

创新会展·关注篇

第十九届中国会展经济国际合作论坛(CEFCO 2024)选址南昌

聚焦“开放共享 链接世界”

■ 本报记者 兰馨

记者日前从第十九届中国会展经济国际合作论坛(CEFCO 2024)组委会获悉,由中国贸促会(CCPIT)、国际展览业协会(UFI)、国际展览与项目协会(IAEE)、独立展商协会(SISO)、国际大会及会议协会(ICCA)共同主办,中国国际商会、江西省贸促会、南昌市政府共同承办的CEFCO 2024将于2024年1月10日至12日在南昌举办,主题是“开放共享 链接世界”。

据介绍,CEFCO 2024将举行两场全体会议、八场分组会议,论

坛期间将发布年度报告。其中,全体会议将关注“维护全球产业链、供应链稳定畅通——会展业视角的观察”和“世界主要展览市场2023年回顾与2024年展望”,分组会议将从不同维度探讨“共享RCEP区域合作新机遇”“数字化营销环境下观众邀请‘变’与‘不变’”“中国会展走出去蓄势‘加速跑’”“会展行业‘数据资产’的困局与破局”“人工智能赋能会展业发展”“展会主题创新与规模增长”“会展营商环境大家谈”“展览与活动标

准化的永续发展”等。

根据日程,CEFCO 2024为新商业环境下会展行业的创新发展与转型升级设置了较大篇幅的议题,并关注在人工智能技术不断迭代下AI给全球会展业带来的机遇以及全新挑战。由此看出,展览作为全球经贸交易不可或缺的平台,如何在数字经济时代促进世界经济由数字经济到数字经济的发展、把握数字经济红利,成为本届论坛高度聚焦的重点。

2024年1月1日起,数据资产

表将正式实施。业内专家表示,进入数字经济时代,数据成为企业生存发展不可或缺的生产资料,数据资产入表是对数据作为资产发挥价值的合法确认。同时,数据资产入表顶层设计逐步完善,将极大推动数据资产化进程,激发数据要素型企业创新活力。展览作为人流、物流、金融流、信息流集聚的平台,亟须提升对数据的收集、存储和管理能力,同时,需要加快提升对数据的挖掘、利用和分析能力,增强在资本市场中形成以数据资

产为核心的商业模式,进一步释放展览数据资产的价值,提升在资本市场的竞争力。

CEFCO自2005年创办以来,秉承“开放、合作、共赢”宗旨,聚集中外展览企业、行业组织、政府部门、专业媒体、研究机构等代表。每年1月初,与会者在论坛期间探讨、预判全球会展行业的发展趋势。论坛在促进国际间的协同与融合、提升展览项目竞争力的同时,扩大展览作为经贸平台的影响力和链接效应。

郑州将办2023中国会展业年会暨郑州会展经济高质量发展论坛

■ 本报记者 毛雯

12月13日至16日,以“营造大会展新生态,赋能高质量新格局”为主题的2023中国会展业年会暨郑州会展经济高质量发展论坛(以下简称年会)将在河南郑州举办。年会同期将举办中国会展产业链展览会、2023第五届中国展陈行业创新发展论坛、中国会展经济研究会五届二次常务理事扩大会议等。

记者从中国会展研究会了解到,本次年会深度挖掘会展经济、产业、行业中的新趋势、新亮点与新动向。与此同时,年会将关注会展标准化在推动会展业健康发展和提升国际竞争力中的作用。在高端对话环节,年会将聚焦会展业热点、焦点问题和未来发展趋向,邀请与会者进行专业性、前瞻性、建设性的讨论。

年会期间将举办10场平行论坛。其中,首次开设“这一年,会展那些事儿”迎宾主题沙龙,举办会展标准化建设与高质量发展座谈会。还将举办行业发展趋势与热点问题圆桌会、会展项目管理创新发展高端研讨会暨2024中国地方城市会展经济合作论坛主席团联席会、第三届中国展览艺术与展示技术创新大赛、2023第五届中国展陈行业创新发展论坛、中国会展教育年会、“会展+文旅”专题研讨会、“专业融合创新 学科知识构建”会展专业与学科发展研讨会等平行论坛,探索新形势下中国会展业的高质量发展之路。

郑州作为“一带一路”、长江经济带和黄河流域的重要节点城市,具有悠久的会展业发展史。除具备区位优势、产业基础和中心城市战略支撑外,郑州还在构建“全域会展”新格局,延伸会展业快速发展的“溢出效应”。

今年以来,郑州加速会展场馆的建设,不断推进会展产业链上下游企业协同发展,持续优化扶持政策,全力创造一流营商环境,多措并举,持续打造“国际会展名城”。年会期间,郑州会展业资深人士将进行《双馆联动 构建中原会展新生态》主题分享。

此次年会期间还将举办2024年中国会展经济研究会年会落地城市签约。



由北京市国际服务贸易事务中心主办的服贸会海外推介会近日在澳大利亚悉尼举办。来自中国驻悉尼总领事馆、澳大利亚贸易投资委员会、澳大利亚新南威尔士州政府、澳大利亚北京商会等机构的百余人线上线下参加活动。(主办方供图)

汉诺威米兰首次涉足消费展

■ 本报记者 兰馨

首届ZCON极潮嘉年华(以下简称极潮嘉年华)将于12月15日在厦门国际博览中心开幕。这是汉诺威米兰展览(上海)有限公司(以下简称汉诺威米兰)联合魔方几何会展科技(上海)有限公司主办的沉浸式体验消费场景活动。

主办方聚焦“Z世代”年轻客群,力求打造一场多业态(潮流时尚、文化娱乐、休闲娱乐等)融合发展的超级嘉年华。记者从汉诺威米兰了解到,极潮嘉年华展览展示规模达6万平方米,使用绿色环保材料搭建全场展台,由此成为国内首个环保搭建项目。

潮秀新风尚

IP、国潮和娱乐向,分别代表了“Z世代”在消费上的三大偏好。伴随国内潮玩人气产品不断向海外进行文化输出,承载了中国传统

文化特色的原创IP赋予中国潮玩经济更大的文化传播价值和商业价值。

本届潮玩板块集结国潮知名品牌,推出200多款限定联名款潮玩手办及首发新品,诠释“Z世代”视域下一种符合社会价值观和精神需求的消费新体验。

体育新时代

在去年的杭州亚运会上,电子竞技首次以正式比赛项目的身份亮相赛场。数据显示,2023年我国电子竞技用户规模为4.87亿人,电子竞技产业上半年收入为759.93亿元。

据悉,极潮嘉年华的电玩游戏专区将举办5V5王者荣耀水友赛,通过沉浸式互动体验及运动项目演出,体育与传统文化、潮流文化巧妙结合在一起,合克球、街头足球等新潮体育赛事将获得一个展示的平台。此举进一

步推动全民健身和全民健康深度融合,助力中国体育事业发展。

破壁新势力

极潮嘉年华的动漫展区结合“DND”玩法与“RPG模式”,根据年轻人兴趣爱好开设多种主题的专区。现场8位特邀COSER(接球手)将全程参与签售,展区特设互动等活动,玩家与“纸片人”角色可在次元中穿梭,在游乐场、集邮、收谷中获得虚拟与现实交汇这一体验。

“嘉年华打造多元化的沉浸式体验消费场景,以新型展会形式呈现在观众面前,营造‘快乐经济’的轻松氛围,让年轻群体身临其境,感受和学习不同潮流文化,进而在充满活力的氛围中为快乐买单。”汉诺威米兰展览(上海)有限公司董事总经理刘国良说。

会展新说

个性化定制成“Z世代”亲子家庭消费的三大趋势

■ 刘志良

未来,有两种公司会获得脱颖而出的机会:一种是人少事大的“小公司”,一种是完成一个短期使命而设立的“短公司”。“小公司”如何寻找一个细分领域的市场?针对“Z世代”的亲子家庭新奇特消费模式是什么?相关市场调研显示,沉浸式消费成为市场与年轻家庭关注的重点。沉浸式消费,是指通过使用沉浸式虚拟现实技术、参与主题场景以及享受个性化定制服务等手段,让家庭成员更深度地融入到消费体验中去。在这一趋势下,可以看到,“Z世代”的亲子家庭对于娱乐、教育和亲子关系的重视程度明显提升。

笔者在对未来亲子家庭沉浸式消费的三大趋势进行探索和分析后发现,随着数字技术的不断迭代,虚拟现实设备的普及化和成本的降低,许多亲子娱乐活动开始引入虚拟现实元素,以创造更加身临其境的亲子场景体验。

一是互联网时代的“Z世代”群体对信息的获取、技术的应用驾轻就熟,对其所组建的亲子家庭关系与消费环境产生了深刻的影响。虚拟现实技术的应用为亲子娱乐带来全新的体验,亲子主题场

馆的兴起提供了丰富多样的互动体验和参与感,加深了亲子之间的纽带,并具有教育功能。个性化定制服务的需求增加,满足了亲子家庭对个性化产品、旅行和研学的需求,进一步增强了亲子之间的互动和愉悦感。

也应该注意到消费的可持续性,避免过度消费和资源浪费。在追求消费体验的同时,应关注亲子关系的质量和教育的价值,为“Z世代”亲子家庭创造一个积极健康的成长环境。虚拟现实技术所带来的变革将深刻影响“Z世代”亲子家庭的消费方式和生活方式。虚拟现实技术的应用,不仅为亲子娱乐带来全新的体验,也为家庭提供了更多互动和协作的机会。虚拟现实教育产品的受欢迎程度也在不断增长,正在为孩子们提供全新的学习方式和知识传递途径。兴起的虚拟现实技术,对“Z世代”亲子家庭来说,不仅是一种消费趋势,更是激发创造力和促进家庭成员之间交流的有力工具。如家庭可以通过戴上虚拟现实头盔或者进入全息投影的空间,一起探索虚拟游乐园或参与虚拟现实游戏,增强亲子间的互动与娱乐乐趣。不仅如此,虚拟现实技术还

被应用于教育领域,推出的虚拟实验室和教学应用程序可以在儿童成长过程中提供更加丰富和有趣的学习体验。结合虚拟现实技术的创新,“Z世代”亲子家庭未来能够享受更具沉浸感和互动性的消费体验。数字化又为此类消费带来了更多可能性,周末的儿童乐园平日可转换成沉浸式科普教育的场馆,这一切可通过变更的内容快速实现,包括内容、地点、运营的灵活性,势必引起整个行业的变革:先是从个别点位带起,然后席卷整个市场。这与以往大多数行业的数字化转型如出一辙。

旅英学者、儿童友好专家罗俊彦表示,就个性化儿童场景的市场需求来说,“Z世代”的消费者本身是在个性化消费时代下成长起来的,定制化的儿童场景肯定是其消费的首选。亲子消费场景买单的是家长,消费的是孩子。“Z世代”家长对于独一无二、个性化的产品有着更高的追求,具有创意和个性化特色的产品鼓励孩子们发展独立思考和创造力,尤其是在欧洲地区,越来越多的儿童服务机构开始重视定制化,对所服务儿童的年龄、性别进行了深度调研。纵然如此,鉴于多元

种族、宗教等环境的差异,相关服务仍无法完全适配每一个用户的喜好。此外,儿童处于成长阶段,对于世界的观察处于高度开放的状态,从儿童视角来观察世界,对于产品开发来说是十分重要的。藉此,笔者引申出一个科技与艺术普惠的概念,即得益于这种商业模式,更多的儿童能在更早的阶段接触到、感受到科技与艺术,这将有助于挖掘出更多的艺术家、科学家。

二是定制化亲子旅行场景契合“Z世代”家庭的兴趣和需求。定制化研学与游学活动提供了更加丰富的参与体验,使参与者感受到当地的文化、活动、知识。满足家长的个性化定制需求的亲子旅行在增进亲子关系同时,让孩子们更有参与感和探索欲望。儿童机构也非常注重消除对于儿童性别的刻板印象,这往往会对儿童后续人生发展起到重要影响。过去,大量的儿童娱乐产品鼓励男孩进行一些STEM类(科学、技术、工程和数学教育)的玩乐,比如机械、汽车的拼装,女孩往往被鼓励“从事”家庭内部的工作(baby care)。这也是我们目前需要思考的点,即如何打破固化思维,开发出一些多元文化的儿童服务产品。其

次,游乐对于儿童的智力开发也有显著的作用,娱乐性、教育性的需求仍是该领域最重要的一项议题。此外,愈来愈多的碰撞在这类沉浸式体验中发生,如艺术与科技、城市与自然、中式与西式。

三是沉浸式消费在亲子家庭中的兴起,无疑为“Z世代”家庭带来了更多的乐趣和体验。在我们追求刺激和娱乐的同时,需要思考这种消费模式对环境 and 资源的影响。我们在选择沉浸式消费活动时,尽量选择对环境友好的产品和服务,鼓励企业采取更多的可持续发展措施。同时,我们要培养孩子的消费意识和理财观念,引导他们理智选择和节制消费。只有在平衡享受与可持续性之间找到合适的点,才能真正获得长期的满足和幸福。

(作者系2050自愿者、中国美术学院拼格创意媒体奖学金发起人、拼格创始人)

刘志良

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处

展现世界 展示精彩



会展传真

沙特首都利雅得获2030年世博会主办权

本报讯 沙特阿拉伯首都利雅得近日击败意大利首都罗马和韩国港口城市釜山,赢得2030年世博会的主办权。

根据沙特官方介绍,2030世博会由利雅得市皇家委员会(RCRC)筹办,将于2030年10月1日至2031年3月31日期间举行,包含226个展馆空间,有196个国家和29个国际组织参展,预计接待4070万人次的游客。

2030世博会的举办场地位于利雅得北部,是围绕一条古老干谷建造的“未来主义”空间,占地600万平方米,展示该国开创可持续未来的愿景。(宗赫)

《展览与会议 第1部分:词汇》国际标准三轮征求意见结束

本报讯(记者 兰馨)记者日前从中国贸促会商业行业委员会获悉,由中国贸促会商业行业委员会牵头研制的ISO 25639-1《展览与会议 第1部分:词汇》国际标准,前三轮全球征求意见已经结束,累计征求意见537条。

据介绍,《展览与会议 第1部分:词汇》国际标准将于2024年进入第四轮、第五轮全球征求意见阶段。第五轮全球征求意见即最终国际标准草案(FDIS)阶段。

据悉,《展览与会议 第1部分:词汇》国际标准预计在2024年第4季度正式发布。

全国会展行业产教融合共同体在沪成立

本报讯 全国会展行业产教融合共同体成立大会暨第二届中国国际会展教育论坛日前在上海举行,旨在推动职业教育与国际标准接轨,优化高素质会展人才培养体系。

全国会展行业产教融合共同体由中国贸促会商业行业委员会、上海师范大学、上海旅游高等专科学校、中旅国际会议展览有限公司牵头,170余家单位共同发起成立。(刘克从)

厦门会展业在京推介招商

本报讯(记者 毛雯)厦门会展业北京推介会暨会展招商大会日前在北京举办。此次活动是今年厦门会展业在京举办的最大规模招商活动,也是厦门国际会展周首次在异地推介,吸引多个单位现场签下2024年合作项目。

2024年将是厦门会展业提质扩容升级的重要之年。厦门立足“4+4+6”现代化产业体系建设,打造有行业引领力的国际化专业展会平台;广泛汇聚产业链供应链资源,促进产业转型升级;继续深化会展与产业融合发展,立足城市禀赋和重点产业招引国际品牌展览和高端会议,深入开展会展业全球营销,拓展国际交流合作资源;大力实施会展主体培育计划,做强“厦门国际会展周”特色品牌,招揽国际知名会展机构落户厦门,壮大发展本地会展企业。

海南冬交会首设主宾国

本报讯 第26届中国(海南)国际热带农产品冬季交易会将于12月14日至17日在海南国际会展中心举办。

从本届展会开始,冬交会将常态设置主宾国和主宾省。今年已确定柬埔寨为主宾国,目前正在进行展馆设计搭建,并在展会活动安排上提供专属礼遇。本届展会的主宾省是湖南省。海南将与湖南开展特色、优质农产品联合宣传推广活动。活动将进一步深化琼湘合作,促进两地品牌农产品产销融合。

本届海南冬交会新增国际优品馆,将有26个国家、一众行业国际组织的代表参会参展。该馆专设海口海关咨询服务处,为展商提供海南自贸港进出口政策、产品报关等方面的咨询服务。(陈彬)