

创新会展·项目篇

印尼国际应急展：让智能设备走得更远

■ 本报记者 兰馨

国际应急减灾和救援博览会(EDRR)品牌系列首次“走出去”，走进印尼。近日，以“防范风险，提升能力，守护生命”为主题的2023年印度尼西亚国际应急减灾和救援博览会(以下简称印尼国际应急展)在印尼首都雅加达国际会议中心举办。作为由上海市贸促会(上海市国际展览集团)牵头与高美艾博联合主办的出境首展，印尼国际应急展吸引超1万名印尼当地和全球安全应急领域专业人士与会参观。

印尼有关人士表示，印尼国际应急展的举办，将提升国家基础设施建设及社会各界应对气候变化造成的自然灾害频发的抗风险意识能力。

上海市贸促会会长周敏浩表示，在“一带一路”倡议和RCEP背景下，中印尼两国在地质监测、地震预警、洪涝防治、应急救援等多领域有着紧密合作。此次，举办印尼国际应急展将成为中国与印尼在安全和应急领域国际合作的一个里程碑，促进区域自然灾害防控和应急救援能力的提升。

助企拓展东南亚市场

“此次展会为我们产品进入东南亚市场，提供了一个有效平台。”浙江极客智能装备股份有限公司销售经理赵建表示，在印尼国际

应急展期间，组委会为其“撮合”，与当地代理商进行对接，对印尼市场需求有了更进一步的了解。

记者了解到，首次印尼国际应急展规模1万平方米，中内动力科技、国动集团、上汽大通、首航动力、清华大学合肥公共安全研究院、辰安科技、海洋王、阿莫斯等来自海内外的180多家企业展示了应急防灾减灾、工业安全防护、防疫物资、消防应急救援装备、公共安全警用装备、防汛及城市排涝、大型综合救援装备及安全产业服务等产品、技术和解决方案。

“在展会现场看到来自国内的企业展示的无人机、高端救援设备，通过参展让很多新技术、新产品有机会走进东南亚市场。”深圳市海洋王照明工程有限公司国际事业部国际销售工程师石国栋表示，印尼国际应急展不仅推动经贸合作，也为全球安全应急领域供需双方搭建了用户体验与商贸交易于一体的综合性服务平台。

本届印尼国际应急展期间，由商务部外贸发展事务局举办的2023年中国品牌商品(印尼)展同期同地举办。

智能设备吸引注意力

“我们与来自新加坡和印尼的客商进行了较为深入的交流。”上

海傲鲨智能科技有限公司(以下简称傲鲨智能)海外市场经理陈本健表示，首次到印尼参展，效果超出预期。

据介绍，傲鲨智能借助外骨骼机器人提升人工搬运效率、减轻劳动损伤的智能装置，在“一带一路”共建国家受到极大的关注。

在北京泰策科技有限公司(以下简称泰策科技)解决方案总监何思正看来，印尼市场具有较大空间，通过与几家潜在客商交流发现，当地客商对泰策科技城乡排水防涝综合监测预警平台、部门间的信息共享和协同处置机制等非常

关注。展会后，将继续跟进并建立进一步沟通。

印尼国际应急展期间，在应急智慧装备、智慧消防设备及技术、应急能源与照明技术等多场专题商贸洽谈会上，供需双方探讨的主题也是围绕智能技术与解决方案。

搭建“应急救援”供需平台

“国际应急减灾和救援博览会品牌系列始于2020年。”周敏浩表示，为促进区域应急管理协同发展，带动区域安全应急产业发展，由上海、江苏、浙江、安徽三省一市

应急管理厅(局)联合上海市贸促会合作举办长三角国际应急减灾和救援博览会(简称长三角国际应急博览会)，以促进国内外应急管理交流合作。

目前，长三角国际应急博览会已在上海举办了两届，累计面积达15万平方米，参展商来自全球安全应急领域的领军企业近1000家，观众全球买家达16万人次。

第三届长三角国际应急减灾和救援博览会确定将于明年5月13日至15日在国家会展中心(上海)举行，展示面积为10万平方米，预计参展企业将达800家。

展现世界 展示精彩

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

会展传真

海关总署决定 出入境免填报健康申明卡

本报讯(记者 兰馨) 据海关总署10月31日消息，根据《中华人民共和国国境卫生检疫法》及其实施细则的有关规定，海关总署决定自2023年11月1日零时起，出入境人员免于填报《中华人民共和国出入境健康申明卡》。

海关总署表示，有发热、咳嗽、呼吸困难、呕吐、腹泻、皮疹、不明原因皮下出血等传染病症状，或已经诊断患有传染性疾病的出入境人员须主动向海关进行健康申报，并配合海关做好体温检测、流行病学调查、医学排查、采样检测等卫生检疫工作。

海关总署称，如有隐瞒或逃避检疫的，将承担相应法律责任；引起检疫传染病传播或者传播严重危险的，承担相应刑事责任。

博鳌亚洲论坛年会 拟于明年3月举行

本报讯 10月30日，在湖南长沙举行的博鳌亚洲论坛全球经济发展与安全论坛第二届大会开幕大会上，博鳌亚洲论坛理事长潘基文宣布，博鳌亚洲论坛2024年年会初步定于2024年3月26日至29日在海南博鳌举行。

潘基文表示，论坛10月29日举行了一年一度的秋季理事工作会议，重点讨论了论坛明年年会的筹备工作。当前，世界经济复苏乏力，地区冲突持续发生，人类社会面临着诸多共同挑战。博鳌亚洲论坛2024年年会将深入探讨亚洲与世界发展面临的重大问题，推动国际社会共迎挑战，共促发展。(宗赫)

UFI全球会员大会 在美国斯维加斯举行

本报讯 11月1日，UFI全球会员大会在美国内华达州拉斯维加斯举行。此次大会期间宣布，国际展览业协会(UFI)公布2023—2026年新一届董事会名单，沈阳新世界博览馆董事总经理陈倩当选亚太地区副主席，任期3年。

国际展览业协会(UFI)于1925年在意大利米兰成立，目前有85个国家820家展览企业会员。UFI董事会选举每3年举行一次，其成员来自UFI在世界各地分会，董事会最多由60名成员组成。UFI董事会的职责包括执行年度大会的决定，制定UFI政策，拟订与国际贸易展览会相关事项的提案。(毛雯)

首届“一带一路”科技交流大会选址重庆

本报讯 国务院新闻办公室日前举行的新闻发布会宣布，首届“一带一路”科技交流大会定于11月6日至7日在重庆举行。大会以“共建创新之路，同促合作发展”为主题，围绕政府间科技合作、科技人文交流、产业创新发展、科研范式变革、未来医学、开放科学及大数据等议题，设置开幕式暨全体大会、“一带一路”科技创新部长会议、主题活动、圆桌会议及成果展示五大板块，10场主要活动。

大会将首次发布以“一带一路”科技创新合作为主题的重要报告，首次举办“一带一路”科技创新部长会议，并举办“一带一路”科技创新合作成果展。成果展包括80多项涉及诸多领域的合作案例，将生动展现创新丝绸之路建设取得的务实成效。

据悉，本次大会由科技部、中国科学院、中国工程院、中国科协、重庆市人民政府和四川省人民政府共同主办，国家发展改革委作为支持单位。(毛雯)

法兰克福布局东南亚两轮车展

■ 本报记者 兰馨

记者日前从法兰克福展览(香港)有限公司(以下简称法兰克福)了解到，其联合江苏省自行车有限公司、印尼电动汽车工业协会(Periklindo)及Pt. Dyandra Promosindo主办的Asiabike Jakarta—印尼国际两轮车、零配件及用品展览会(以下简称印尼两轮车展)，将于明年4月30日至5月4日在印尼雅加达国际会议中心举行。

“此次合作将为两轮车产业搭建开拓东南亚骑行市场的专业采购平台。”法兰克福展览(香港)有限公司董事总经理温婷表示，首届印尼两轮车展在合资公司Fairnamic的支持下，将依托法兰克福国际资源优势及欧洲展影响力，促进亚洲地区的两轮车产业的发展，并呈现绿色出行的新发展趋势。

2021年，法兰克福展览集团与德国腓德烈斯哈芬展览公司成立Fairnamic展览公司，其主办的欧洲国际自行车、零配件及用品展览会(Eurobike)于2022年正式移师法兰克福。法兰克福展览(香港)有限公司作为中国制造企业全球市场商贸连接的重要纽带，自2023年起，负责展会在中国区域业务，同时瞄准东南亚两轮车市场。据介绍，印尼两轮车展将与法兰克福Eurobike实现两展资源共融。

记者了解到，江苏省自行车有限公司作为中国江苏国际新能源电动车及零部件交易会(China E-Bike)的主办方，将与印尼电动汽车工业协会一同与法兰克福联合主办印尼两轮车展。

印尼电动汽车工业协会方面认为，现阶段，多数东南亚国家公共交通基础设施较为缺乏，人口密集的城市较多，骑两轮车是颇受欢迎的出行方式。为推动绿色出行及减少进口燃料的开支与依赖，印尼政府出台了多个有利于电动车产业的优惠举措，促进产业发展。

据悉，首届印尼两轮车展将吸引150家企业参展，产品涵盖传统自行车、电动自行车及踏板车、电动摩托车，以及相关配套供应链包括电池、充电桩、零件和设备、时尚与配饰等，预计展览面积超过8200平方米。



11月1日至3日，第八届(2023)国际储能(上海)技术大会暨展览会在上海新国际博览中心举办。图为展会现场。(何增华)

国家体育总局发布四项群众体育赛事活动行业标准

■ 本报记者 毛雯

国家体育总局日前发布《群众体育赛事活动办赛指南 编制内容与评估指引》《群众体育赛事活动参赛指引 编制内容与评估指引》《群众体育赛事活动安全评估技术导则》《群众体育赛事活动运营服务规范》四项体育行业标准，自2023年11月1日起实施。

这四项标准分别围绕办赛、参赛、赛事安全评估和赛事运营服务提出具体规范。其中，前两项指引明确了群众体育赛事办赛和参赛的编制

总则，并将适用于各级各类群众体育赛事的办赛和参赛指引的编制与评估。而《群众体育赛事活动安全评估技术导则》则详细规定了群众体育赛事的安全评估流程、策划、实施和总结；《群众体育赛事活动运营服务规范》为赛事的运营服务设定了基本、服务、管理和评价与改进的要求。

伴随全民健身成为国家战略，各级各类群众体育赛事活动呈现出蓬勃发展的态势，极大地丰富了广大人民群众的文化体育生活。但同

时，群众体育赛事相对于竞技体育赛事在监管、涉及面、参与人群、赛事风险和外部影响等方面存在一系列挑战。为此，国家体育总局群众体育司联合相关单位共同研制并推出了四项行业标准。这是我国首次为群众体育赛事活动制定的行业标准，旨在落实《中华人民共和国体育法》《体育赛事活动管理办法》及相关公告，全面提升群众体育赛事的安全监管水平和质量，进一步加强全民健身公共服务体系建设。(胡雯)

上海优化会展营商环境

本报讯 “优环境 迎进博——推动上海市会展业高质量发展”发布会日前在上海举行。会上，上海市商务委联合相关机构发布了《绿色会展运营与管理要求》《上海市会展文明观展须知》《展览物流合同示范文本》同时发布。

今年以来，上海市会展业迎来全面复苏，各主要展馆办展需求持

续旺盛。数据显示，1月至9月，上海办展总面积达1348万平方米，已恢复至2019年同期的97%。其中，三季度办展总面积589万平方米，比2019年同期增长25%；9月举办10万平方米以上大型展会6个，办展面积121万平方米，数量较2019年同期增长20%，基本恢复至2019年同期水平。

据介绍，《绿色会展运营与管理要求》是团体标准，将秉持绿色发展理念，以低碳、零排放举办绿色会展为目标，以“普适性、可操作性、国际化水平”为方向，覆盖会展全产业链运营与管理主体，对建立绿色会展运营与管理制度和机制、规范绿色会展行为等提出倡议。(胡雯)

会展大咖说

主办方如何为参展企业展台引流?

■ 周景龙

式已经无法适应数字化发展趋势。

有鉴于此，亟须展会主办方升级办展服务模式，跳出传统的“会展主办搭台，参展企业唱戏”思维模式，通过新技术、新场景，帮助参展企业吸引客流，带来更优质的专业观众和买家。

笔者在探索与实践得出，展会主办方可通过五个方法为参展企业引流，提升参展效果。

首先，做好展会品牌营销宣传，吸引更多观众到场。展会是“人、货、场”的商业思维，专业的会展主办机构都会重视营销宣传，同时也重视观众组织。其中，参展企业展台需要一定数量的观众，才能谈生意、谈合作。可以说，把展会期间对参展企业进行如何有效参展的调研。给笔者最大的感触是，多数参展企业在数字化时代不知道如何参展才能取得好的效果。多数企业仍以“守株待兔”的模式参展，在展位上等着观众来参观洽谈。可想而知，这种粗放型参展方

据参展企业产品或类别，合理规划展位布局，将相关行业或主题的展位相邻或集中安排，便于观众高效参观感兴趣的内容。重要的是，在展厅内设置导览牌、指示牌等，帮助观众找到目标展位。但最适合当下需求的是，利用微信小程序的，互动展位图，为观众导览展位位置，展示企业产品信息，在导览牌、指示牌上加上小程序码，扫码可以更快地导览到目标展位。

再次，为参展商提前邀约观众提供便捷的方法。展会主办方通过展会网站、社交平台、微信公众号及小程序、电子邮件、专业媒体等渠道，向目标观众进行宣传，吸引他们前来注册参观，引导观众预约感兴趣的参展企业。

除主办方对外宣传外，如何让参展企业在展前邀约其目标观众更为重要。主办单位一方面要以策划机制来驱动参展企业愿意邀约目标客户来展会参观；另一方面为提供参展企业邀约海报、邀约码等，让参展企业可以快捷地发给目标观众。在国际品牌展会上，参展商和观众的参观预约系统非常完善，并形成常态化。现阶段，由于国内多数参

展企业还固守“守株待兔”参展方式，仍依靠由展会主办方带来的观众流量。但一些国内品牌展会中，如通信展上华为这样的一些头部企业就非常重视自身邀约观众体系建设，其展台用闸机门禁封闭管理，非邀约的目标观众不能入内。未来，参展企业会越来越在意有效观众，抢占观众的时间和关注度。

再其次，创新互动方式，引导参展企业设计丰富的体验活动。展会主办方可以指导参展企业引入创新的互动方式，如打卡活动、AR拍照、虚拟场景、互动操作等，吸引观众前来参观，让专业买家留下深刻印象，有利于取得更好的参展效果。

与此同时，展览主办方可以在展馆入场处显示“展台人气排行榜”，为优质展商带来更多的关注。但真正做到这一点，也需要配备展台观众统计设备，在海外品牌展会使用很多年的类似系统，在国内的展会上却一直都没有大规模使用起来。技术上应该没难度，关键还是服务理念上是否围绕展商需求展开。

最后，对优质观众给予鼓励或奖励。主办单位还可以策划对专业买家的参观激励方案，使其愿意

参观有意向合作的参展企业；提供良好的商务交流环境，为专业买家带来优质的商务体验。可通过参观参展企业的多少来评级或积分，奖励交通及住宿费用等，立足于第二年再来展会参观。

展会策划和管理是一门艺术，对待不同展会没有一定之规，但观众是展会成功的基础。让参展商能够面对面洽谈更多的潜在买家，是品质展会的重要保证。三年疫情，虽然线上会展得以发展，但是解决不了面对冷谈的根本性问题，很多行业的业务还是受到了巨大冲击，这也说明会展行业是企业拓展业务不可或缺的重要平台。事实上，随着沉浸式、体验式场景的需求，面对线下会展活动将会变得越来越重要。未来，会展业的高品质发展也给业界提出了很多新的要求，如何在创新策划、科技应用上下功夫，用新的方式打造品牌展会，还需要借鉴更先进的经验不断的探索实践。

(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。)



作者简介
道同共创(北京)科技有限公司CEO兼创始人

今年，尽管国家层面及众多城市推出了一系列会展行业利好政策，但随着会展业的恢复也出现了一些新的问题。上半年，笔者作为参展商参加了几场展会，并在展会期间对参展企业进行如何有效参展的调研。给笔者最大的感触是，多数参展企业在数字化时代不知道如何参展才能取得好的效果。多数企业仍以“守株待兔”的模式参展，在展位上等着观众来参观洽谈。可想而知，这种粗放型参展方