

创新会展·项目篇

从音视频智慧集成展到演艺灯光工艺设计研修班

文旅演艺市场的一条“炫技”生态链

■ 本报记者 兰馨

8月21日,为期5天的首期演艺灯光工艺设计高级研修班在上海开班。这是中国演艺设备技术协会在举办2023国际音视频智慧集成展(深圳,下称音视频智慧集成展)后,遴选首批高级工程师的首个培训计划。

7月中旬,在深圳举办的音视频智慧集成展继续采取“线下参展+线上直播”形式,吸引89个国家和地区的超过1000家企业品牌参展,令展会现场成为音视频技术集成、信息集成、资源集成、服务集成的“秀场”。

近年来,我国系统集成及音视频生产 and 智造技术升级,令国际同行高度关注。

“链”接产业生态

“本届展会,国际参展商占比超出预期。”中国演艺设备技术协会理事长朱新村接受《中国贸易报》记者采访时表示,本届音视频智慧集成展的规模仅恢复到疫情

前的85%,预计到下一届展会将全面恢复并超过疫情前的展览规模。

为满足专业与消费市场边界日益融合、个性化需求升级,本届音视频智慧集成展与第20届深圳国际LED展、UDE 2023国际半导体显示博览会同期举办。业界人士表示,三展联合同期同地举办,将展会升级为国际音视频集成以及国际上多种新型显示技术、数字应用为一体的产业链平台,促进制造企业由提供“产品”,向提供“产品+服务”转变,促使参展商提供系统解决方案、柔性化定制、生态链协同、全生命周期管理等增值服务。

“融”合场景应用

记者从音视频智慧集成展组委会了解到,为展示多种场景应用解决方案,有参展商与上下游产品制造商联合展示生态场景,为客户提供一站式体验服务。其中,专注音视频会议系统及舞台灯光音响系统工程集成服务的中创世纪,与

Bose、Absen、PR 珠江灯光等生态伙伴合作,可为客户提供小型会议室、洽谈室、个人办公主题乐园、品牌专卖、酒店公寓等多种场景应用解决方案。

此外,明道以G-MetaHalo“万物互联”物联智慧系统,通过“文化+科技+运营”融合实践案例参展,结合主题内容、文化IP、体验行为、商业运营等为文旅景区、主题公园及展览展示沉浸式体验空间,展示数字文旅整体解决方案,助力文旅数字化。

文化新业态机遇

“疫情后,文旅演艺市场出现报复性增长。”朱新村介绍,根据中国演出行业协会统计数据,今年上半年,全国营业性演出(不含娱乐场所演出)场次19.33万场,与去年同期同比增长400.86%;演出票房收入167.93亿元,与去年同期同比增长673.49%;观众人数6223.66万人次,与去年同期增长超10倍。

根据国家统计局7月30日发布的数据显示,今年上半年,全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入59357亿元,同比增长7.3%。

文化新业态营业收入占比接近四成。上半年,文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入23588亿元,比上年同期增长15%,快于全部规模以上文化企业7.7个百分点,增速比一季度加快3.9个百分点。文化新业态行业营业收入占全部规模以上文化企业营业收入比重为39.7%,占比高于上年同期2.6个百分点;对全部规模以上文化企业营业收入增长的贡献率为75.6%。

朱新村表示,当下,尽快提升演艺工程和生产厂商服务升级,才能促进智慧集成设备行业整体提升。

升级服务技能

“在万物互联背景下,场馆面临着创新设计的挑战。”朱新村表示,现阶段,多数场馆面临着固定

安装设备创新升级的压力,一方面是设施设备更新,一方面是技术服务人员技能的提升。鉴于此,今年在音视频智慧集成展举办期间,首次举办演艺场馆设计国际论坛(下称论坛),以推动演艺场馆设计创新升级。

“本次论坛为建筑师群体搭建了一个建筑、科技、人文跨界交流的平台。”中国工程院院士、华南理工大学建筑设计研究院有限公司首席总建筑师何镜堂在出席论坛时表示,建筑师既要懂得作为科学家、工程师所必须懂的逻辑分析能力,也要有艺术、文化的一面,不断创新场馆设计。

“我国演艺装备及音视频等领域,尤其是灯光、舞台机械及音视频等产品,达到国际领先水平,但在产品与市场服务衔接上出现不匹配。”朱新村表示,首期培训希望促成工程服务商达到技术与艺术、理论与实践的融合,解决行业当前人才缺乏困境。

第二十三届投洽会·深度聚焦双向投资

■ 本报记者 毛雯

8月22日,国新办举行新闻发布会介绍第二十三届中国国际投资贸易洽谈会(下称投洽会)。商务部部长助理陈春江表示,第二十三届投洽会将于9月8日至11日在福建厦门举办。本届投洽会是商务部开展“投资中国年”招商引资系列活动的重要一站。

据介绍,本届投洽会紧扣“扩大双向投资 共促全球发展”永久主题和“开放·融合 引领高质量发展”年度主题,展览面积12万平方米,设置持续提升国际投资论坛、鼓浪屿论坛等品牌活动,高质量促进国际投资合作。

投洽会呈现三个特点

一是国际化更加鲜明,积极践行全球发展倡议。本届投洽会有三个国家担任主宾国,分别为巴西、塞尔维亚、卡塔尔,是主宾国最多的一届。

二是专业化更加显著,充分发挥公共产品作用。投洽会期间将发布《世界投资报告2023》(中文版)《中国外资统计公报2023》《中国外商投资指引(2023版)》《中国外商投资报告2023》《中国双向投资报告2023》《境外经济贸易合作区高质量发展报告2023》等权威报告,提供投资促进专业服务,打造国际投资风向标,为国际双向投资提供专业参考。

三是品牌化更加突出,深度聚焦双向投资。预计举办各类会议论坛50余场;将举办中国投资·跨境投资高质量发展论坛,发布《中资企业国别发展报告(阿联酋、法国、墨西哥、乌兹别克斯坦篇)》,助力企业进一步提升参与国际竞争与合作水平;将围绕多双边经贸合作,举办中美省州经贸合作研讨会、首届中巴(西)省州经贸合作研讨会等一批特色鲜明的品牌活动。

采用“1+1+3+N”形式

本届投洽会期间,商务部与福建省政府共同举办“投资中国年”主旨论坛暨福建专场推介。

据介绍,本次主旨论坛以“投资中国 共创开放繁荣的美好未来”为主题,采用“1+1+3+N”形式。即举办一场外资企业圆桌会、开展一场主题论坛,举办三场产业投资趋势专题研讨,分别聚焦绿色发展、智能制造、股权投资三大议题。

“N”场配套活动,主要为专题信息发布和项目对接,包括外商投资促进专题发布会,将发布《中国外资统计公报》《中国外商投资指引》《中国外商投资报告》等3份年度报告等。同时,还将举办多场项目路演,为企业提供互动交流平台。

融入共建“一带一路”

今年是“一带一路”倡议提出十周年。十年来,投洽会主动融入共建“一带一路”,为我国与“一带一路”沿线国家和地区的双向投资合作搭建桥梁和平台。本届投洽会主要从三个方面着力:一是广邀“一带一路”沿线国家参会;二是举办“一带一路”主题论坛;三是展示“一带一路”交流合作成果。

据介绍,大会充分融合“一带一路”元素,在“两国双园”展区,展示中菲、中印尼经贸创新发展示范园区建设成就和发展前景;在中国—中亚国家合作展区,展示我国与中亚国家经贸合作和人文交流成果;在“丝路海运”展区,展示丝路海运发展成就及海丝沿线国家港航合作成果。



中国海装展选址福州

■ 本报记者 毛雯

中国船舶集团有限公司日前公布,中国海洋装备博览会(下称中国海装展)将于10月12日至15日在福州举办。这是该展会首次举办,预计规模将达10万平方米,将设置船舶制造、绿色能源动力、海工装备、航运物流及装备等17大展区,展现我国海洋装备领域的最新发展成就。

据悉,本届展会期间,中国船舶集团

将举办海洋装备产业链供应链生态大会——中国船舶集团供应商大会和船海产业产品技术交易会,发布中国船舶集团供应链转型发展趋势报告。

本次中国海装展将吸引包括全球各大海运集团、知名船东、航海装备总装制造企业、航海服务企业、科研机构及学术团体等在内的超5万名专业观众与会。本届中国海装展将对标“珠海航展”,打

8月23日至25日,第九届芳香产业(上海)展览会在上海跨国采购会展中心举行。本次芳香展参展企业超过1500家,展示日化企业、医药保健品企业、家居用品等芳香产业链系列产品。

(方雯)

会展大咖说

“内卷”的会展主体赢了什么?

■ 郭静



作者简介
西安虫子公司会展服务有限公司总经理
深度礼品定制品牌“会有礼”创始人

2023年是会展行业疫情后发展的关键时期,当诸多声音讨论着会展业是进入了“存量时代”,还是依旧拥有“增量”潜质时,会展企业普遍遇到的是客户需求频率下降、价格下行压力大、客户要求提质不提价等现状。如何在这复杂的环境中生存下去,是当下很多会展主体面临的一个切实问题。

市场越不确定,会展主体越需要努力保持清醒、保持健康。先做强,再做大,比较容易稳步向前。在当前如此复杂的环境下,会展主体的首要目标应该是跑赢自己所在的赛道,只要赛道持续存在,而自身保持健康强大,市场就会在此消彼长中

保持前行。正所谓,健康的会展主体可以抵御复杂的大环境。而健康的定义是:效率更高、产出更多,更能抗压,才能走得稳定且长远。

达尔文在《进化论》一书中提到,“适者生存”。新冠疫情后,诸多产业市场进入存量竞争时代,“收缩”“裁员”“求生”真实地反映了会展主体的生存现状,但即便是在寒冬,也有顽强的、耐寒的生物种类在成长、在进化,“适应”是最有效的保护色,对于任何一个会展主体来说,“适应期”的业务革新,不仅是业务价值重塑、内驱空间激活,更需要循着产业发展脉络顺势而为。笔者藉此分享在艰难时刻的一些心得体验。

首先,对外业务模式——开拓多元化市场。虫子会议这几年在业务拓展方面做了几件事,一是开拓更多的城市会议服务,2022年在西安以外的10个城市开展了服务业务;二是开拓会展延伸产业——礼品定制行业。礼品定制一直存在需求数量多、礼品产地广、区域文化差异大、需要深度综合性服务的特点。艾瑞咨询在《2022年中国企业礼品定制行业白皮书》中提出,2023年企业礼品定制行业市场规模将达到2205亿元。虫子会议于2018年创建了深度礼品定制品牌“会有礼”,启动会展礼品深度定制服务,将业务版图从会议会展服务扩张至会议礼品定制服务。这期间,虫子会议与杭州国际博览中心合作开发了4大系列23项50余种产品,也为今年5月在西安召开的

中国—中亚峰会提供了部分伴手礼的保障服务。

从会展服务产业链的扩张升级,到客户需求的深度挖掘,基于时代方向性的“纵横布局”将为会展企业构建牢固的发展外循环。

其次,对内管理模式——推进企业数字化转型。今年年初,虫子会议启动了企业内部的数字化转型,将客户关系、项目管理、绩效考核、内部协同和外部协同等全部数字化,以期通过数字化转型,实现企业的“降本增效”。特殊时期,“降本增效”是企业保持竞争力的核心。所谓“降本”,降的都是看不见的“本”,是沟通成本、试错成本以及管理成本。站在未来的角度看,会展主体通过数字化管理模式提升组织运营效率将是必经之路。虫子会议通过三方面的“转变”,实现了转型。

一是以数字化管理降低沟通成本。无论是企业的内部管理问题,还是外部的业务合作问题,都和沟通有关,因沟通不畅而产生的误解,致使工作效率低下、最终增加企业的运营成本。华为的基本法中提到,降低沟通成本,首先要确立明确的企业共同语言系统。虫子会议将在全面搭建的数字化管理体系中,建立自己的标准化语言体系,最大程度地解决企业内部由于不同认知、不同理解程度所造成的沟通成本的增加。

二是以数字化管理降低试错成本。借鉴市场上成熟的人员管理和分配机制,形成完整的管理体系,彻底告别管理上

“摸着石头过河”的试错主义。

三是以数字化管理降低管理成本。管理并不意味着人多就高效,而是要通过数字化将貌似无法标准化的设计流程、项目管理、工程搭建进行标准化、体系化,从而减少人员投入,优化管理水平,最终达到高效管理的目的,降低损耗,提高效率。降本的同时,提高企业内部工作效率,健康员工职业氛围,一步步优化“人力”这一企业成长型资产,形成良好的企业内循环。

今年,是虫子会议走过的第10个年头,过往的每一天无一不挑战着虫子会议面对“黑天鹅”的应对速度,以及面对秩序被打乱时的适应能力,作为会展主体运营者,带领员工对外开拓多元化市场,对内进行数字化转型,通过勇敢地拥抱随机性,做到把握秩序,掌控局面,努力构建一个健康的企业以应对复杂的大环境。



链博会 扫码观展

(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,转载请开通白名单。)



会展传真

米兰特明年首办出境个护展

本报讯(记者 毛雯)记者日前从浙江米兰特商务会展股份有限公司了解到,米兰特与上海迎河展览服务有限公司达成合作,明年将在印尼和迪拜举办Homelife国际家居礼品展—PCE个人护理用品展览会。

据悉,双方将在RCEP和中东地区国家联合举办Homelife国际家居礼品展—PCE个人护理用品展览会,展品包括个护用品、口腔用品、纸类用品、日化清洁用品等。上海迎河展览的PCE个人护理用品展在上海、成都、广州巡回举办。

米兰特研发的O2O展览创新模式,通过构建五个数字化、共创行业新业态等创新举措,与展览同行形成资源和模式共享,以共创共建共享模式打造出境自办展孵化平台。

上海锦江会展与产业会展平台达成战略合作

本报讯 上海锦江国际会展有限公司近日与全国产业会展服务平台运营方展联商业管理(北京)有限公司签订战略合作协议,共建会展载体运营管理联合体,为展览中心、会议中心、酒店等提供一站式运营管理服务。

据悉,此次战略合作,双方将形成“会展场馆管理+会展项目引入+IP会展项目定制”运营模式。

上海锦江国际会展将在双方合作后,发挥锦江国际集团产业配置优势,形成展馆管理、会展项目策划和执行、大型会展接待组织、酒店住宿、物流交通为一体的会展服务链。

全国产业会展服务平台于今年3月下旬成立,旨在通过会展业为区域经济赋能,进一步推动会展业高质量发展。(鲁文)

厦门会展业推进塑料污染治理

本报讯(记者 毛雯)为贯彻落实会展领域的塑料污染治理,厦门市商务局加大实施《商务领域经营者使用、报告一次性塑料制品管理办法》,开展塑料污染治理。据悉,厦门市商务局与厦门市会展协会、建发会展集团、国贸会展集团、佰翔会展等会展主体,签订《厦门市会展业限塑承诺书》,承诺各展会活动期间停止使用不可降解塑料袋。

为进一步加强厦门各类展会活动停止使用和提供不可降解塑料袋的督促和管理,厦门商务局定期与不定期对展会现场发现的问题,及时督促主办方及参展商整改。