备一个会展旅游局等的制约,“反常”地持续增长。例如,西班牙著名的西红栎节的举办地是在一个名为布尼奥尔小镇、著名的世界经济论坛所在地达沃斯是一个群山连绵的小乡村、世界最大的电音节之一的明日世界音乐节的举办地是比利时的博姆小镇等,网上很难找到一个像样的中文介绍,但这并不妨碍它们在各自领域成为国际标杆式会展节事项目。究其原因,关键在于其城市综合会展的运营理念。

在西欧,不论项目大小与否,一个成功的会展节事项目往往包含两

个核心的元素,即城市会展和综合运营。所谓城市会展,在于会展项目不能脱离城市;综合运营的关键是项目运营不能仅停留在项目本身,必须具备向外延伸的张力和运营能力。以笔者所在的法国智奥会展集团服务的勒芒大赛24小时耐力赛100周年赛事为例,该赛事自1923年创办至今,已成功打造成为与世界一级方程式锦标赛(F1)、世界汽车拉力锦标赛(WRC)并称的世界最著名和最艰苦的三大汽车赛事。有趣的是,举办地勒芒其实只是法国西部的一个小乡村。倘若我们跟一个非赛车粉丝的法国人闲谈勒芒,也许他们脑海中首先出现的是勒芒特产——法式熟肉酱。但对于一个赛车迷来讲,不论来自哪个国家,他们基本都格外熟悉勒芒这个城市。

笔者注意到,去年的勒芒24小时耐力赛结束数周后,今年的100周年赛事宣传便启动了。事实上,今年的勒芒赛事也是迄今为止最为精彩的勒芒大赛。首先,今年大量知名车队回归,包括阔别勒芒半个多世纪的法拉利车队、历史上夺冠次数最多的且正值75周年的保时捷车队和时隔21年后重返勒芒的美国代表凯迪拉克车队。值得注意

的是,勒芒历史上有不少2支队伍较量的佳话,如福特对决法拉利和保时捷对决法拉利。法拉利今年与保时捷同时回归,媒体关注度自然更高。倘若把法拉利、保时捷定义为过去的王者,时下的勒芒正处于丰田五连冠的王朝,复出的豪门能否把风头正旺的丰田拉下神坛,自然是另一个关注热点。于是,可以总结第一个特点,便是欧美的知名会展节事项目张力格外明显,用更直白的语言来描述,便是他们格外善于讲故事。

会展项目张力一般有两个来源,一是来自参与者,如赛事的选手、峰会的赞助商或是展览的展商等。二是来自与主办方的会展项目内容设计与编排。尽管勒芒24小时耐力赛以24小时不间断长时间赛车著称,但本质上只是一个24小时的赛事,从6月10日下午4点开始,到6月11日下午4点结束。与世界杯、奥运会、法网等持续数周的其它类别的赛事项目相比,勒芒赛事其实周期较短,但今年组委会从6月1日起便开始设计内容,一直持续到6月11日共11天,充分最大化利用观众逗留时间。同时,内容上除了在赛道举办的赛事外,还包括著名的车队市中心城市

游行、专题展览、体验活动等,一方面使当地居民能充分分享赛事带来的愉悦和光荣,减少因赛事带来日常生活不便的抵触感。另一方面也能让本地商铺更好地分享因大量游客的涌入和相对长时间逗留所带来的商机。这便是城市会展的一个很好的体现,会展项目与城市的有机深度绑定,这也是为何欧美的会展项目经济效益拉动系数相对较高的原因,因为会展项目的经济潜力得以充分挖掘和释放。

城市会展的另一个体现则是城市装扮,道理其实也不复杂,当我们把会展与城市有机结合的时候,会展项目的承载场馆便不仅停留于场馆的四面墙之内,而是整座城市即场馆,场馆即城市,这样的案例在西欧其实比比皆是,这里包括公共交通工具上的广告、城市核心地段的会展装置、城市的广告牌和电视、电台等大众媒体的覆盖。在城市装扮方面,小城市明显要比大城市更具优势,因为地方相对较小,更容易出氛围效果,投入上也更经济。

要把城市会展落到实处,项目综合运营的能力需求便自然呈现。在欧美运营大型会展项目其实同样需要协调多方利益、统筹运营。与

我国相比,尽管痛点不完全一样,但其实难易程度相当。最后,来看看勒芒交出的非常耀眼的成绩单,笔者通过与当地旅游局的交流获悉,勒芒常住人口约15万人,今年付费门票共出售32万张。基于过去数据的参考,一般外国游客约占30%;本省居民约占25%。去年在疫情还未完全摆脱的情况下,勒芒24小时耐力赛为城市实现约1.2亿欧元的创收,他们自豪地向笔者介绍,我们大概每25年“承办一次奥运会”。今年的统计数据尚未公布,但如无意外会是另一个飞跃。

大量的案例显示,办好一个会展确实更容易带旺一座城市,题材选对和科学合理运营,中小城市也有机会实现弯道超车。

(作者系法国智奥会展国际部项目经理)



本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

展现世界 展示精彩

CICE 中国国际展览中心 集团公司
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CO.,LTD.

会展传真

澳琴会展业协同发展

本报讯(记者 兰馨)记者日前从澳门贸易投资促进局了解到,澳门贸促局首次联同横琴粤澳深度合作区经济发展局近日举行横琴政策及会展现状介绍会,探讨澳门横琴会展业创新发展新模式。

横琴粤澳深度合作区经济发展局文旅会展商贸处处长林衍杰表示,近日已经出台《横琴粤澳深度合作区会展产业扶持办法》以及《横琴粤澳深度合作区加快会展产业发展三年行动计划(2023—2025)》,旨在培育和引进优质会展企业、项目落户合作区,希望通过本次交流进一步加强澳琴会展业联动发展。

有澳门会展业界人士表示,计划将介绍会上的项目纳入今年在横琴深度合作区办展项目之一,加大开拓澳门会展活动在横琴的市场。

上半年301场 规模以上展会落地海口

本报讯 据海口市商务局日前公布的数据显示,今年1至6月,海口累计举办规模以上会议301场,同比增长159.48%;展览33场,展览总面积51.82万平方米,同比增长78.38%。

今年上半年,海口市抓住消博会契机,围绕“免税、商圈、特色文化街区、餐饮、旅游”等五大板块,联动四个区,开展逛在消博会购在免税城、一街一品烟火人间、琼州家宴千年文俗——千人长桌宴等一系列配套活动,以“五一”小长假为抓手,通过“会展+演绎+旅游”赋能,开展水母音乐节、新能源汽车展等大型活动,推出五月五折全民促销季,持续推动消费热潮,消博会溢出效应不断凸显。

下一步,海口将探索构建“大会展、大商务、大旅文”共同融合发展的会展新格局,在重点抓好重大品牌会展活动的同时,培育定期定址在海口举办的品牌会展活动,引进国际性会展项目落户海口,以产业项目化的理念推动会展业高质量发展。(海夏)

厦门前6月“百展千企拓市场”意向订单额累计超50亿元

本报讯 今年以来,厦门市商务局持续推进“百展千企拓市场”,真金白银鼓励、推动、支持厦门企业“走出去”找回订单拓市场。

据不完全统计,今年5至6月,163家次厦企“走出去”参加26场海外展会,展会涵盖石材、卫浴、服装、鞋子、食品等领域,参展企业足迹遍布德国、菲律宾、澳大利亚、俄罗斯、匈牙利等国家和地区。

截至6月底,“百展千企拓市场”活动推动528家厦门企业参加境外61场各类展会,意向订单额累计超50亿元,实现“百展”“千企”目标双过半。(商晓言)

中国网络文明大会 文旅发展论坛在厦门举办

本报讯 7月18日在厦门开幕的2023年中国网络文明大会设立数字文旅发展论坛,本次论坛以“数字链接古今 网络贯通世界”为主题,邀请国内外数字化、文博考古、旅游等领域专家和代表共同探索古籍文物在数字时代的创造性转化和创新性发展,以及在数字技术赋能下,文旅产业如何实现高质量发展。

数字文旅发展论坛由中央网信办指导,中国互联网发展基金会、故宫博物院、中国文物交流中心共同主办,光明网、腾讯SSV承办。论坛还将举行故宫博物院多语种网站发布上线仪式、古文字与中华文明传承发展工程“故宫博物院藏古文字数字平台”发布上线仪式、“‘互联中国’@绿色生活”公益广告征集启动仪式。(温羽霞)