创新会展·企业篇

法兰克福3大消费品展明年重设展区

■ 本报记者 兰馨

法兰克福展览集团(下称法兰克福)旗下3大消费品展——法兰克福国际春季消费品展览会(Ambiente,下称春季消费品展)、法兰克福国际圣诞礼品世界展览会(Christmasworld,下称礼品展)以及法兰克福DIY手工制作及创意文具展(Creativeworld,下称文具展)明年将扩容3个展馆,并将重新设置展区,增设新的同期活动。

记者日前从法兰克福展览(上海)有限公司了解到,3大消费展明年将在法兰克福展览中心举办。其中,春季消费品展和礼品展将于2024年1月26日至30日举行,文具展将于2024年1月27日至30日举行。

启用3个新馆

据法兰克福展览集团消费品展副总裁JPhilipp Ferger介绍,明年为3大消费品展扩容的3个全新展馆,将新增设同期活动,为参展商提供更多展示空间。与此同时,此前的展览区域设置将在原有基础上进一步优化,为各类不同目标客户群设计更加优化的参观路线。

"目前,3大消费品展的展位预定已超出预期。"JPhilipp Ferger表示,明年消费品展因北欧参展企业的增长,北欧设计元素将成为亮点,另一个亮点是日式风情的设计元素。此外,纸品、文具及办公用品展将在明年回归,产品范围扩大,参与品牌将呈现增长趋势。

法兰克福消费品展副总裁Julia Uherek表示,尽管当前全球消费品行业面临诸多挑战,但随着行业交流、教育培训等业界需求增长,全球贸易展正在全面复苏中。

首设主题日

"2024年,3大消费品展重新设置同期活动,首次引入'主题日'这一概念,以吸引和服务客群。"Julia Uherek表示,明年3大消费品展期间的颁奖仪式将统一安排在周五颁奖日(该展会举办时间选在周五至下周一)。今后,周六将作为设计师日,5位特邀设计师将通过不同视角就设计主题进行创作展示。周日,则为展会专业采购上的贸易交流。周一将定为酒店业者日,以满足酒店业主、餐厅主理人、厨师和餐饮管理者等酒店业务板块的增长需求。

"明年春季消费品展还会有新的亮点。"Julia Uherek表示,明年将邀请米兰设计师Elena Salmistraro作为2024年春季消费品展的设计师,Elena Salmistraro将在展馆内的"The Lounge"特别区域。而"The Lounge"特别区域也是今后春季消费品展的固定设置,且每年将邀请一位新锐设计师进行特别专区展示。通过该计划,春季消费品展可望再成为国际设计聚会场所。

北京发布24条措施推动会展业高质量发展

■ 本报记者 兰馨

记者日前从北京市商务局了解到,为推动会展业高质量发展,进一步增强会展业引领消费、拉动产业、促进投资、便利贸易的重要作用,提升北京市服务业发展水平,北京市发展和改革委员会、北京市商务局近日联合印发《关于促进本市会展业高质量发展的若干措施》(下称《若干措施》)。该《若干措施》明确5方面24条具体工作任务。

《若干措施》明确,围绕服务国家战略、推动京津冀协同发展、落实首都功能定位,增强会展业的重大活动服务保障功能、国际高端要素集聚承载功能、开放发展动力支撑功能、城市对外交往示范引领功能,做强一批国家级品牌展会,谋划一批服务国家战略的新型展会,培育一批推动京津冀协同发展的优质展会。

培育壮大服贸会文旅服务、健康卫生服务、电信、计算机和信息服务等专题展览,强化"以会带展、以展促会",拓展中关村论坛、金融街论坛展览功能,孵化培育信息技术、医疗健康、金融科技等品牌展。服务京津冀产业链强链补链优链;支持北京市企业在京津冀三地举办系列巡回展。

《若干措施》提出,支持北京市企业与国际知名会展组织和国际头部展览企业开展深度合作,培育引进符合首都功能定位的国际知名展会落户;鼓励北京市会展企业增强组展实力,打造具有国际竞争力的会展集团,大力吸引高水准国际化会展上下游配套市场主体;支持北京市会展企业积极参与和开拓海外会展项目。

加强会展业与战略性新兴产业、未来产业、服务业等重点产业领域联动发展,推动会展产业链、创新链、供应链深度融合,全面提升会展区域带动力和发展竞争力;鼓励展会主办方与北京市重点商圈、特色餐饮集聚区、文化街区、产业园区等加强合作,促进会展与相关产业融合发展。促进会展、商务、文旅、体育等融合发展,聚焦重要节庆赛事,策划专场发布、专项展览、颁奖盛典等综合性活动等。

《若干措施》指出,精简会展审批流程,推进大型展会活动"一件事"集成办事场景建设;细化明确不同类型、不同规模展会的安保人员数量配备标准;规范对安全风险评估、安保、消防技术服务机构等第三方机构的管理,充分发挥市场竞争的作用,给予办展企业更多选择权。加快推进新国展二期会展中心、大兴国际会展中心建设,提升北京市承接大型品牌展会的硬件设施能力;支持现有场馆智慧化改造升级,提升数字化、智能化水平,满足线上线下同步办展需求。加快新国展三期配套设施建设,高标准规划建设大兴国际会展中心、国际消费枢纽,打造集购物、免税、娱乐、商务、酒店、体育、艺术、休闲等功能于一体的国际交往新空间;优化提升新国展交通通达性,研究加强首都机场、新国展与中心城区的轨道交通联系,合理规划建设大兴国际会展中心周边交通设施。

加强市、区两级行业主管部门、行业协会、展览场馆协调联动,鼓励各区充分结合各自主导产业、特色园区,培育精品展会;鼓励发展第三方策展机构,主动为会展举办单位提供一站式全方位服务。研究完善促进会展业发展奖励政策,进一步细化明确奖励标准、奖励范围、申报流程。鼓励会展企业发起设立会展产业投资基金,重点支持场馆建设运营、展会资源整合、展会品牌孵化,创新金融产品和信贷模式,进一步拓宽办展机构、会展服务企业和参展企业的融资渠道。

会展新说

会展独角兽HOPIN:从创办到甩卖的4年

■ 胡中华

8月初,前会展独角兽Hopin市场营销副总裁Julius Solaris在社交媒体上爆料称Hopin即将成交的消息,在业内引起广泛关注和猜测。年初,黑石集团以46亿美元天价收购线上会展技术公司Cvent,而且Hopin不像Cvent、Swapcard、Grip或Zoom等入局相对更早的线上会展,而是在疫情下一跃而起的独角兽,业界纷纷预测新的成交记录即将出现。

纵观会展独角兽Hopin,早期风投包含Salesforce Venture、淡马锡等著名企业;特别是2021年初领英的入局,使Hopin成为国际会展业界讨论的焦点。尽管舆论的风向褒贬不一,但会展行业的热烈讨论,加上如美国消费者新闻与商业频道等媒体的推波助澜,Hopin的估值如坐火箭般地迅速飙升,在2021年年中一度超过Cvent的50亿美元的估值,以77.5亿美元刷新会展科技股的记录。

紧接着官方新闻一出,国际会展业界大跌眼镜,Hopin以1500万美元"超级大甩卖"!可谓"墙倒众人推,破鼓万人锤",鉴于Cvent和Hopin两者的成交价差别实在太大,国际会展业界的舆论顷刻一边倒,不少业内人士把其定性为线上会展泡沫爆破的标杆事件,并吹风线下会展的复苏已经不远。Closer Still Group和Nineteen Group主席Phil Soar在8月31日Exhibition News上的点评可谓辛辣:"假设你在2021年被说服并给Hopin投了100万英镑,今天手上的股票大概值2角钱(20便士)。"

在深入分析Hopin崩盘事件之前,不妨先了解一下Hopin的"独角兽过山车"历程。Hopin于2019年6月由Johnny Boufarhat创立,同年10月进行Pre Seed轮融资,融资金额未披露。2020年初新冠疫情暴发,同年2月,Hopin发布虚拟活动平台测试版,并进行种子轮融资,融资金额650万美元;紧接着于当年6月进行A轮融资,融资金额4000万美元;11月进行B轮融资,融资金额1.25亿美元;12月收购Topi(移动应用)。2021年1月,Hopin以2.5亿美元收购StreamYard,被评为有史以来欧洲增长最快的初创企业。3月以56.5亿美元的估值进行C轮融资,融资金额4亿美元;同一月内,收购Streamable和Jamm。6月收购Boomset(线下活动技术),同时其创始人出售价值约为1.4亿美元的股票;7月以77.5亿美元的估值进行D轮融资,融资金额4.5亿美元。

2022年2月裁员12%,当年7月再次裁员29%,11月分拆产品并推出新品Session。

2023年8月,以1500万至5000万美元的价格将Events平台和Session产品资产出售给RingCentral。

这里,姑且先不讨论Hopin是否属于"风停了,摔死的都是猪"的案例,毕竟Hopin的创始人Johnny Boufarhat确实对其产品有相对清晰的定位:"弥补Facebook和Eventbrite之间的空白"。用今天更直白的语言来说就是通过线上会展来构建一个新的社群。会展媒体Skift meetings主编Miguel Neves对此的评论一针见血:Johnny Boufarhat的蓝图建基在一个大前提下——数据共享。这个数据共享的愿景吸引了大量会展业界以外的投资者,唯独最为关键的群体——会展主办方并不买账。

笔者曾在前段时间与其他国际PCO和展览主办讨论Hopin,几乎一致认为Hopin是一个有趣的存在。业界表示:"听过它的名字,但它压根就没进入过我们的供应商数据库。"Hopin不像Swapcard或Grip等会展科技企业,早在疫情前通过AI的噱头攻城略地,跟会展主办方早已签下战略协议,使其在疫情期间的会展业数据所有权大辩论过后,还有老本可吃;也不像Zoom早在2011年便已创立,自带老大哥思科的背景;更不像Teams有着微软得天独厚的用户基数。随着疫情趋缓,Hopin根基不稳的问题开始暴露,最明显的信号便是其连续大量的裁员。

另外,线上会展的痛点也开始在Hopin体现,如尽管线上会展覆盖面相对比线下大,但转化率也相对比线下会展低。对于市场而言,覆盖面是广告业的事情,转化率或成交促单才是会展的本职。转化率的关键是解决信息不对称的痛点,理论上信息不对称的问题并没有绝对的解决方案,只有优化方案,就是线下面谈。要追求覆盖面,企业偏向在早已拥有庞大用户基数和消费习惯的搜索引擎或社交媒体上打广告,其市场的反映便是线上会展的赞助企业签约特别晚,特别是因为线上会展的观众并不像线下观众,因为要规划行程等,一般注册相对靠前;线上的观众基本在开会前5分钟注册的情况较多,不少赞助企业反馈像赌博一样,而会展项目的资产负债表永远是主办方用户决定是否重复购买该线上会展服务的关键。当疫情管控解除,主办方重新获得了选择的权利,是线上、线下还是双线,变得更加灵活,Hopin的增长便更加乏力。

事实上,Hopin并不是唯一挣扎的线上会展技术企业,美国最大的有线通信和话音通信提供商威瑞森通信公司(Verizon)也在8月宣布关停了其用4亿美元收购的视频会议公司BlueJeans。随着8月如纽约时报和美国有线电视新闻网等媒体对Zoom让员工重回办公室消息的大范围转载,以及凯悦酒店集团同月宣布其今年第二季度业绩已恢复2019年水平,法国智奥会展集团2023年上半年三大业务营收实现两位数增长等消息陆续发布,线下会展复苏的信号愈发强烈,线上会展自然受到冲击。

最后,我们必须理性认识到新冠疫情已经改变了商务交流的消费习惯,疫情消退了,但我们对于Teams和Zoom的依赖并没有改变,如在电脑前便可以与客户进行基本交流,确实没必要频繁出差。正如国际展览业协会(UFI)首席执行官贺庭凯对Hopin事件的评论:"今天,已进入全年展的时代。"线上会展技术除了在开展期间起到重要的辅助作用外,也许在一年不开展的环境下也有发展的土壤。

(作者系法国智奥会展集团PCO业务拓展经理)

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

广告
展现世界 展示精彩
中国国际展览中心集团公司
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CORPORATION

会展传真

ICCA中国代表办事处在京成立

本报讯(记者 毛雯)记者从北京市商务局获悉,国际大会及会议协会(ICCA)中国代表办事处(筹)成立座谈会日前在北京举办。

北京市商务局有关负责人表示,北京作为国际会议目的地城市有着会展资源聚集度高、会展设施及配套交通完善、通关便捷、商旅资源丰富等优势,ICCA中国代表办事处的成立,将加强双方在业务交流、国际会议行业标准制定、人才培训、大型项目落地等方面的合作。

ICCA方面有关负责人表示,未来ICCA中国代表办事处极推进中国会员的培训,为北京乃至中国会展业搭建国际交流的新平台。

据悉,ICCA在全球有近1000家会员单位,来自91个国家和地区,目前中国有76家会员单位,是ICCA拥有会员数量最多的国家。

四川博览国际合作交流服务中心揭牌成立

本报讯 四川博览国际合作交流服务中心揭牌仪式日前在天府国际会议中心举行。揭牌仪式上,该中心与四川发展人才集团、蜀道路桥海外分公司、能投集团四川中旅、西南财大、电子科技大学、英中商业发展中心等6家单位签订了战略合作协议。据悉,该中心将着眼四川省对外开放大局,服务四川深度融入"一带一路"建设,服务全省国际合作交流,大力开展国际合作交流服务业务,促进全省国资国企对外开放和产业发展。

据介绍,四川博览国际合作交流服务中心成立后,将在国(境)内外展会活动的策划、组织和承办,提升地方品牌展会国际化程度,服务市(州)搭建高质量对外开放会展平台等方面,汇聚人才、开拓发展、树立品牌。

据了解,四川博览国际合作交流服务中心已整合60多项国际资源,将大力开展国际会议、外事礼宾接待、境外展会及考察服务、产业投资及国际贸易服务、国际人才培训等5大业务,推进四川与"一带一路"沿线国家和地区在更多层次、领域的交流与合作;深度融入共建"一带一路"大格局,拓展投资与合作;加快形成对外开放大通道,在连通国内国际双循环中发挥更大作用。力争用3至5年时间打造成为四川第一、西部领先、全国一流的国际合作服务机构。 (伊宇)

CNINA INTERNATIONAL SUPPLY CHAIN EXPO
11月28日中国国际供应链促进博览会开幕
你来观展 我来接待
链接世界 共创未来
CONNECTING THE WORLD FOR A SHARED FUTURE
时 间 2023年11月28日至12月2日
地 点 北京中国国际展览中心(顺义馆)
开幕式暨全球供应链创新发展峰会
智能汽车链 绿色农业链 清洁能源链
数字科技链 健康生活链
发布《全球供应链促进报告》
6个专题论坛 供需对接会 行业研讨会 新品发布会
中文注册页面
英文注册页面
广告
邀请组团参加首届中国国际供应链促进博览会
首届链博会展览总面积10万平方米
我们将竭诚做好贵司团组接待、洽谈合作等服务工作。
衷心感谢贵司对首届链博会的大力支持!
@中国贸易报